

# Competitividade do leite em pó integral brasileiro

Raquel de Castro Barros, Kennya Beatriz Siqueira e Nathália Ramos de Melo

Dentre os derivados lácteos, o leite em pó é o mais comercializado mundialmente devido principalmente a características como: baixa perecibilidade, facilidade de armazenamento, pois não necessita de câmaras frias ou contêineres climatizados, longo prazo de validade e por necessitar menor espaço para estocagem quando comparado com o leite in natura. Além disso, trata-se de um produto lácteo padronizado o que permite maior controle por parte da política comercial e do mercado consumidor, principalmente no período de entressafra, em que o volume de leite fluido produzido diminui em até 35%.

Desde que o Brasil inseriu-se no comércio internacional de lácteos, o leite em pó integral é o produto lácteo mais importante da balança comercial brasileira, em termos de volume. A Fig. 1 mostra a evolução das exportações brasileiras de leite em pó integral desde o ano 2000.

Pela Fig. 1 pode-se observar que as exportações brasileiras de leite em pó integral apresentaram um crescimento extraordinário de quase 39.000% no período analisado, visto que em 2000, as vendas de leite em pó integral brasileiro para o exterior eram praticamente insignificantes, o que demonstra a crescente

presença do produto brasileiro no mercado internacional. Em 2003, o País chegou a exportar aproximadamente 3.000 toneladas do produto, valor reduzido quando comparado com 2004, em que foram exportados 500% a mais. Em 2008 o Brasil produziu em torno de 570 mil toneladas de leite em pó integral, e exportou quase 15% desse total (cerca de 83 mil toneladas) para aproximadamente 24 países. Com isso, nota-se que as exportações de leite em pó do Brasil ainda têm sido feitas para um número reduzido de países, o que não é interessante no âmbito da análise de risco.

A necessidade de diversificar mercados ficou evidente em 2009, quando foi registrada uma queda nas exportações brasileiras devido à grande dependência das importações venezuelanas, que foram responsáveis por mais de 70% do leite em pó vendido pelo Brasil em 2008. Durante a turbulência econômica mundial, o recuo dos preços do petróleo no mercado internacional foi muito acentuado, o que prejudicou economicamente o País (Fig. 2).

Em 2008 o Brasil ocupou a posição de oitavo maior exportador mundial de leite em pó integral. Diante desta realidade, pode-

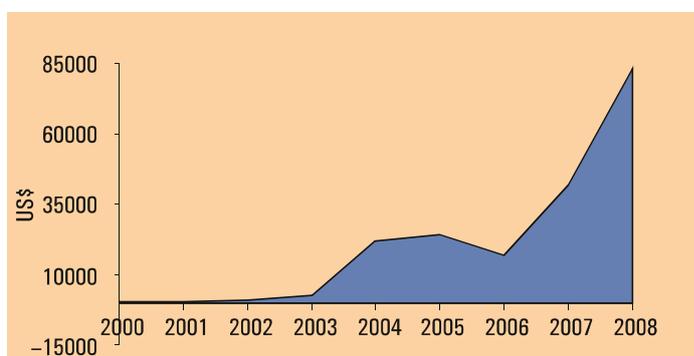


Fig. 1. Exportações brasileiras de leite em pó integral no período de 2000 a 2008.

Fonte: Comtrade (2010).

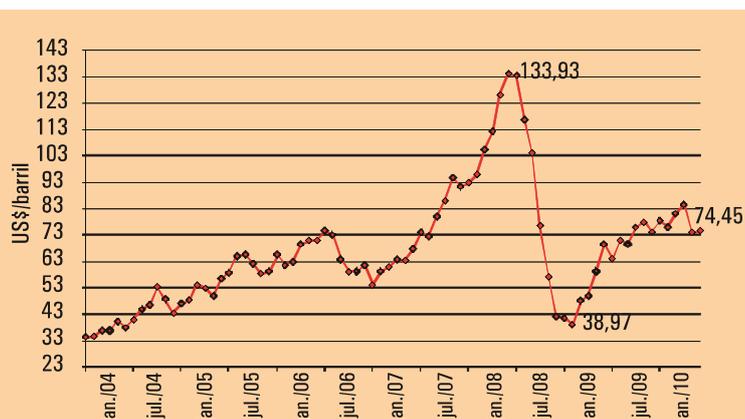


Fig. 2. Preço do Petróleo WTI – US\$/barril.

