



PORTO ALEGRE, 26 A 30 DE JULHO DE 2009

SOBER 47^o CONGRESSO
SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA,
ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL

DESENVOLVIMENTO RURAL E SISTEMAS AGROALIMENTARES: OS AGRONEGÓCIOS NO CONTEXTO DE INTEGRAÇÃO DAS NAÇÕES

EXPORTAÇÕES MUNDIAIS DE LEITE E DERIVADOS E ANÁLISE DA CONCENTRAÇÃO ENTRE 2002 E 2007

glauco@cnp.gl.embrapa.br

Apresentação Oral-Comércio Internacional

GLAUCO RODRIGUES CARVALHO¹; ALZIRO VASCONCELOS CARNEIRO²; LUIZ
CARLOS TAKAO YAMAGUCHI³; CLESIANE DE OLIVEIRA⁴.
1,2,3. EMBRAPA GADO DE LEITE, JUIZ DE FORA - MG - BRASIL; 4. UNIVERSIDADE
FEDERAL DE JUIZ DE FORA, JUIZ DE FORA - MG - BRASIL.

Exportações mundiais de leite e derivados e análise da concentração entre 2002 e 2007

Grupo de pesquisa: Comércio Internacional

Resumo

O comércio mundial de lácteos ainda é pouco representativo no âmbito do agronegócio mundial. No entanto, o valor exportado de todos os produtos cresceu nos últimos anos, atingindo US\$ 56 bilhões em 2007. A participação dos maiores exportadores no total mundial tem mostrado declínio indicando que novos países estão ganhando espaço. O Brasil ainda possui participação marginal no comércio de lácteos, mas a evolução recente da produção e do consumo internos sugere maior agressividade nas exportações. O fluxo comercial predominante ocorre entre países europeus, sobretudo em produtos como queijos, iogurte e leite fluido. Nas exportações de leite em pó, manteiga e soro de leite os países europeus também são predominantes, mas surgem outros países externos ao continente entre os grandes exportadores.

Palavras-chave: comércio internacional, leite e derivados, índice de concentração

Abstract

The world trade of dairy products is still smaller than other agribusiness products. However the export value of all dairy products has grown in recent years. In 2007 the world exports US\$ 56 billions in milk and milk products. The share of largest exporters has been decreasing and suggest that new countries insight in this market. The Brazil has a small share of the dairy market and recently the production of milk is increasing more than the consumption. The world dairy trade is strongest in Europeans countries mainly cheese, yogurt and fluid milk. In exports of milk powder, butter and whey, the European countries are also prevalent, but are other countries outside the continent among the major exporters.

Key Word: International trade, dairy products, concentration index



1. Introdução

O comércio mundial de lácteos ainda é relativamente pouco expressivo, sendo que a maioria dos países vende seus produtos internamente. No entanto, nos últimos anos verificou-se uma forte expansão nos valores transacionados, atingindo cerca de US\$ 56 bilhões em 2007. Esse valor representou um crescimento de 28,5% em relação a 2006 e de 114,4% ante 2002.

No Brasil, as exportações de lácteos ainda são pouco expressivas em relação ao total do agronegócio, mas seu crescimento foi bastante sólido nos últimos anos. O país deixou de ser um importador líquido para se tornar um exportador. De fato, o setor lácteo brasileiro passou por transformações políticas e econômicas importantes a partir da década de 1990. Os mercados conviveram com surtos de importações de produtos devido ao câmbio sobrevalorizado, tabelamento de preços para combate à inflação e mudanças nas políticas de apoio à produção. Recentemente o setor passou a perseguir a abertura de mercados externos, sendo necessário repensar estratégias competitivas e tratar diretamente os aspectos de qualidade na produção.

A indústria acompanhou a evolução do setor com investimentos em novos processos tecnológicos e de gestão, acompanhada de inovações na cadeia de suprimentos, principalmente com novos processos logísticos. Investimentos em marketing também foram intensificados, na esteira do lançamento de produtos e marcas diversificados. Todavia, no campo do comércio exterior precisa-se avançar bastante e conhecer melhor o comércio mundial de lácteos. Nessa área, ainda existe um grande desconhecimento que passa pela legislação, padronização de produtos, enfim, barreiras tarifárias e não-tarifárias.

Diante disso, pretende-se nesse artigo analisar a evolução do comércio mundial de lácteos, destacando os grandes exportadores e os principais compradores por derivado lácteo. Além disso, será feita uma análise da concentração no segmento exportador correlacionando-a com o caso brasileiro.

