

O BRASIL E O COMÉRCIO MUNDIAL DE LEITE E DERIVADOS.

Oscar Tupy¹

Introdução

Segundo a FAO (1997) existem evidências de que nos próximos 5 anos o foco da indústria de laticínios dos EUA será o mercado doméstico. Por outro lado, os produtores de leite americanos estão cada vez mais dispostos a avançar de forma competitiva na produção e processamento de leite, principalmente por reconhecerem o grande potencial do mercado mundial do produto e de seus derivados. Estão procurando adotar cada vez mais tecnologia e serem eficientes economicamente. Aumentar a produção total de leite e a produção por vaca ao menor custo são os parâmetros perseguidos (RENTERO, 1997).

A atividade leiteira no mundo está se modificando, sendo necessário investir na produção e correr riscos. Nos EUA, estimulados pela indústria, os produtores terão como meta a qualidade do leite e investirão pesado em publicidade², procurando vender o máximo possível para maximizar lucro.

Para a indústria de laticínios americana, haverá um grande mercado para os seus produtos abaixo da linha do equador, o que inclui obviamente o Brasil.

Acreditar que a América Latina será um grande mercado para o leite e derivados dos EUA é acreditar na incapacidade do complexo agro-industrial latino americano do leite, principalmente o brasileiro, de reagir competitivamente aos estímulos do mercado no curto e médio prazos.

Segundo projeções efetuadas com base nos preços praticados na União Européia e em países como Nova Zelândia, Argentina, Uruguai, Canadá e EUA, o custo de produção de leite no mercado internacional não deverá ultrapassar US\$ 0,22 por litro. Quem não conseguir produzir por isso, ou menos que isso, correrá o risco de ficar fora do mercado (RENTERO, 1997). Portanto, será fundamental reduzir custos de produção, processamento e comercialização. A Tabela 1 mostra alguns preços pagos ao produtor em alguns países, segundo a FAO (1998).

TABELA 1- Preço do leite ao produtor em diferentes países.

Países	US cents/kg
Jordânia	41 a 45
Canadá, Dinamarca, Paquistão, Guatemala, Israel	36 a 40
República da Irlanda, Irlanda do Norte, Inglaterra e Gales,	31 a 35
Países Baixos, EUA, BRASIL	
República do Sul da África, Venezuela, Colômbia, Panamá	26 a 30
Federação Russa, Nicarágua, Zimbábue, BRASIL	21 a 25
Nova Zelândia, Uruguai, Índia, Argentina, Malawi	15 a 20

Fonte: FAO, Dairy Outlook (1998).

¹ Pesquisador da área de Economia Aplicada – Embrapa Pecuária do Sudeste

² Os produtores de leite americanos têm gasto, desde 1993, cerca de US\$ 80 milhões em publicidade, a partir de deduções de 1% no preço recebido pelo leite (BAKKE apud RENTERO, 1997).

No contexto de uma economia globalizada, onde os países estão competindo por mercados, inclusive o mercado doméstico, como é o caso do mercado do leite e derivados, é extremamente importante para os segmentos produtivos estarem informados sobre as tendências mundiais de produção, comércio e consumo, assim como, da inserção do seu país no mercado internacional. Este trabalho procura contribuir nesta direção, disponibilizando informações sobre o mercado mundial de leite e derivados e sobre a inserção do Brasil no mesmo.

Tendências de Produção

A produção mundial de leite entre 1994 e 1997 aumentou apenas 1,17%. A produção está concentrada em países desenvolvidos como os da União Européia e nos EUA, que no período aumentaram sua produção em média cerca de 3%. Houve substancial crescimento da produção de leite em países como a China, Argentina, Brasil, Nova Zelândia, Austrália e Índia, o que compensou o declínio da produção na Rússia e Ucrânia, grandes produtores mundiais (Tabela 2).

