



Observatorio de la Economía Latinoamericana

Revista académica de economía
con el Número Internacional Normalizado de
Publicaciones Seriadas ISSN 1696-8352
N° 71, diciembre 2006

ECONOMIA DO BRASIL

<http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/br/index.htm>

COMPETITIVIDADE DO LEITE EM PÓ BRASILEIRO NO MERCADO INTERNACIONAL

ROGER BETTIN MULLER¹
EDUARDO MAUCH PALMEIRA²

RESUMO

Objetiva-se, no presente estudo, fazer uma análise dos principais mercados compradores de leite em pó no mundo. Este trabalho, inicialmente mostra a realidade do mercado mundial de leite, seus maiores produtores e faz um apanhado geral para mostrar quem são os melhores dominadores da atividade leiteira. Em seguida, apresentar-se-á os maiores exportadores de leite em pó para conhecer quem serão os maiores concorrentes brasileiros no atual Cenário Internacional e mostrar os principais importadores de leite em pó, para nortear a escolha de um país de destino para o produto da Cosulati. Apresentar-se-á a realidade do cenário nacional, os definir-se-ão os principais estados produtores e a atual realidade da atividade leiteira. Far-se-á referência à realidade do Rio Grande do Sul na atividade leiteira, mostrar-se-á parte do seu histórico, com o intuito de tomar ciência dos dados de produção atuais. A pesquisa foca a Cosulati, empresa localizada na cidade de Pelotas, que trabalha para crescer e se tornar uma potencial exportadora de leite em pó. Encerrar-se-á o presente com a escolha do País de destino para esse produto e com a definição do porquê de escolher este destino.

¹ Acadêmico do curso de Administração de Empresas com Habilitação em Comércio Exterior-Faculdade Atlântico Sul de Pelotas – RS/Brasil.

roger.muller@terra.com.br

² Economista e Professor da Faculdade Atlântico Sul de Pelotas-RS/Brasil

eduardopalmeira@brturbo.com.br

ABSTRACT

The aim of this paper is analyzing the main powder milk buyer markets in the world. This paper firstly shows the current status of the milk world market, as well as the biggest producers, and an overview showing the best leaders in the milky sector. Secondly, the biggest powder milk exporters will be shown in order to know who will be the largest competitors Brazil will face in the current international scenario, and the main powder milk importers will be shown in order to guide the decision for a destiny country to Cosulati's product. The domestic market reality will be shown, the main producer states will be determined as well as the current status of the milky sector. The history and current status of the milky sector in Rio Grande do Sul will be reported aiming at presenting current production data. The research is focused on Cosulati, a company located in Pelotas, which looks at growing and becoming a potential powder milk exporter. The study will be concluded with the decision for a destiny country for that product and the proper justification for such option.

Introdução

O presente trabalho baseou-se no grande e acelerado crescimento do mercado internacional a cada ano que passa. Esse crescimento se deve à globalização, levando-nos a tomar uma atitude : agir “localmente”, mas pensar globalmente.

Por pensar neste crescimento global e, especialmente, no da região Sul, dei início a este trabalho de conclusão de curso. Para tal, expressei, como principal preocupação, a falta de conhecimento de mercado das empresas emergentes, ao contrário das grandes empresas- que já dispõem de uma base sólida e de um grande conhecimento no mercado internacional.. Muitas vezes, as empresas emergentes, por não terem nenhum tipo de conhecimento do mercado internacional, contratam um Tradding- já conhecedor de mercado e experiente quanto a negociações internacionais. Minha finalidade precípua neste momento de conclusão de curso é evidenciar que uma empresa é capaz de negociar internacionalmente com funcionários adequados e economizar o máximo possível, sem contratar terceiros para exercer as atividades empresariais.

Com base na COSULATI- Cooperativa Sul-Rio-grandense de Laticínios Ltda.-, que está realizando um projeto de aumento em sua planta de secagem de leite em pó, triplicando o seu volume de produção e adotando o método já comentado-, constata-se o fato de a empresa estar agindo “localmente”, entretanto, ao mesmo tempo, tenciona expandir suas negociações pelo resto do mundo.A intenção deste trabalho é identificar os maiores produtores, compradores e vendedores mundiais de leite em pó.

Para efetivar este trabalho, foram realizadas pesquisas com diversos materiais disponíveis, sobre os quais se tratará a seguir, a fim de dar concisão e estrutura à pesquisa, com o intuito de apresentar os concorrentes do Brasil no mercado internacional e determinar o melhor mercado para o produto brasileiro.

Cabe ressaltar que os instrumentos desta pesquisa foram “sites” na Internet- como o da FAO, o da Embrapa, do MDIC, entre outros. E, também, o acesso a livros e a pessoas ligadas a empresas e a órgãos do governo.