2. Revisão de Literatura

A pecuária de leite tem passado por transformações importantes em todo o mundo. No Brasil, a produção de leite tem apresentado um crescimento contínuo, acima do consumo interno, sendo necessário uma inserção mais agressiva no mercado internacional, conforme exposto em Martins (2007). Segundo este mesmo autor, de 1991 até 2005 a produção brasileira de leite cresceu 60%, mas a população cresceu 23,5% e o poder aquisitivo de cada brasileiro aumentou 19,5%, ou 1/3 do crescimento do consumo. Isso fez com que abrisse um fosso entre o crescimento da produção e do consumo per capita. As diferentes taxas de crescimento fizeram com que, gradativamente, a produção per capita e o consumo per capita fossem se aproximando, até que empataram, a partir de 2004. Portanto, a organização da cadeia produtiva do leite nos anos noventa levou a uma substituição de importações e a uma auto-suficiência nacional. Segundo Krug (2004) a indústria tem vivido um momento de grandes mudanças, exigindo, maior competitividade em custos, tecnologias, economias de escala e escopo, logística, marketing, segurança alimentar e certificação. Para os próximos anos o desafio maior será a exportação de leite.



São poucos os estudos aprofundados e específicos sobre comércio exterior de lácteos no Brasil, embora um extenso conjunto de textos explique as transformações do agronegócio durante a década de 1990, como, por exemplo, Yamaguchi et al. (2001), Alves (2001), Martins et al. (2004),

Os produtos lácteos estão entre aqueles que apresentam elevados subsídios e outras distorções ao comércio mundial. Aliás, o comércio internacional, ano a ano, tem utilizado um número cada vez maior de exigências de caráter técnico. Tais exigências podem ser encaradas como uma forma moderna de protecionismo comercial, uma vez que à medida que é exigido o cumprimento de diversas normas, padrões e regulamentações, fica mais difícil e custosa à atividade exportadora (CUNHA FILHO, 2006). Segundo analisado em Viegas (2006), considerando o total de linhas tarifárias e o valor exportado de leite e derivados, os coeficientes de frequência e de cobertura de barreiras não-tarifárias apresentados para o Brasil foram 12,05% e 29,64%, respectivamente. Ou seja, 12,05% das linhas tarifárias e 29,64% do valor exportado estiveram sujeitos a algum tipo de barreira não tarifária em algum mercado.

Em termos de competitividade, o país possui disponibilidade de terra, de água e tecnologia para produção em regiões tropicais. Segundo Carvalho (2007) o aumento de produção no Brasil na última década ocorreu principalmente devido ao aumento da produtividade média. Ainda assim, o país ocupa uma posição ruim no âmbito mundial nesse indicador, com uma produtividade quase três vezes inferior a da Nova Zelândia e sete vezes menor que a dos Estados Unidos. Já no âmbito de custos, o Brasil encontra-se no segundo grupo de maior competitividade, ao lado de Nova Zelândia e Austrália. A Argentina possui o menor custo de produção enquanto os Estados Unidos tem o custo mais elevado.

Todavia, a competitividade possui elementos externos a cadeia produtiva propriamente dita, mas que afetam seu desempenho. Conforme salientado em Porter (1999), a competitividade de um país depende da capacidade de sua indústria de inovar e melhorar. Além disso, as estruturas econômicas, as instituições e a história são fatores que contribuem para o êxito competitivo.

Em termos de produção de leite, existem variados processos produtivos em todo o mundo e a produção está distribuída por inúmeros países. O crescimento histórico da produção é de aproximadamente 1,2% ao ano e os países em desenvolvimento vem ganhando participação frente aos desenvolvidos, indicando certa alteração na geografia da oferta de leite. Os países asiáticos foram os que mais aumentaram participação na oferta, sobretudo China e Índia. Por outro lado, o continente Europeu vem apresentando recuo na participação de mercado com destaque para os países da parte oriental como Rússia e Ucrânia, que passaram por processo de reorganização após o desmembramento da antiga União Soviética. No âmbito da concentração produtiva, verifica-se que a oferta de leite é desconcentrada em nível de país, além de ter apresentado tendência de desconcentração entre 1992 e 2004, registrando ligeiro aumento em seguida (CARVALHO, 2008).

3. Metodologia

Primeiramente, foram consultadas bases de dados oficiais do *Commodity Trade Statistics Database* (COMTRADE, 2009), levantando séries históricas de exportação e países exportadores de produtos lácteos entre 2002 e 2007. Em seguida, os dados dos



países foram agrupados e ordenados de forma a permitir o cálculo da participação de mercado dos principais destinos e análise da concentração na exportação de lácteos. Para este estudo foram considerados produtos lácteos nas linhas tarifárias de SH-0401 a SH-0406. Por simplificação, os dados foram definidos e agrupados conforme a Tabela 1.

Tabela 1 – Nomenclatura e agrupamentos considerados para lácteos

Produto	Código SH	Subclasses
LEITE FLUIDO	0401	0401.10
		0401.20
		0401.30
LEITE EM PÓ	0402	0402.10
		0402.21
		0402.29
		0402.91
		0402.99
IOGURTE	0403	0403.10
		0403.90
SORO DE LEITE	0404	0404.10
		0404.90
MANTEIGA	0405	0405.10
		0405.20
		0405.90
QUEIJOS	0405	0406.10
		0406.20
		0406.30
		0406.40
		0406.90

Fonte: COMTRADE (2009), Elaboração dos autores.