Fonte: Bloomberg. Elaboração: Embrapa Gado de Leite.

se perceber a importância do estudo da competitividade do leite em pó integral brasileiro no mercado internacional, visto que as exportações brasileiras têm evoluído consideravelmente ao longo dos anos, mas existe potencial para um crescimento mais sustentável, o que refletirá positivamente na economia nacional, devido à geração de saldos positivos para o País.

Dessa forma, para analisar a competitividade do Brasil no mercado internacional de leite em pó integral perante seus maiores concorrentes, foram utilizados dois indicadores, com o intuito de confrontá-los e verificar a concordância entre os resultados: a Vantagem Comparativa Revelada (VCR) e a Posição Relativa no Mercado (POS). A análise foi realizada para os anos 2000, 2002, 2004, 2006 e 2008.

Os modelos VCR e POS permitem analisar o posicionamento do Brasil no mercado internacional de leite em pó integral, verificando se o país possui ou não vantagens comparativas e eficiência na produção que o permitam competir com os demais concorrentes na produção e exportação de tal produto. Para comparar com os resultados do Brasil, foram utilizados também dados de Nova Zelândia, Holanda e Argentina, que são grandes exportadores do produto em questão.

O VCR é calculado da seguinte forma:

$$VCR = (X_{LP}^{país} / X_T^{país}) / (X_{LP}^{mundo} / X_T^{mundo})$$

em que:  $X_{LP}^{país}$  é o valor exportado de leite em pó integral pelo país;  $X_T^{país}$  é o valor total de lácteos exportados do país;  $X_{LP}^{mundo}$  refere-se ao valor de leite em pó integral exportado no mundo e  $X_T^{mundo}$  representa o valor total de lácteos exportados no mundo.

Se o VCR encontrado for maior que 1, significa que o país analisado possui vantagem comparativa devendo então se especializar na produção e exportação de leite em pó integral, já que sua produção é mais eficiente do que a de outros produtos em relação a outros países. De acordo com a teoria, um país possui vantagem comparativa na produção de um bem se o custo de oportunidade da produção desse bem em relação aos demais é mais baixo nesse país do que em outros.

O cálculo do POS é realizado da seguinte forma:

$$POS_{LP}^{ik} = 100 * [(X_{iLP}^n - M_{iLP}^n) / W_{LP}^n]$$

em que:  $X_{iLP}^n$  representa o valor exportado de leite em pó integral, do país  $i$  no tempo  $n$ ;  $M_{iLP}^n$  é o valor importado de leite em pó integral, do país  $i$  no tempo  $n$  e  $W_{LP}^n$  é o valor exportado + valor importado pelo mundo de leite em pó integral no tempo  $n$ .

Os países que apresentam POS superior a zero, obtiveram saldos relativos superavitários; se o POS obtido for inferior a zero, significa que o país apresentou posicionamento relativo deficitário no mercado internacional.

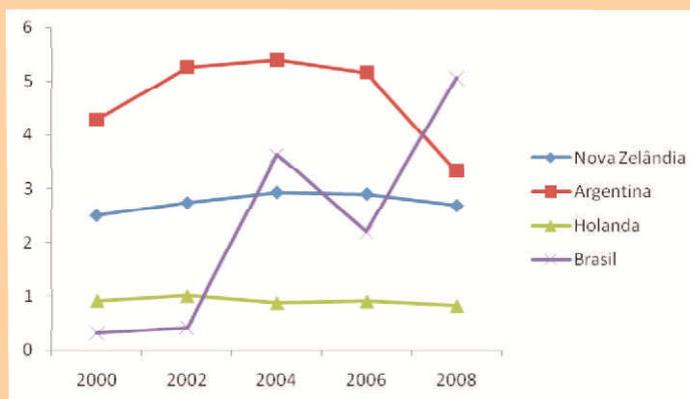
A utilização dos dois indicadores visa identificar se os países que possuem vantagens



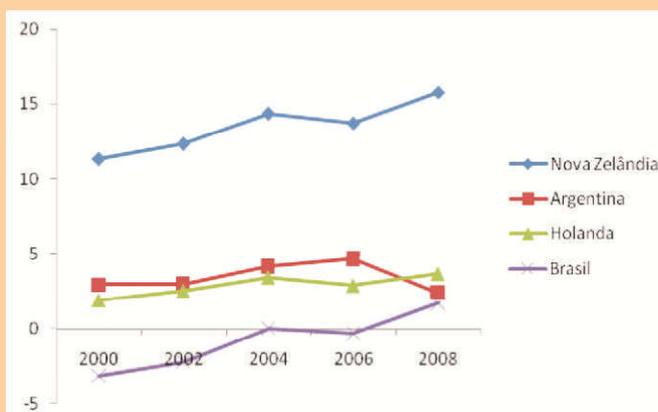
comparativas também ocupam um melhor posicionamento no mercado internacional. A Fig. 3 apresenta o resultado do VCR e a Fig. 4 mostra os resultados do POS.

