

O Mercado Internacional

de Lácteos do
Brasil

FL 3001 P. 177
2004
FL-PP-3001

Embrapa

Gado de Leite

O MERCADO INTERNACIONAL DE LÁCTEOS

O MERCADO INTERNACIONAL DE LÁCTEOS DO BRASIL

Durante o ciclo do café a sua importância para a balança comercial brasileira era muito grande. De lá para cá a diversificação do agronegócio brasileiro ocorreu de forma acentuada, mas ele continua ditando o ritmo de nosso comércio internacional, principalmente com a soja, o suco de laranja, as carnes de aves, de suínos e de bovinos. O agronegócio é hoje responsável pelo saldo positivo da balança comercial brasileira, o que tem sido freqüentemente divulgado pela imprensa. Um dos responsáveis por este grande sucesso é o processo de inovação tecnológico em que as instituições de ensino e pesquisa, com destaque para a Embrapa, contribuíram de forma decisiva.

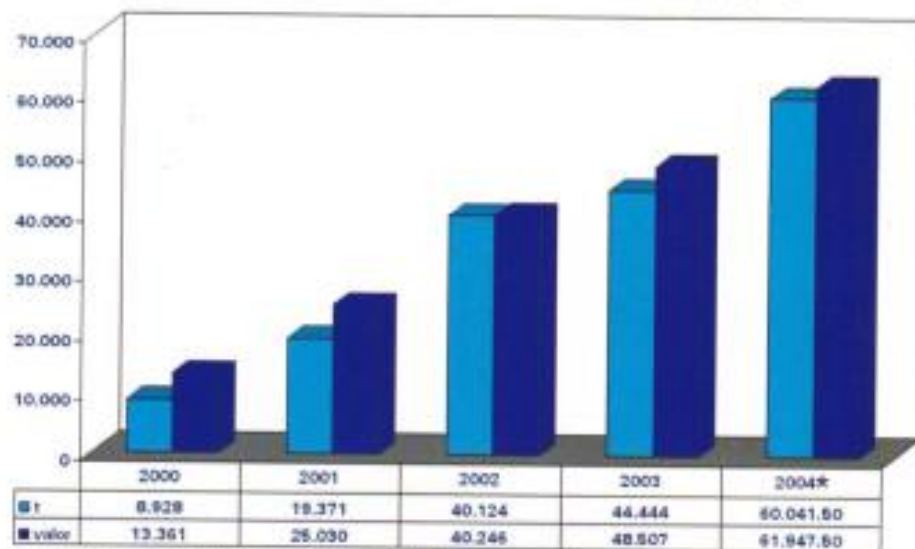
Todavia, existe um crescimento acentuado de exportações de lácteos que permite afirmar que o agronegócio do leite será o novo destaque do agronegócio exportador brasileiro. O setor está amadurecendo rapidamente no que se refere as interfaces organizacionais, políticos, institucionais e tecnológicos, possuindo grande potencial de expansão e elevada competitividade. Tem como caminho natural, o mercado internacional.

O mercado de lácteos é um dos maiores campeões do protecionismo internacional. Contudo, existe demonstração de reversão de ações de subsídios à exportação de lácteos. Isto *per se* abre oportunidades para países como o Brasil que, ao lado da Nova Zelândia, Argentina, Austrália, possuem mercados concorrenciais isentos desse mecanismo. Há de se considerar ainda que o Brasil é o país que possui as melhores condições de expansão da produção, e obtenção de ganhos de produtividade que engordariam ainda mais a capacidade competitiva do setor. Neste particular, a Embrapa Gado de Leite, tem se destacado, gerando tecnologias que podem quadruplicar a produção com ganhos significativos de produtividade.

Os números do mercado internacional de lácteos do Brasil

O agronegócio do leite brasileiro logrou um incremento de mais de 400% no volume exportado, passando de quase 9 mil toneladas, em 2000, para o expressivo volume de 44,4 mil toneladas em 2003. Em valores FOB (US\$) o incremento foi de 263%, passando de 13,4 para 48,5 milhões de dólares no mesmo período. As perspectivas para o ano de 2004 são bastante promissoras. Projeções da Embrapa Gado de Leite dão conta que as exportações brasileiras, seguindo a tendência atual, alcançam um volume superior a 60 mil toneladas de lácteos exportados e um valor da ordem de 62 milhões de dólares. Isto corresponde a um incremento do volume exportado da ordem de 572% e de 364% sobre o faturamento, considerado o ano-base de 2000.

Exportações Brasileiras de Lácteos (2000-2003) e projeções para 2004.