No médio prazo (próximos dez anos), a expectativa é de que algumas mudanças importantes ocorram na produção de leite. Um aumento significativo da produção de leite deverá ocorrer em áreas do mundo onde um rápido crescimento do consumo está ocorrendo, isto é, Ásia (Paquistão, Índia e China) e América Latina (Argentina, Brasil, Chile e Uruguai). Um rápido crescimento do produto na Oceânia, motivado pela demanda de exportação, também é esperado. Por outro lado, existe a possibilidade de que os países desenvolvidos e outros como os do leste europeu se sintam estimulados a exportar. Acredita-se que haverá um deslocamento na balança de produção de leite dos países desenvolvidos para os países em desenvolvimento. Até o ano 2.000 espera-se que os países em desenvolvimento respondam por cerca de 40% da produção mundial. Tal deslocamento implicará também no aumento da participação de outros tipos de leite que não o de vaca, no cenário mundial. A quase totalidade do leite produzido nos países desenvolvidos (99%), origina-se de vacas, enquanto nos países em desenvolvimento outros tipos de leite (búfalos, ovelhas, cabras e camelos) respondem por um terço da produção. O leite de búfalos, por exemplo, participa com 10% da produção mundial de leite, sendo expressiva na Índia onde participa com metade da produção (GRIFFIN, 1997).

Quanto à produção anual por vaca ordenhada, esta ainda é muito baixa em países como o Brasil, México, Turquia, Índia e Paquistão, com produção abaixo de 6 kg/vaca/dia (Tabela 2).

TABELA 2 - Produção total de leite por países selecionados* (milhões de toneladas) e por vaca ordenhada (kg/vaca/ano)

	1994	1997	Variação (%) 1994/97	Participação na produção mundial (%) - 1997	Produção / vaca/ano (kg)
Mundo	466,34	471,80	1,17		2.900 (9,5)
Países / Região					
União Européia	115,00	120,16	4,49	25,47	5.569 (18,3)
Estados Unidos	69,70	71,07	1,97	15,06	7.636 (25,0)
Índia	31,00	34,50	11,29	7,31	1.015 (3,3)
Rússia	41,90	34,00	-18,85	7,21	2.019 (6,6)
BRASIL	16,30	19,10	17,18	4,05	1.245 (4,1)
Ucrânia	18,00	15,30	-15,00	3,20	2.215 (7,3)
Polônia	12,00	12,09	0,75	2,56	3.278 (10,7)
Nova Zelândia	9,80	11,13	13,57	2,36	3.374 (11,1)
Turquia	9,12	9,47	3,83	2,01	1.501**(4,9)
Argentina	8,00	9,79	22,38	2,08	3.958 (12,9)
Austrália	8,30	9,30	12,05	1,97	4.861 (15,9)
Japão	8,40	8,64	3,60	1,83	8.365 (27,4)
México	7,50	8,09	7,87	1,71	1.769 (5,8)
Canadá	7,80	7,80	-	1,65	6.195 (20,3)
China	5,60	6,95	24,11	1,47	2.577 (8,4)
Total	368,42	377,39	2,43	79,99	

Fonte: FAO / MILKBIZZ * Quinze maiores produtores

Números entre parênteses representam a produção por vaca/dia com lactação padronizada para 305 dias.

No que se refere à produção de derivados do leite, o leite em pó integral também aumentou muito pouco, o mesmo ocorrendo com o leite em pó desnatado e o queijo (Tabelas 3, 4, 5 e 6). A manteiga sofreu redução no período entre 1994 e 1997 conforme demonstrado na Tabela 5. Todos estes produtos têm produção concentrada na União Européia e sofreram reduções, com exceção do queijo. O leite em pó integral e a manteiga têm, provavelmente, relacionado a redução na sua produção, uma maior procura por alimentos com menor teor de gordura. Contudo, a Argentina aumentou expressivamente a sua produção de manteiga e de leite em pó integral. O Brasil também aumentou significativamente a sua produção de leite em pó integral, mas muito pouco a produção de manteiga, permanecendo estático na produção de queijos (Tabelas 3, 5 e 6). A Nova Zelândia aumentou bastante a produção de manteiga, leite em pó desnatado e queijo e a Austrália a produção de queijo e leite em pó desnatado. Os EUA reduziram a sua produção de leite em pó desnatado e de manteiga de forma também expressiva, o mesmo ocorrendo com a Rússia e Ucrânia na produção de manteiga (Tabela 5). O Egito também aumentou expressivamente a sua produção de queijos (Tabela 6).