Para a análise de concentração foi utilizada a Razão de Concentração (CR). Essa medida é frequentemente utilizada para avaliações diversas, onde o objetivo é identificar no tempo a participação das maiores empresas ou país em determinado mercado. A Razão de Concentração é um índice que fornece a parcela de mercado dos k maiores países (k = 1, 2, ..., n). Assim,

$$CR(k) = \sum_{i=1}^k S_i \quad (1)$$

Onde

S_i = participação do país i na exportação mundial de lácteos.

Assim, quanto maior o CR, maior a concentração na exportação de derivados lácteos nos k maiores países. As respectivas razões de concentração calculadas para esse estudo foram CR(1) e CR(5) e representam a participação do maior produtor e dos cinco maiores no total mundial.



4. Resultados e Discussões

4.1. Evolução das exportações

As exportações globais de lácteos atingiram US\$ 56 bilhões em 2007, o que representou um crescimento de 28,5% em relação a 2006. No entanto, o comércio desse produto ainda é relativamente pouco explorado, sendo que a maioria dos países vende sua produção internamente.

Os produtos lácteos mais exportados mundialmente são os queijos, leite em pó e leite fluído, com o grupo de queijos representando cerca de 38,8% das exportações globais. Este três produtos em conjunto respondem por 76% das exportações mundiais. Analisando o período de 2002 a 2007, verifica-se que todos os produtos registraram incremento do valor exportado e o total de lácteos aumentou cerca de 114%, ou seja, em cinco anos houve duplicação do valor exportado (Tabela 2). Esse desempenho foi devido a dois fatores principais: i) o crescimento da economia mundial, que estimulou o aumento do fluxo de comércio; ii) a alta de preços no mercado internacional de lácteos em 2007.

Apesar de todos os produtos terem registrado crescimento do comércio, a expansão foi distinta entre os lácteos. Houve ganho de participação no comércio de leite fluído, iogurte e soro de leite. As exportações de soro de leite, por exemplo, aumentaram quatro vezes. Por outro lado, tanto os queijos quanto a manteiga e leite em pó tiveram sua participação reduzida no comércio global, apesar do aumento no valor transacionado.

Tabela 2 – Exportações mundiais de produtos lácteos, por grupo (US\$ bilhões)

Ano	Fluido	Pó	Iogurte	Soro	Manteiga	Queijos	Total lácteos
2002	2,7	7,0	1,6	1,1	2,6	11,1	26,1
2003	3,5	8,2	2,0	1,2	3,4	13,5	31,7
2004	4,2	9,8	2,4	1,7	4,1	15,8	38,1
2005	4,6	10,2	2,8	2,2	4,2	16,9	40,9
2006	4,9	10,6	3,0	2,8	4,0	18,3	43,6
2007	6,3	14,5	3,7	4,5	5,2	21,7	56,0
Variação (%)							
2007/2002	130,0	106,1	136,5	305,6	101,1	96,6	114,4
2007/2006	28,0	37,0	25,0	62,2	31,1	18,7	28,5

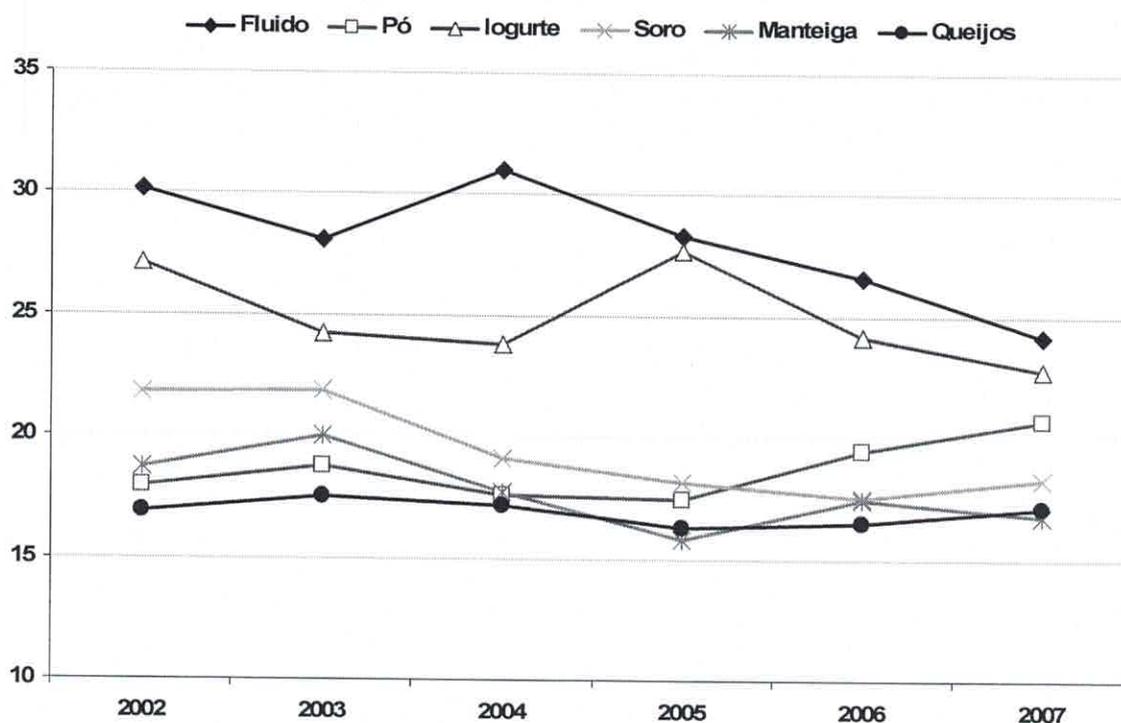
Fonte: COMTRADE (2009). Elaboração dos autores.