* Projeções da Embrapa Gado de Leite

O porquê do sucesso do mercado internacional de lácteos brasileiros

Ao espetacular desempenho da Balança Comercial de Lácteos soma-se a tendência favorável nos preços médios recebidos pelos exportadores brasileiros. Queijos e requeijões reverteram a tendência de queda a partir de 2003; os preços da manteiga voltaram a subir desde 2002 e se mantêm firmes em 2004; o iogurte, após queda continuada de 2000 a 2003, mostra estabilidade no ano de 2004. No agregado, os preços dos produtos lácteos brasileiros tiveram tendência crescente a partir de 2002. Produtos importantes como o leite em pó brasileiro saiu de um patamar de US\$ 970.00 para a casa dos US\$ 1,200.00 a tonelada, correspondendo a um incremento da ordem de 25%. A tendência dos preços recebidos pelos exportadores brasileiros mostra que esses valores podem chegar à casa dos US\$ 1,400.00 no ano de 2005.

Além dos preços favoráveis, o desempenho da balança comercial de lácteos pode ser explicado pela estratégia de conquistas de novos mercados. No ano de 2002 os produtos lácteos brasileiros chegaram a 46 países e em 2003 em 59 países dos cinco continentes. Esses números mostram um incremento da ordem de 28% no número de países clientes que já negociaram produtos lácteos brasileiros. São clientes países da América do Sul (Argentina, Uruguai, Colômbia, Venezuela, Chile, Peru, Bolívia e Paraguai); América do Norte (Estados Unidos, Canadá e México); América Central (Belize, Trinidad e Tobago, Haiti, Honduras, Cuba, Bahamas, Barbados, Costa Rica); África e Oriente Médio (Argélia, Angola, Egito, Líbano, Tunísia, Omã, África do Sul, Camarões, Emirados Árabes, Iraque, Moçambique, Senegal, Tanzânia, Congo, Mauritânia, Marrocos, Madagascar, Nigéria e Sudão); Ásia (Japão, Filipinas, Federação Russa, Taiwan, Turcomenistão, Coreia do Sul e China). Exportações também para a Nova Zelândia, França e Suíça completam o rol de países clientes alcançando os diversos continentes do planeta.



A estratégia de conquista de novos mercados está aliada a diversificação de produtos lácteos ofertados pelos exportadores brasileiros. Junto com os tradicionais produtos leite em pó, queijos, requeijões, manteiga, iogurte, soro do leite, o leite condensado, o leite evaporado para café e chá, o leite em pó vitaminado, entre outros, fazem a mesa do consumidor ao redor do mundo, bem brasileira.

Ao empreendedorismo da indústria láctea brasileira deve-se somar ainda o desempenho da produção de leite, que é responsável pela matéria-prima mais barata do mundo. Enquanto produtores de leite nos Estados Unidos e Europa produzem leite a preços superiores a US\$ 0.30/litro, o produtor brasileiro consegue fornecer leite nos patamares de US\$ 0.15 centavos de dólar, ou seja, 50% mais barato. Essa exuberante capacidade está relacionada com a profissionalização da produção, a qual aumentou seu volume em 15% nos últimos três anos. A profissionalização foi acompanhada pelos ganhos de produtividade da ordem de 6.5% desde 2000 e pela melhoria da qualidade da matéria-prima e dos produtos lácteos. Esses avanços são advindos da adoção de novas e mais eficientes tecnologias. Nesse particular cabe mérito às instituições de ensino, pesquisa e extensão, notadamente a Embrapa Gado de Leite, que vem fazendo grandes esforços em pesquisa e inovação tecnológica.

O que falta para uma grande participação no mercado internacional de lácteos.

Entre diversos pontos de alta relevância para alavancar a participação brasileira no mercado internacional dois merecem especial destaque. O primeiro é a questão da qualidade dos produtos. Sabidamente ela ainda está aquém daquela exigida por mercados mais sofisticados como o dos Estados Unidos, União Européia e Japão. A questão da qualidade deve ser vista no contexto da cadeia láctea, envolvendo desde a produção primária, onde se encontram os maiores problemas, até as questões de processamento, armazenagem e transporte dos produtos. A segunda questão chave é o treinamento e preparo de mão-de-obra especializada. Aqui também cabe a dimensão da cadeia, passando pela produção primária e fechando com a capacitação de negociadores e gerentes executivos para as *tradings*. Em ambos os casos as instituições de ensino, pesquisa e extensão, da rede pública e privada, devem ser chamadas a contribuir.

O leite do Brasil conquista o mundo



Aqui tem Embrapa!



*Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
Centro Nacional de Pesquisa de Gado de Leite
Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
Rua Eugênio do Nascimento, 610 - Dom Bosco
Fone: (32)3249-4700 - Fax: (32)3249-4751
Juiz de Fora - MG - CEP: 36038-330
Home page: <http://www.cnpgl.embrapa.br>
e-mail: sac@cnpgl.embrapa.br*

Patrocínio:

Serlac Trading S.A.



**Ministério da Agricultura,
Pecuária e Abastecimento**



Julho/2004
Tiragem: 5.000 exemplares