TABELA 3 - Produção de leite em pó integral por países (mil toneladas)

	1994	1997	Variação (%) 1994/97	Participação na produção mundial (%) - 1997
Leite em pó integral				
Mundo	2.409	2.439*	1,25	100,0
Países / Região				
União Européia	963	852	-11,53	34,93
Nova Zelândia	339	355	4,72	14,55
BRASIL	175	240	37,14	9,84
Argentina	102	190	86,27	7,79
Austrália	114	118	3,51	4,84
Estados Unidos	63	63	-	2,50
Total	1756	1818	3,53	74,54

Fonte: FAO/USDA *Dados de 1996

TABELA 4 - Produção de leite em pó desnatado por países (mil toneladas).

	1994	1997	Variação (%) 1994/97	Participação na produção mundial (%) - 1997
Leite em pó desnatado				
Mundo	3.419	3.541*	3,57	100
Países / Região				
União Européia	1.195	1.170	-2,09	33,04
Estados Unidos	551	420	-23,77	11,86
Austrália	214	235	9,81	6,64
Japão	184	210	14,13	5,93
Nova Zelândia	162	198	22,22	5,59
BRASIL	-	73	-	2,06
Argentina	-	55	-	1,55
Total	2.306	2.361	2,39	66,68

Fonte: FAO/USDA *Dados de 1996

TABELA 5 - Produção de manteiga por países selecionados (mil toneladas).

	1994	1997	Variação (%) 1994/97	Participação na produção mundial (%) - 1997
Manteiga				
Mundo	4.841	4.529	-6,44	100
Países / Região				
União Européia	1.734	1.708	-1,50	37,71
Estados Unidos	588	515	-12,41	11,37
Rússia	488	340	-30,33	7,51
Nova Zelândia	272	331	21,69	7,31
Ucrânia	254	155	-43,01	3,42
Austrália	143	155	8,39	3,42
Polônia	160	150	-6,25	3,31
BRASIL	70	72	2,86	1,59
Argentina	43	56	30,23	1,24
Total	3752	3482	-7,20	76,88

Fonte: FAO(1994,1997).

TABELA 6 - Produção de queijo por países selecionados (mil toneladas).

	1994	1997	Variação (%) 1994/97	Participação na produção mundial (%) - 1997
Queijo				
Mundo	11.358	11.854	4,37	100
Países / Região				
União Européia	4.853	5.223	7,62	44,06
Estados Unidos	3.312	3.274	-1,15	27,62
Argentina	385	405	5,19	3,42
Canadá	282	300	6,38	2,53
Nova Zelândia	193	274	41,97	2,31
Austrália	234	270	15,38	2,28
Egito	95	116	22,11	0,98
BRASIL	57	57	-	0,48
Total	9411	9919	5,40	83,68

Fonte: FAO(1994,1997)

Tendências de Mercado

O mercado internacional de leite e derivados será afetado segundo GRIFFIN (1997), por situações de ordem econômica, social e por desenvolvimentos intrínsecos. Existe expectativa sobre a ocorrência de importantes fatores, por exemplo, urbanização crescente e aumento da renda nos países em desenvolvimento; aumento do poder dos supermercados e aumento da concentração de mercado.

O processo de urbanização vem geralmente acompanhado de aumento da renda e do acesso da população emergente a uma maior gama de alimentos, aumentando-se o consumo daqueles de alto valor nutritivo como, por exemplo, o leite e derivados.