4.2. Análise da Concentração

No âmbito da concentração entre os países exportadores nos diferentes derivados lácteos, verifica-se movimentos distintos pela análise do CR(1), ou seja, do maior exportador. Como pode ser observado na Figura 1, os maiores indicadores foram encontrados no leite fluído e no iogurte. No entanto, pode-se notar que na maioria dos produtos houve recuo de participação do maior exportador no total mundial, sendo esta mais expressiva justamente nos produtos de maior concentração. Aliás, nestes dois produtos a Alemanha se destacou como o principal exportador mundial, porém com



participação decrescente. Em síntese, pelo CR(1) houve tendência de declínio na maioria dos lácteos, com exceção do leite em pó, cuja Nova Zelândia detém cerca de 21% do mercado mundial e apresentou participação crescente após 2005.

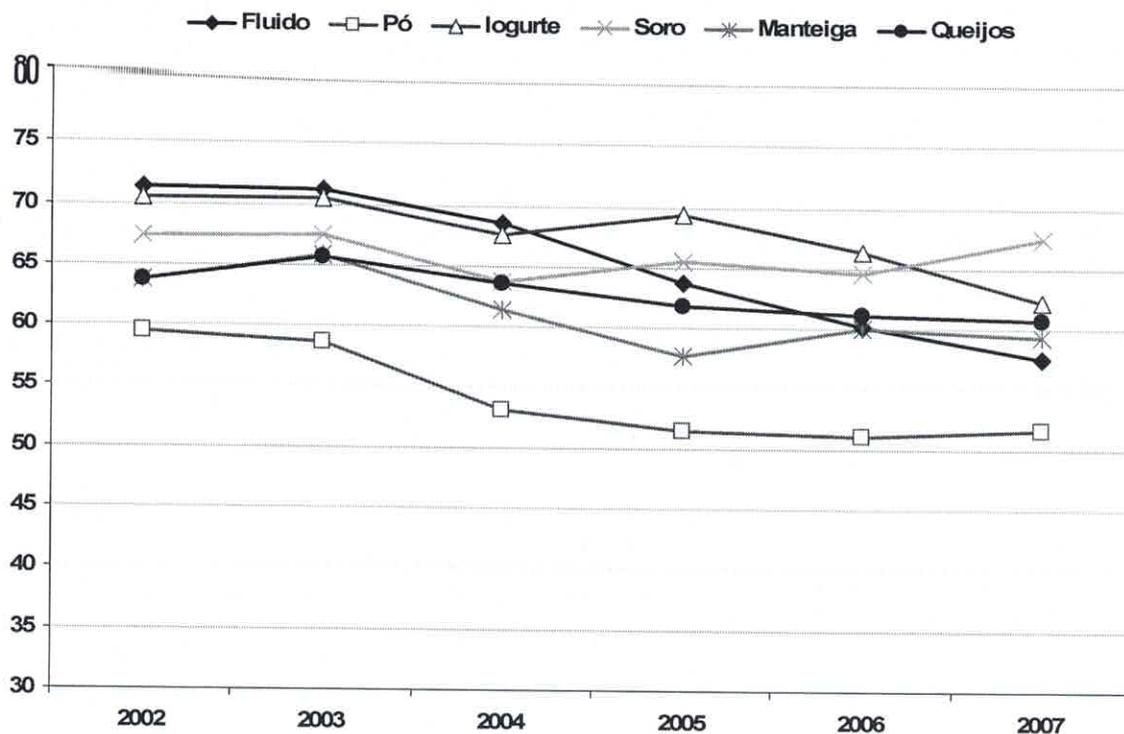


Fonte: COMTRADE (2009). Elaboração dos autores.

Figura 1 – Evolução da participação do maior exportador no mercado mundial, por derivado lácteo (%)

Já com base no CR(5), ou seja, na participação dos cinco maiores exportadores no total mundial, o movimento também foi de declínio em quase todos os produtos, com destaque para leite fluido e iogurte, com quedas de 13,7 e 8,3 pontos percentuais entre 2002 e 2007 (Figura 2). Nestes dois casos, as exportações estão concentradas em países membros da União Européia, ilustrando perda de participação dos grandes exportadores do bloco. Somente no soro de leite foi verificada estabilidade na concentração no período analisado. Cabe destacar ainda que o leite em pó foi o produto com menor concentração, com cinco países detendo pouco mais de 50% das exportações mundiais.