No caso da Argentina é evidente a ampla vantagem comparativa, detendo o maior índice no período em relação aos demais países analisados, apesar de ter apresentado uma queda de 22,61% em 2008 (devido a política adotada pelo Governo para segurar a exportação, com objetivo de diminuir a pressão inflacionária), quando comparado a 2000. Com relação ao POS, o país apresentou resultados favoráveis ao longo do período, com índice variando sempre entre dois e cinco, o que demonstra boa posição de mercado. No entanto, o índice de 2008 foi menor em relação a 2000, resultando numa queda de 18%. Este resultado, porém já era esperado, visto que o país é o maior exportador de leite em pó das Américas. Considerando a subclasse SH6-0402.21, em 2000, a Argentina foi o quinto maior exportador mundial do produto. Considerando as duas subclasses de leite em pó integral (SH6-0402.21 e SH6-0402.29), neste mesmo ano, a exportação argentina chegou a 100.000 toneladas, tendo sido 80% para o Brasil. Em 2002, a situação novamente se repetiu: quinto maior exportador e o Brasil como seu maior comprador, mas desta vez em menores quantidades. Em contrapartida, as exportações argentinas aumentaram cerca de 38% em volume, e em valor, passaram de US\$ 188,3 milhões em 2000 para US\$ 195 milhões em 2002. Em 2004, as exportações da Argentina praticamente dobraram de valor em relação a 2002, e em 2006 o crescimento foi de 30% quando comparado com 2004. Finalmente, em 2008, as exportações argentinas apresentaram uma queda de 21% em relação a 2006, tendo este decréscimo refletido no VCR do país. Em 2010, as exportações argentinas devem diminuir visto que a Argentina e o Brasil renovaram o acordo para limitar as importações brasileiras do leite em pó argentino para 3.000 toneladas por mês.

A Nova Zelândia, apesar de apresentar um VCR praticamente estável em todo o período, apresentou um POS bem acima dos valores encontrados para os demais países. Portanto, verifica-se que em ambos os índices, os resultados encontrados foram satisfatórios, tendo este país não só vantagem



**Fig. 3.** Índice de vantagem comparativa revelada para países selecionados.  
**Fonte:** Resultados da pesquisa.



**Fig. 4.** Índice posição relativa no mercado do Brasil e países selecionados.  
**Fonte:** Resultados da pesquisa.



comparativa, como também posição marcante no mercado internacional de leite em pó. Nos anos 2000, 2002 e 2004, a Nova Zelândia foi a maior exportadora de leite em pó integral. Em 2000, este país foi responsável por 21% de todo o leite em pó integral exportado, com cerca de US\$ 724,5 milhões vendidos. Em 2002, esse valor passou para US\$ 811 milhões e seus maiores importadores foram China, Indonésia, Sri Lanka e Malásia. Em 2004, foram embarcados cerca de 646 mil toneladas, equivalente a US\$ 1.245,8 milhões, e a maior parte novamente para a China. Em 2006, as vendas continuaram a crescer, alcançando US\$ 1.402,2 milhões, 13% a mais que em 2004 em termos de valor. E em 2008, a Nova Zelândia respondeu por 27% de todo o leite em pó exportado no mundo, tendo apresentado um acréscimo de 85%, quando comparado com 2006. Neste último ano, seu maior importador foi a Venezuela, responsável por aproximadamente 20% de todo o leite em pó exportado pela Nova Zelândia.