A urbanização aumenta a concentração da população e influencia a forma de comercialização de alimentos. Uma manifestação disso é a crescente importância dos supermercados. A concentração da distribuição de alimentos em mãos de um pequeno número de companhias dá a tais firmas um grande poder para negociar preços e decidir que produtos serão apresentados aos consumidores. O crescimento do poder dos supermercados é um fenômeno mundial que não se limita a países desenvolvidos. Na Argentina, por exemplo, 60% da compra de alimentos é feita em supermercados. No Brasil cerca de 85% das compras estão concentradas em supermercados, sendo que o faturamento das cinco maiores empresas foi de aproximadamente R\$14 bilhões em 1997. Em 1997 os supermercados obtiveram um faturamento bruto de R\$ 50,4 bilhões, o correspondente a 6,02% do Produto Interno Bruto (SUPERHIPER, 1998).

Para o leite e derivados, a expansão dos supermercados é fundamental uma vez que dispõem de refrigeração e espaço para exibir uma grande variedade de produtos frescos derivados do leite, estimulando o consumo (GRIFFIN, 1997).

O crescimento dos supermercados mostra claramente como as atividades econômicas estão se tornando cada vez mais concentradas, o que se aplica também à indústria de laticínios e a outros segmentos da cadeia do leite. Na Dinamarca, por exemplo, uma única cooperativa, a Conapole processa 80% da produção de leite do país e é responsável por 85% das exportações. Na Ásia e América Latina, companhias internacionais têm adquirido cooperativas e empresas nacionais e expandido a sua capacidade de processamento. Na Venezuela, apenas duas companhias processam 85% da produção de leite. A primeira delas, a Indulac, é propriedade da Parmalat e a segunda, a Ilapeca, é parcialmente propriedade da New Zealand Dairy Board. No Brasil a Nestlé e a Parmalat receberam em 1996 cerca de 22% do leite sob inspeção federal.

Tendências de Consumo

Em relação ao consumo, podem ser identificadas no mercado internacional inúmeras ocorrências, por exemplo, aumenta a importância das marcas, a ênfase sobre qualidade-saúde, a segmentação e mudam-se os hábitos de consumo.

Com relação às marcas, em alguns casos, como por exemplo, da Nestlé, os produtos são oferecidos em vários países, estampando-se a proeminência da marca. Em outros casos, a conexão entre a marca e a companhia é menos clara, muda-se o controle da companhia, mas mantém-se a marca.

A ênfase na qualidade-saúde decorre do crescente interesse dos consumidores na qualidade dos produtos e do benefício para a saúde e de consumir alimentos de alta

qualidade. O consumo de manteiga e de outros derivados ricos em gordura tem declinado embora a manteiga em determinados países ainda seja vista como "produto natural". Cresce o consumo de iogurtes com sabor de frutas e do leite enriquecido com minerais e vitaminas (GRIFFIN, 1997).

Com relação à segmentação do consumo de leite e derivados, este tem aumentado significativamente, basta observar a gama de produtos nas gôndolas dos supermercados (leite com vários sabores, teores de gordura, enriquecidos com vitaminas e minerais, vários tipos de queijos, requeijões, iogurtes, etc.).

Quanto aos hábitos de alimentação, estes estão se modificando dia após dia. Atualmente a maneira como se come, onde se come e com quem se come está mudando. Estas mudanças tem implicações no mercado de leite e derivados. Nos países desenvolvidos, o aumento dos gastos com alimentação é atribuído ao consumo de alimentos fora de casa. A indústria de laticínios tem procurado ajustar os seus produtos às mudanças. Por exemplo, as embalagens de leite de 500 e 1.000 ml, próprias para o consumo de casa, estão sendo reduzidas para embalagens de 200 a 350 ml, na tentativa de encorajar o consumo fora de casa, por exemplo o leite aromatizado, que poderá competir com outras bebidas tradicionais do mercado, como sucos, refrigerantes, refrescos, etc. (GRIFFIN, 1997).