Esse movimento de declínio na participação dos grandes exportadores de lácteos sugere a entrada de novos países no mercado mundial. Essa tendência está sendo verificada também na produção de leite, com perda de participação da Europa e incremento da Ásia e América Latina. Apesar disso, a Europa ainda domina o comércio mundial de leite e derivados, apresentando elevada movimentação dentro do bloco econômico, conforme será discutido a seguir.



Fonte: COMTRADE (2009). Elaboração dos autores.

Figura 2 – Evolução da participação dos cinco maiores exportadores no mercado mundial, por derivado lácteo (%)

4.3. Análise da origem e destino

4.3.1. Leite fluido

A Alemanha é o principal exportador de leite fluido com cerca de US\$ 1,5 bilhão em 2007 e uma participação de aproximadamente 24% no total mundial. Em termos de fluxo de comércio de leite fluido, verifica-se uma expressiva relação entre os países europeus. Dos cinco maiores exportadores em 2007, todos pertencem ao continente. As vendas também ocorrem para países próximos, devido às dificuldades e custos logísticos para transporte de leite fluido. Outro ponto relevante encontra-se no fato das exportações se concentrarem em poucos países, conforme Tabela 3. Considerando os cinco principais destinos de cada exportador, verifica-se que eles concentram de 81,3% a 97,7% das vendas. Isso considerando apenas os maiores exportadores e seus principais compradores.

A participação brasileira neste mercado ainda é embrionária, com uma representação de apenas 0,16% do total mundial. O principal cliente do Brasil em 2007 foi a Filipinas, comprando quase 60% do total exportado. Em seguida, a Venezuela também se apresenta como importante parceiro comercial. Os cinco principais destinos das exportações brasileiras de leite fluido absorvem cerca de 95% do total.



Tabela 3 - Leite fluido: principais exportadores e destinos em 2007.

País	Principais destinos	Participação dos cinco principais compradores (%)
Alemanha	Itália (39,6%), Holanda (17,7%), Bélgica (13%), França (7%), Grécia (5,5%)	82,9
França	Espanha (30,7%), Itália (29,9%), Bélgica (10,4%), Alemanha (5,3%), Reino Unido (5%)	81,3
Bélgica	França (42,8%), Alemanha (22,7%), Holanda (21,2%), Reino Unido (4,9%), Luxemburgo (1,9%)	93,5
Holanda	Bélgica (48%), Alemanha (33,6%), Arábia Saudita (7,5%), França (3,2%), Reino Unido (2,5%)	94,9
Reino Unido	Irlanda (59,9%), Bélgica (26,5%), Alemanha (6,3%), França (3,4%), Holanda (1,2%)	97,7
Brasil	Filipinas (59,3%), Venezuela (25,8%), Estados Unidos (5,3%), Iran (2,5%), Bolívia (2,1%)	95,2

Fonte: COMTRADE (2009). Elaboração dos autores.

4.3.2. Leite em pó

O país com maior destaque nas exportações de leite em pó é a Nova Zelândia, com vendas de quase US\$ 3 bilhões em 2007. Seus principais parceiros comerciais encontram-se na Tabela 4 destacando o fato de que as vendas neozelandesas são relativamente pulverizadas em comparação com os demais exportadores. Enquanto os cinco principais clientes de leite em pó da Nova Zelândia respondem por 36,9% de suas vendas, na Alemanha os cinco principais compram 66,1% do total. Vale destacar ainda a presença dos países asiáticos como importantes compradores de leite em pó, principalmente oriundos dos Estados Unidos, Nova Zelândia e Austrália.

No caso brasileiro, as vendas encontram-se em um patamar de concentração relativamente alto, perdendo apenas para Alemanha e Estado Unidos. Além disso, o Brasil ainda participa muito pouco desse mercado, com apenas 1,5% do total mundial, enquanto o maior exportador detém 21% do total. Os principais parceiros do Brasil foram Venezuela e Argélia, que juntos compraram 50% do leite em pó em 2007.

Tabela 4 - Leite em pó: principais exportadores e destinos em 2007.

País exportador	Principais destinos	Participação dos cinco principais compradores (%)
Nova Zelândia	Filipinas (8,6%), Venezuela (7,8%), Malásia (7%), China (6,9%), Arábia Saudita (6,5%)	36,9
Alemanha	Holanda (27,6%), Itália (21,1%), Grécia (6,3%), Reino Unido (5,6%), Bélgica (5,5%)	66,1
Holanda	Arábia Saudita (11,7%), Nigéria (8,7%), Emirados Árabes Unidos (7,4%), Bélgica	40,4



(6,8%), Grécia (5,9%)

Estados Unidos	México (31,7%), Filipinas (10,9%), Indonésia (10,4%), Malásia (7,1%), Tailândia (7,9%)	64,9
Austrália	Malásia (15%), Singapura (13,2%), Indonésia (10,7%), Filipinas (7,5%), Tailândia (6,6%)	53,0
Brasil	Venezuela (25,6%), Argélia (24,3%), Senegal (5,7%), Cuba (2,7%), Sudão (2,5%)	61,0

Fonte: COMTRADE (2009). Elaboração dos autores.