Inicialmente, isto poderia significar perda de mercado para o Brasil, visto que a Venezuela tem sido nosso maior importador, mas ao contrário disso, as aquisições venezuelanas têm abrangido todos os mercados. Em 2006, as exportações da Nova Zelândia e do Brasil para a Venezuela foram de aproximadamente US\$ 93,6 milhões e R\$ 8,6 milhões, respectivamente. Já em 2007, esses valores chegaram a US\$ 232,8 e US\$ 48,3 milhões, e em 2008 esses valores dobraram para a Nova Zelândia (US\$ 434,4 milhões) e quintuplicaram para o Brasil (US\$ 276,7 milhões). É certo que parte das exportações da Nova Zelândia para a Venezuela poderiam estar sendo supridas pelo Brasil, mas estes valores mostram que o crescimento ocorreu para ambos os países. O aumento das compras venezuelanas do Brasil em 2007 e 2008 foi devido à incorporação do país no Mercosul e também a política deliberativa de Hugo Chaves. O aumento do preço do petróleo no período e consequente aumento de receita do país, propiciaram à Venezuela suprir sua demanda de leite em pó, já que a produção nacional não é suficiente para tal.

Os valores apresentados pela Nova Zelândia podem ser explicados por uma série de fatores, como por exemplo, a estrutura produtiva do país muito bem organizada; a produtividade dos animais supera cerca de duas vezes a produtividade brasileira; e a qualidade que atingiu um nível tão elevado com o leite apresentando 30% a mais de sólidos do que o leite brasileiro, característica esta favorável à produção de leite em pó. Apesar de o país possuir diversos entraves como isolamento geográfico, relevo montanhoso, área territorial restrita, preço de terra elevado e o menor subsídio para produção entre os países do mundo, para contornar estes problemas, a Nova Zelândia criou um eficiente sistema de produção de leite a pasto, com excelente planejamento alimentar e redução dos custos de produção. Faz parte dessa eficiente estrutura, a força das cooperativas existentes no país.

A Fonterra, maior processadora de produtos lácteos do mundo, conta atualmente com 10.500 produtores. Eles estão organizados de tal forma que conseguiram ao longo dos anos reduzir a competição que havia entre as cooperativas, geraram ganhos em eficiência que culminaram na redução do custo de produção e captação, formaram acordos de comércio com países-chave, o que proporcionou a eles a ampliação de mercados, além de maior viabilidade de investimentos na área de P&D (JUNQUEIRA, 2010). Mas por se tratar de uma commodity, a concorrência no mercado de leite em pó ocorre principalmente via preço, e dessa forma, a Nova Zelândia se beneficia devido ao seu baixo custo de produção. A tendência é de permanente crescimento devido a estrutura produtiva já existente. A Nova Zelândia sabe produzir leite com qualidade, com baixo custo e processá-lo, transformando-o em um produto competitivo.



A Holanda, apesar de não possuir vantagem relativa, possui forte presença no mercado, já que suas exportações superam as importações em valores bem consideráveis, o que significa que seria mais vantajoso investir na exportação de outro produto em que o país possua vantagens comparativas. Este resultado pode ser justificado pelo fato da Holanda ser membro da União Europeia, onde o fluxo de mercadorias entre os países é isento de tarifas, e por isso ela consegue exportar grandes quantidades para os países vizinhos, mesmo sem ter vantagens na produção e exportação de leite em pó integral.

Finalmente, o Brasil foi o país com maior taxa de crescimento no VCR, o que comprova a capacidade de crescimento e expansão de mercado. Porém, o POS obtido foi desfavorável para o País. Esses resultados revelam que a pauta brasileira permanece com padrão de especialização inferior ao encontrado no mercado internacional. Apesar de a participação nas exportações ser crescente, o produto brasileiro ainda não é tão competitivo, embora existam condições para tal, como mão de obra barata, baixo custo de produção, clima favorável, território disponível.

Neste cenário, o posicionamento do Brasil como exportador de lácteos configura-se como uma alternativa atrativa, auxiliando no escoamento da produção e eliminando eventuais excedentes. Deste modo, o conhecimento do mercado exportador e importador de produtos lácteos, assim como a caracterização das barreiras tarifárias e não tarifárias que incidem sobre estes produtos tornam-se imprescindíveis.

Além disso, seria interessante o Brasil aprender algumas lições com a Nova Zelândia que tem se tornado cada vez mais competitiva no mercado internacional. E se a tendência de crescimento permanecer, eles continuarão dominando o mercado, com um padrão competitivo cada vez maior. A forte presença neozelandesa no mercado mundial se deve às mudanças que ocorreram nas indústrias lácteas do país. O resultado foi uma cadeia produtiva leiteira forte, e culturalmente baseada em cooperativas, que ao longo do tempo se uniram fortalecendo ainda mais o setor, contribuindo para a exploração de novos mercados, permitindo acordos de comércio com países chaves.

## **Referência**

JUNQUEIRA, R. Revista Produtor Itambé. Ano 1, n. 1, janeiro 2010.