O crescimento da indústria de fast food, segundo o autor acima, tem contribuído para a elevação do consumo de produtos como queijos, principalmente do tipo mussarela, utilizado em pizzas e sanduíches. A rede McDonald's na Austrália, por exemplo, usa 1kg de queijo para 4 kg de carne em hamburgers. Considerando 21.000 lanchonetes distribuídas em 101 países, pode-se facilmente imaginar um consumo substancial de queijo. A Pizza Hut, no Japão, é abastecida com mussarela da Nova Zelândia e, no Brasil, compra sua mussarela dos Estados Unidos. Similarmente a New Zealand Dairy Board tem contrato de abastecimento de queijos com a McDonald's desde 1992 e correntemente abastece 1.400 lanchonetes McDonald's em 11 países, principalmente no sudoeste da Ásia.

A Tabela 7 mostra o consumo de leite e derivados em alguns países desenvolvidos e em desenvolvimento. De 1985 a 1995 pode-se constatar que os países desenvolvidos reduziram ou aumentaram muito pouco o consumo per capita de leite e derivados, ao contrário dos países em desenvolvimento que aumentaram expressivamente o seu consumo refletindo, conforme descrito acima, situações de ordem econômica e social (urbanização e aumento da renda). O consumo per capita mundial no período de 1985 a 1995 reduziu cerca de 3,0%. Cabe salientar que o Brasil, têm consumo per capita acima da média mundial, porém pequeno se comparado ao de países desenvolvidos e com o da Argentina e Uruguai na América Latina. A Nova Zelândia reduziu em 35% o seu consumo per capita no período.

TABELA 7- Consumo de leite e derivados em alguns países.

	Consumo per capita (kg) 1985	Consumo per capita (kg) 1995	Varição (%) 1985-1995
Mundo	78	76	-3
Países / Região			
Argentina	181	214	18
Austrália	256	264	3
Alemanha	225	244	8
BRASIL	81	112	38
Canadá	213	208	-2
França	294	268	-9
Reino Unido	234	215	-8
EUA	244	256	5
Nova Zelândia	309	200	-35
Uruguai	170	238	40
Paquistão	89	111	25
Malásia	40	61	53
Índia	51	60	18
China / H.Kong	38	61	61
Países Baixos	329	331	.6

Fonte: FAO (1985,1995)

Tendências do Comércio Internacional

A Ásia e América Latina foram identificadas como áreas mais prováveis de forte crescimento do consumo de leite e derivados (Tabela 7). Existem regiões também onde se espera cresçam significativa e rapidamente a produção de leite e derivados. Espera-se para vários países maior crescimento da demanda do que da oferta de leite e derivados, se tornando estes importantes importadores. Países como Brasil, Filipinas, Rússia, Croácia, Filipinas e China/H.Kong já são grandes importadores, aumentando entre 1994 e 1995 significativamente as suas importações de leite fresco. Estes países serão prováveis importadores de leite UHT³, leite em pó, iogurtes, queijos, etc. (GRIFFIN, 1997).

Além da Austrália e Nova Zelândia, países que produzem leite de baixo custo, poderão ver suas exportações crescerem, por exemplo, Uruguai, Argentina, e Hungria (Tabela 8). A União Européia aumentou as suas exportações de leite fresco em 8,27% e detém cerca de 91% das exportações mundiais. Por outro lado aumentou as suas importações em 6,33% detendo 86% das importações mundiais (Tabela 9).

³ No Brasil foram comercializados em 1997 cerca de 2,35 bilhões de litros de leite UHT, contra 2,5 bilhões de litros de leite C, 430 milhões de leite B e 40 milhões de litros de leite A.