4.3.3. Iogurte

No mercado de iogurte a Alemanha é o principal exportador, com vendas de US\$ 846 milhões e uma participação de 22,8% no total mundial. No entanto, a participação dos grandes países nas exportações de iogurte vem apresentando declínio, o que indica que novos agentes estão ganhando participação nesse mercado. Apesar disso, o fluxo comercial predominante ocorre entre países europeus, conforme ilustrado na Tabela 5. Todos os grandes exportadores são países europeus, bem como seus principais clientes. As vendas também são relativamente concentradas, com cinco compradores absorvendo mais de 80% das exportações de cada país. Somente a Alemanha possui suas vendas relativamente pulverizadas, enviado 60,5% do iogurte para cinco países. Na Espanha, esse percentual supera 90%.

No caso brasileiro, as exportações de iogurte são inexpressivas, com um valor equivalente a 0,07% do total mundial. Além disso, o Brasil vende este produto para pouquíssimos países, com Venezuela e Argentina comprando 93% do total exportado. Os cinco principais compradores absorvem 99,4% das exportações brasileiras.

Tabela 5 - Iogurte: principais exportadores e destinos em 2007.

País	Principais destinos	Participação dos cinco principais compradores (%)
Alemanha	Reino Unido (15,4%), Itália (15%), Holanda (11,8%), Espanha (9,2%), França (9,2%)	60,5
França	Reino Unido (15,4%), Itália (15%), Holanda (11,8%), Espanha (9,2%), França (9,2%)	87,7
Bélgica	Alemanha (26,7%), Holanda (20,6%), Reino Unido (13,4%), França (12,8%), Itália (7,3%)	80,8
Áustria	Alemanha (36,2%), Itália (18,9%), Espanha (18,2%), Holanda (5,6%), Eslovênia (5%)	83,9
Espanha	Portugal (42,9%), França (31,1%), Itália (9,2%), Angola (4,7%), Reino Unido (3,4%)	91,4
Brasil	Venezuela (61,7%), Argentina (31,6%), Uruguai (3,8%), Estados Unidos (1,8%), Angola (0,5%)	99,4

Fonte: COMTRADE (2009). Elaboração dos autores.



4.3.4. Soro de Leite

O soro de leite foi o produto com maior crescimento no valor exportado mundialmente fechando 2007 em US\$ 4,5 bilhões. A Alemanha se destacar como o principal exportador, com 18,3% do mercado global. O comércio mundial de soro, a exemplo dos demais produtos, ocorre predominantemente entre países europeus. A Holanda, por exemplo, aparece como grande exportador e importador de soro. O mesmo pode ser observado na Alemanha e França. Apesar da forte presença europeia, verifica-se participação importante e crescente dos Estados Unidos e da Nova Zelândia nas exportações mundiais de soro.

No âmbito da concentração das vendas, a Alemanha envia cerca de 81% do soro para apenas cinco países, todos europeus, conforme Tabela 6. Nos demais países as exportações são relativamente mais pulverizadas. Na Holanda, por exemplo, os cinco principais parceiros absorvem apenas 55,5% do soro exportado e parte das vendas é destinada a países externos a Europa, como China e Coréia.

O Brasil praticamente não participa deste mercado como exportador. Aliás, o país é um importador líquido de soro, comprando cerca de US\$ 45 milhões em 2007. O pouco que o Brasil exporta, tem como principais destinos o Paraguai, Estados Unidos e Bolívia. Apesar de ter uma boa produção de queijos o país ainda não possui parque industrial robusto e competitivo no âmbito do comércio mundial de soro.

Tabela 6. Soro de leite: principais exportadores e destinos em 2007.

País	Principais destinos	Participação dos cinco principais compradores (%)
Alemanha	Holanda (60,7%), França (11,3%), Itália (5,3%), Áustria (2,1%), Bélgica (1,8%)	81,1
Estados Unidos	México (34,4%), Canadá (12,6%), China (12,2%), Japão (9,0%), Rep. da Coréia (4,8%)	73,0
França	Holanda (22,7%), China (12,9%), Espanha (8,8%), Bélgica (9%), Itália (6,0%)	58,3
Nova Zelândia	Estados Unidos (40,1%), México (9,9%), Alemanha (6,7%), China (5,7%), Canadá (5,5%)	67,9
Holanda	Alemanha (15,6%), Bélgica (12,4%), Rep. da Coréia (11,7%), França (8,9%), China (6,9%)	55,5
Brasil	Paraguai (59,9%), Estados Unidos (20,2%), Bolívia (18,1%), Angola (1,53%), Alemanha (0,27%)	100,0

Fonte: COMTRADE (2009). Elaboração dos autores.