TABELA 8 - Exportações de leite fresco por países selecionados (Tm) e valor das exportações (1000US\$)

	1 994	1996	Varição (%) 1994-96	Participação nas exportações (%) - 1996	Valor das exportações 1996
Mundo	3.615.921	3.988.860	10,31	100	1.805.884* (547,94)
países/regiões					
União Européia	3.337.083	3.612.958	8,27	90,58	1.604.587 (444,63)
Uruguai	55.006	69.881	27,04	1,75	23.829 (340,99)
Austrália	41.267	56.410	36,70	1,41	33.780 (598,83)
Eslovenia	54.789	54.967	0,32	1,38	21.252 (386,63)
Argentina	6.947	36.340	423,10	0,91	19869 (546,75)
China	25.753	24.981	-3,00	0,63	18.895 (756,37)
EUA	44.368	21.976	-50,47	0,55	17.494 (796,05)
Hungria	1.413	18.042	1.176,86	0,45	4.930 (273,25)
Nova Zelândia	5.286	15.623	195,55	0,39	9.397 (601,48)
Total	3.571.913	3.911.178	9,50	98,05	1.754.033 (448,94)

Fonte: FAO (Base de dados)

* Preço da tonelada entre parênteses

TABELA 9 - Importações de leite fresco por países selecionados (Tm) e valor das importações (1000US\$)

	1 994	1996	Varição (%) 1994-96	Participação nas importações (%) - 1996	Valor das importações 1996
Mundo	3.558.359	3.807.363		100	1.836.578 (482,38)
países/regiões					
União Européia	3.082.479	3.277.560	6,33	86,08	1.513.312 (461,72)
BRASIL	9.662	85.534	785,26	2,25	43.098 (503,87)
Croácia	37.185	85.258	129,08	2,24	28.669 (336,26)
Hong-Kong	50.237	53.581	6,66	1,41	39.082 (729,40)
México	84.625	43.336	-48,79	1,14	16.558 (382,08)
Rússia	7.000	29.406	320,09	0,77	10.298 (350,02)
Argentina	40.983	29.350	-28,38	0,77	6.993 (238,26)
Singapura	17.918	16.261	-9,25	0,43	11.833 (727,69)
Filipinas	2.493	14.449	479,58	0,38	7.914 (547,72)
Total	3.332.462	3.634.735	9,07	95,47	1.677.757 (461,59)

Fonte: FAO (Base de dados)

* Preço da tonelada entre parênteses

TABELA 10 - Exportações de leite em pó integral por países selecionados (mil toneladas) e valor das exportações (1.000 US\$).

	1994	1996	Variação (%) 1994-96	Participação nas exportações (%) - 1996	Valor das exportações 1996
leite em pó integral					
Mundo	1.524	1.456	-4,46	100	3.569.708 (2.452)
Países / Região					
União Européia	885	847	-4,29	58,17	2.153.991 (2.543)
Nova Zelândia	306	278	-9,15	19,09	629.600 (2.265)
Austrália	82	110	34,15	7,55	241.780 (2.198)
Argentina	26	48	84,62	3,2	118.367 (2.466)
Estados Unidos	29	18	-37,93	1,24	21.756 (1.209)
Total	1.328	1.301	-2,03	89,35	3.165.494 (2.433)

Fonte:FAO (1996)

TABELA 11 - Exportações de leite em pó desnatado por países selecionados (mil toneladas) e valor das exportações (1.000 US\$).

	1 994	1996	Variação (%) 1994-96	Participação nas exportações (%) - 1996	Valor das exportações 1996
leite em pó desnatado					
Mundo	1.526	1.482	-2,88	100	3.195.279 (2.156)
Países / Região					
União Européia	736	744	1,09	50,20	1.789.708 (2.406)
Austrália	167	198	18,56	13,36	403.484 (2.038)
Nova Zelândia	134	127	-5,22	8,57	284.376 (2.239)
Polônia	112	77	-31,25	5,20	132.276 (1.718)
Lituânia	67	60	-10,45	4,05	84.285 (1.405)
Canadá	34	35	2,94	2,36	78.028 (2.229)
Total	1.250	1.241	0,72	83,74	

Fonte:FAO (1996)