4.3.5. Manteiga

A Nova Zelândia é o principal exportador mundial de manteiga, com US\$ 880 milhões em 2007 e uma participação de 16,8% no total mundial. Apesar disso, o fluxo de comércio de manteiga ocorre predominantemente dentro do continente europeu. O maior importador de cada um dos cinco principais exportadores pertence à Europa. Com exceção da Nova Zelândia, que pulveriza suas vendas para três continentes e da Holanda, que envia 4,5% de sua manteiga para o Japão, todas as outras transações ocorrem entre países europeus. Isso considerando apenas os cinco maiores exportadores e os cinco principais destinos, conforme Tabela 7. Outro ponto relevante diz respeito à pulverização das exportações destes países. A Irlanda concentra 90% das suas exportações em apenas cinco países. Nos demais exportadores, a participação dos cinco principais destinos varia de 38,4% a 74,1%. A Nova Zelândia é o país com maior diversificação de vendas entre os grandes exportadores mundiais de manteiga.

No caso brasileiro, as exportações de manteiga são ainda incipientes, representando apenas 0,17% do mercado mundial em 2007. Além disso, o país possui suas vendas duas vezes mais concentradas que as da Nova Zelândia, quando se observa os cinco principais destinos. As vendas brasileiras em 2007 foram direcionadas principalmente para países Árabes e do Oriente Médio, além de Egito e Geórgia. Os cinco principais destinos absorvem mais de 70% das exportações brasileiras de manteiga.

Tabela 7 - Manteiga: principais exportadores e destinos em 2007

País	Principais destinos	Participação dos cinco principais compradores (%)
Nova Zelândia	Bélgica (9,5%), Dinamarca (8,8%), Iran (7,3%), Rússia (6,5%), Estados Unidos (6,4%)	38,5
Bélgica	França (31,3%), Alemanha (15,2%), Holanda (13,2%), Itália (10,6%), Reino Unido (3,8%)	74,1
Holanda	Alemanha (19,8%), França (19,1%), Bélgica (17,5%), Japão (4,5%), Suíça (2,9%)	63,9
Irlanda	Alemanha (32,8%), Reino Unido (28,4%), Bélgica (12,4%), França (10,3%), Holanda (6,2%)	90,0
Alemanha	França (17,5%), Itália (14,5%), Bélgica (11,1%), Áustria (6,1%), República Tcheca (7,7%)	59,0
Brasil	Iêmen (28,9%), Geórgia (14,7%), Kuwait (12,1%), Egito (11%), Arábia Saudita (9,7%)	76,4

Fonte: COMTRADE (2009). Elaboração dos autores.

4.3.6. Queijos

O comércio de queijos é o mais robusto entre os produtos lácteos. Além disso, envolve nichos e produtos de elevado valor agregado. Seu comércio ocorre predominantemente entre os países Europeus. Aliás, a Europa vem se especializando na



produção e venda de produtos de maior valor agregado, atenuando assim os efeitos negativos de sua menor competitividade nos custos de produção de leite. Os principais exportadores mundiais de queijos são todos membros do continente europeu, com destaque para Alemanha, França e Holanda, que junto exportaram US\$ 10 bilhões em 2007 ou 46% do mercado global.

O Brasil participa com apenas 0,17% das vendas globais de queijo e possui suas vendas relativamente mais concentradas que os grandes exportadores. Enquanto a Alemanha destina 58,7% dos queijos para cinco compradores, no caso brasileiro esse percentual chega a 70%. Além disso, os embarques brasileiros são destinados a países com menor restrição a qualidade do produto e exigências técnicas. A Argentina é o principal destino dos queijos brasileiros, absorvendo quase 25% dos embarques.

Tabela 7 - Queijos: principais exportadores e destinos em 2007

País	Principais destinos	Participação dos cinco principais compradores (%)
Alemanha	Itália (28,9%), Holanda (8,4%), França (7,9%), Espanha (6,8%), Rússia (6,6%)	58,7
França	Alemanha (24,9%), Reino Unido (12,5%), Bélgica (12,5%), Espanha (8,5%), Itália (7,2%)	65,6
Holanda	Alemanha (38,3%), Bélgica (10,7%), França (8,7%), Espanha (5,9%), Grécia (5%)	68,6
Itália	Estados Unidos (16,5%), França (15,7%), Alemanha (15,1%), Reino Unido (10,7%), Suíça (6,3%)	64,3
Dinamarca	Alemanha (29,6%), Suécia (9,6%), Espanha (8,2%), Reino Unido (6,4%), Estados Unidos (5,6%)	59,4
Brasil	Argentina (24,3%), Coreia do Sul (13,2%), Chile (13,1%), Angola (10%), Outros países da Ásia (9,7%)	70,1

Fonte: COMTRADE (2009). Elaboração dos autores.

5. Conclusão

As exportações mundiais de lácteos totalizaram US\$ 56 bilhões em 2007, mostrando importante crescimento em relação aos anos anteriores. Queijos e leite em pó são os produtos com maior valor transacionado, mas também os que registraram crescimento abaixo da média de lácteos. Ainda assim, esses produtos registram importante aumento na exportação mundial.