Da Tabela 8 pode-se extrair que o preço mundial da tonelada de leite fresco exportada ficou em torno de US\$ 548 a tonelada em 1996, variando entre os maiores exportadores de US\$273 (Hungria) a US\$796 (EUA). Em relação às importações o preço mundial em 1996 foi de US\$482, variando entre os maiores importadores de US\$238 (Argentina) a US\$729 (Hong-Kong), conforme consta da Tabela 9. Quanto as exportações de derivados do leite (queijo, manteiga e leite em pó) a União Européia também assume a liderança, seguida da Nova Zelândia e Austrália (Tabelas 10, 11, 12 e 13). É também a maior importadora de derivados, seguida pelo Brasil na importação de leite em pó

integral e México no desnatado (Tabela 14 e 15). A exportação de derivados diminuiu entre 1994 e 1996, com exceção da exportação de queijos. As importações mundiais de derivados aumentaram entre 1994 e 1996, com exceção da importação de manteiga que reduziu em 15 % aproximadamente (Tabela 16).

Os preços mundiais de exportação e importação dos derivados do leite e suas variações entre países constam das tabelas 10,11,12, e 13.

Neste cenário o Brasil em 1996 exportou em leite e derivados cerca de US\$ 27 milhões e importou cerca de US\$518 milhões tendo portanto um balanço negativo de US\$ 491 milhões. As maiores exportações foram de leite em pó integral (US\$ 13,7 milhões), queijo (US\$ 1,8 milhões) e leite condensado (US\$ 1,8 milhões) e as maiores importações foram de leite em pó integral (US\$218,7 milhões), leite em pó desnatado (US\$ 86,3 milhões) e leite fresco (US\$ 43,1 milhões).

TABELA 12 - Exportações de Manteiga por países selecionados (mil toneladas) e valor das exportações (1.000US\$).

	1 994	1996	Varição (%) 1994-96	Participação nas exportações (%) - 1996	Valor das exportações 1996
MANTEIGA					
Mundo	1.246	1.202	-3,53	100	3.582.036 (2.980)
Países/Regiões					
União Européia	751	712	-5,19	59,23	2.498.108 (3.509)
Nova Zelândia	256	238	-7,03	19,80	574.735 (2.415)
Austrália	43	63	46,51	5,24	110.658 (1.756)
Lituânia	18	20	11,11	1,66	35.947 (1.797)
Estados Unidos	46	15	-67,39	1,25	31.154 (2.077)
Total	1.114	1.048	-5,92	87,19	3.250.602 (3.102)

Fonte: FAO (1997)

TABELA 13 - Exportações de Queijo por países selecionados (mil toneladas) e valor das exportações (1.000US\$).

	1 994	1996	Varição (%) 1994-96	Participação nas exportações (%) - 1996	Valor das exportações 1996
QUEIJO					
Mundo	2.447	2.659	8,66	100	10.954.410 (4.120)
Países / Região					
União Européia	1.963	2.087	6,32	78,49	9.169.249 (4.394)
Nova Zelândia	129	207	60,47	7,78	375.960 (1.816)
Austrália	105	120	14,29	4,51	367.644 (3.064)
Suíça	59	65	10,17	2,44	398.847 (6.136)
Total	2.256	2.479	9,88	93,23	10.311.700 (4.160)

Fonte: FAO (1997)

TABELA 14 - Importações de leite em pó integral por países selecionados (mil toneladas) e valor das importações (1.000 US\$).

	1994	1996	Variação (%) 1994-96	Participação nas importações (%) - 1996	Valor das importações 1996
leite em pó integral					
Mundo	1.161	1.301	12,06	100	3.359.939 (2.583)
Países / Região					
União Européia	242	273	12,81	20,98	821.148 (3.008)
Brasil	55	116	110,91	8,92	218.561 (1.884)
Argélia	112	78	-30,36	6,00	194.000 (2.487)
Venezuela	55	66	20	5,07	158.486 (2.401)
Malásia	55	53	-3,64	4,07	136.825 (2.582)
Total	519	586	12,91	45,04	1.529.020 (2.609)

Fonte: FAO (1997)

TABELA 15 - Importações de leite em pó desnatado por países selecionados (mil toneladas) e valor das importações (1.000 US\$).

	1994	1996	Variação (%) 1994-96	Participação nas importações (%) - 1996	Valor das importações 1996
leite em pó desnatado					
Mundo	1.772	1.789	0,96	100	4.154.257 (2.322)
Países / Região					
União Européia	600	537	10,50	30,01	1.272.170 (2.369)
México	118	127	7,63	7,10	295.249 (2.325)
Filipinas	88	84	-4,55	4,70	178.825 (2.129)
Malásia	72	78	8,33	4,36	157.601 (2.021)
Tailândia	72	67	-6,94	3,75	153.705 (2.294)
Total	994	939	-5,53	52,49	2.162.319 (2.303)

Fonte: FAO (1997)

TABELA 16 - Importações de Manteiga por países selecionados (mil toneladas) e valor das importações (1.000US\$).

	1 994	1996	Variação (%) 1994-96	Participação nas importações (%) - 1996	Valor das importações 1996
MANTEIGA					
Mundo	1.192	1.017	-14,68	100	3.363.518
Países/Regiões					
União Européia	650	613	-5,69	60,28	2.252.974
Egito	40	50	25	4,92	
Marrocos	29	28	-3,45	2,75	
México	36	19	-47,22	1,87	
Total	928	731	-21,23	71,88	

FAO (1994,1996)

TABELA 17 - Importações de Queijo por países selecionados (mil toneladas) e valor das importações (1.000US\$).

	1 994	1996	Variação (%) 1994-96	Participação nas importações (%) - 1996	Valor das importações 1996
QUEIJO					
Mundo	2.357	2.506	6,32	100	9.992.303 (3.987)
Países / Região					
União Européia	1.230	1.605	30,49	64,05	7.175.995 (4.471)
Japão	143	164	14,69	6,54	515.667 (3.144)
Rússia	76	131	72,37	5,23	158.781 (1.212)
Estados Unidos	124	125	0,81	4,99	485.170 (3.3881)
Total	1.573	2.025	28,73	80,81	8.335.613 (4.116)

FAO (1994,1996)

Considerações Finais

A expectativa com relação ao futuro do mercado mundial de leite e derivados é de que este será caracterizado pelo aumento do consumo e da produção, sendo os países de menor custo de produção e de mercados domésticos maduros os maiores beneficiados pelo comércio internacional. Fatores sócio-econômicos, como por exemplo, a urbanização crescente e o aumento da renda nos países em desenvolvimento, desencadearão uma série de acontecimentos no mercado internacional que favorecerão o crescimento da indústria de laticínios mundial. Mudanças nos hábitos de consumo, valorização de produtos de elevada qualidade, aumento da concentração (indústria e supermercados), segmentação do consumo (diversificação de produtos) e importância das marcas dos produtos, formarão um quadro definitivo do mercado mundial de leite e derivados. Os

países que não se ajustarem aos padrões internacionais de eficiência produtiva e de qualidade serão importadores em potencial e necessitarão buscar compensações para os desequilíbrios na balança comercial através de outros produtos, atente-se para isto o Brasil, possuidor de vantagens comparativas capazes de torná-lo auto-suficiente e grande exportador.

Referências Bibliográficas

- DIAS, J.C.** Estatísticas Lácteas. Anuário Milkbizz. São Paulo: Milkbizz, 1997. p. 74-83.
- FAO.** FAOSTAT Database Results, Roma: FAO Economics and Social Department. Copyright FAO 1990-1998.
- GRIFFIN, M.** World Dairy Situation: Changes and Trends. Roma: FAO Economics and Social Department, 1997, 9 p.
- RENTERO, N.** Tendências do Setor Leiteiro dos EUA e as Tecnologias Adotadas. Balde Branco, São Paulo, V. 33, n. 394, p. 52-58, Ago. 1997.
- SUPERHIPER.** Revista da Associação Brasileira de Supermercados. V.24 n. 272. Abr. 1998.