As principais transações ocorrem entre os países europeus, mas Austrália e Nova Zelândia são também importantes exportadores líquidos de leite e derivados, sobretudo em leite em pó e manteiga. Entre 2002 e 2007, houve recuo na concentração das exportações em quase todos os produtos e novos países ganharam espaço no comércio internacional de lácteos. Vale destacar que a elevação dos preços internacionais entre 2002 e 2007 possibilitou que países tradicionalmente não exportadores ganhassem espaço e



competitividade. Os Estados Unidos, por exemplo, tiveram sua competitividade elevada tanto pela elevação dos preços na Europa e Oceania quanto pela desvalorização do dólar frente a diversas moedas, principalmente ao euro.

No entanto, a desaceleração dos preços internacionais e os efeitos da crise financeira mundial sobre o setor podem gerar alterações de competitividade entre os diferentes países. O posicionamento perante a conjuntura global vai depender das medidas tomadas pelos diferentes países e das estratégias adotadas pelas empresas exportadoras. As empresas que pretendem inserir mais agressivamente neste mercado, precisam se adequar às especificações exigidas, atentando para o processo de produção, teor de gordura e sal. Enfim, atentar para normas e padrões exigidos no comércio mundial. Para os próximos anos, vale ressaltar que a política europeia para o setor lácteo inclui o fim das cotas em 2014/2015. Até lá, algumas oportunidades devem surgir. No caso do Brasil poderá ser o momento para consolidar a presença no mercado internacional de lácteos. O Brasil ainda possui presença marginal no comércio de lácteos, mas precisa criar estratégias e desenvolver acordos comerciais para ingressar de maneira mais incisiva, até porque a expansão recente da produção de leite encontra-se acima do consumo.

6. Bibliografia

- ALVES, E. **Características do desenvolvimento da agricultura brasileira**. In: GOMES, A.T. al (Ed.). O agronegócio do leite no Brasil. Juiz de Fora: Embrapa Gado de Leite, 2001. p.262. lves (2001)
- CARVALHO, G.R.; HOTT, M.C.; OLIVEIRA, A. F. Análise espacial da produção de leite no Estado de Minas Gerais em base microrregional. Análise espacial da concentração da produção de leite e potencialidades geotecnológicas para o setor. XLV CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 45, 2007, Londrina. **Anais...** Londrina: SOBER, 2007. 1 CDROM.
- CARVALHO, G. R. ; VIEIRA, S. B. K. ; DUARTE, M. M. ; GUIMARÃES, T. F. A. . Produção mundial de leite: uma análise da concentração entre 1992 e 2006. In: 10 Congresso Panamericano do Leite, 2008, San José. **Anais...** San José: FEPALE, 2008. 1 CDROM.
- COMTRADE - Commodity Trade Statistics Database. **Database, 2009**. Disponível em: <<http://comtrade.un.org/db/>>. Acesso em: 15 mar. 2009.
- CUNHA FILHO, J. H. Impactos econômicos de medidas técnicas impostas sobre a exportação de carne de frango brasileira. Piracicaba: Cepea/Esalq, fev. 2006. 26 p. (Série Estudos de Comércio Internacional) Disponível em: <<http://www.cepea.esalq.usp.br/pdfs/146.pdf>>.
- FAO - FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS. **FAOSTAT database, 2007**. Disponível em <<http://faostat.fao.org/>>. Acesso em: 05 fevereiro 2008.
- KRUG, E. E. B. **Relação produtor / indústria: políticas de desenvolvimento e de preço: o caso Elegê**. In: Leite: uma cadeia produtiva em transformação. Juiz de Fora, Embrapa Gado de Leite. p. 75-84, 2004.
- KUPFER, D. HASENCLEVER, L. **Economia Industrial: fundamentos teóricos e práticos no Brasil**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.



MARTINS, P. C. O futuro é leite em excesso. Piracicaba. **Portal Milkpoint**. Jan. 2007. Disponível em: <<http://www.milkpoint.com.br/?noticiaID=33524&actA=7&areaID=50&secaoID=120>>;

MARTINS, P.C.; GONTIJO, J.A.; BARROS, G.S.C.; NETTO, V.N.; BARROSO, M. **O mercado mundial de lácteos e as cooperativas de leite brasileiras**. In: MARTINS, P. C. et al (Ed.). O futuro do cooperativismo de leite. Juiz de Fora: Embrapa Gado de Leite, 2004, p.112.

PORTER, M. E. **Competição = on competition: estratégias competitivas essenciais**. Rio de Janeiro: Campus, 1999;

YAMAGUCHI, L. C. T., et al. **Produção de leite no Brasil nas últimas três décadas**. In: GOMES, A.T. al (Ed.). O agronegócio do leite no Brasil. Juiz de Fora: Embrapa Gado de Leite, 2001. p.262.

SOBER 47^o CONGRESSO

SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA,
ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL



PORTO ALEGRE, 26 A 30 DE JULHO DE 2009
REITORIA DA UFRGS - Av. Paulo Gama, 110



DESENVOLVIMENTO RURAL E SISTEMAS AGROALIMENTARES. OS AGRONEGÓCIOS NO CONTEXTO DE INTEGRAÇÃO DAS NAÇÕES



Fabricado por Wave Media - www.wavemedia.com.br