No primeiro capítulo, foi analisada a situação atual do mercado mundial do leite, a qual mostra os maiores produtores, exportadores e importadores mundiais desse produto. Ademais, fez-se um apanhado geral sobre todos os continentes do mundo com o objetivo de mostrar a realidade de cada um deles, tornando possível, assim, analisar quem são os maiores e principais concorrentes do Brasil, verificar o porquê do crescimento e estudar suas técnicas, raças e manejos de animais dentro da atividade leiteira. E, também, detectar os maiores exportadores, perceber como estes países têm um grande domínio sobre o mercado internacional e apresentar os principais importadores do produto, com o objetivo de decidir pelo País mais pertinente a se destinar o leite em pó produzido no Brasil.

CENÁRIO INTERNACIONAL

O maior produtor mundial de leite de gado, no ano de 2005, foram os Estados Unidos, que concentra suas atividades em confinamento. Inclusive, constatou-se que não basta a grande tradição no setor, mas, sim, o domínio das técnicas e o investimento em produtividade. Como a exemplo do Brasil, Argentina e Uruguai,

compostos de grandes extensões de terra, uma cultura fortíssima na criação de gado. Entretanto, menor produção se compararmos a países pobres como a Índia e a países com pouca área para desenvolvimento no setor, como a Rússia, Estados Unidos e Alemanha.

É relevante destacar a Nova Zelândia, por ser uma ilha pequena, ter uma grande produtividade e ser portadora de grandes tecnologias e de fácil adaptação a novas tendências e a novos segmentos, ter conseguido baixar seus custos e se tornar competitiva.

O comércio mundial de leite e derivados é dominado pela União Européia, em 1995, participava com 40,1% das exportações e 15,9% das importações, não considerando o comércio intracomunitário. Os maiores importadores são a Rússia com 17,0%; o Japão com 16,5%, a seguir a União Européia, o México com 13,4%, os Estados Unidos com 9,7 e a Argélia com 8,5%. O Brasil é responsável por 5,7% das importações totais e 10,6% das importações de leite em pó.

A Nova Zelândia e a Austrália, juntas, participam com aproximadamente 40,0% das exportações. Estes dois países são tradicionais exportadores, especialmente a Austrália, na medida em que a União Européia tornou-se auto-suficiente em quase todos os produtos agrícolas, voltou-se para o mercado asiático e africano. Já a Nova Zelândia tem uma forte dependência da Europa, em especial do Reino Unido.

Os Estados Unidos são o quarto maior exportador, ao contrário dos países da Oceania. A União Européia é um exportador de excedentes de uma produção dependente de políticas protecionistas que, mantidas ao longo dos anos, estimularam um crescimento contínuo da produtividade, desembocando em uma superprodução estrutural iniciada nos anos 70 e, na década de 80, em uma política de exportações subvencionadas.

CENÁRIO NACIONAL

Os anos 90 foram muito ricos para o Brasil e para a pecuária leiteira. Embora a abertura econômica tenha provocado grande desnacionalização das empresas brasileiras e invasão de produtos estrangeiros em nosso mercado, como os lácteos, fazendo o País se tornar pátria mundial desses produtos, situação interrompida graças às alíquotas compensatórias dos lácteos estrangeiros, mediante ação da Leite Brasil/CNA, obrigou a atividade a se tornar mais profissional - lei da globalização econômica. As novas normas de produção de leite e derivados, recentemente editada pelo Ministério da Agricultura, são filhas diretas dessa nova ordem planetária.

Mesmo depois de todos esses acontecimentos e essas mudanças, pode-se perceber, com a leitura da Tabela 2.1, que os pecuaristas estão no rumo do caminho certo, com todo o potencial existente, e sem auxílio dos governos. A melhora e muito da produção de leite de gado é uma realidade comprovada em dados estatísticos, e, portanto, uma vitória para os pecuaristas, apesar das dificuldades enfrentadas pelo setor, reergue-se paulatinamente.

Com as atuais mudanças ocorridas no setor leiteiro, as pequenas propriedades familiares deixarão de ser produtoras de leite de gado, tendo em vista o processo se

profissionalizar de tal maneira e os investimentos serem muito altos e de grande valor. Cada vez mais os produtores se confrontam com as indústrias para conseguirem um melhor preço pelo seu leite. Como a concorrência se faz presente, se o produtor não se qualificar e não quiser ou não obtiver recursos para investir em sua propriedade, seu negócio, diminuirá a diferença entre despesa e receita, obrigando-o a parar com a atividade leiteira.

O Brasil é o sexto maior produtor de leite do mundo e cresce a uma taxa anual de 4%, superior à taxa dos países ocupantes dos primeiros lugares. Respondemos por 66% do volume total de leite produzido nos países que compõem o Mercosul. Em razão do faturamento de alguns produtos da indústria brasileira de alimentos na última década, pode-se avaliar a importância relativa do produto lácteo no contexto do agronegócio nacional, registrando 248% de aumento contra 78% de todos os segmentos.

SITUACAO NO RIO GRANDE DO SUL

A produção de leite se faz presente na economia gaúcha desde seu principio, dados apresentados pelo Censo Industrial do ano de 1920 mostram a existência de 24 estabelecimentos que industrializavam derivados no Estado, representava um total de 30,77% dos 78 estabelecimentos nacionais. O estado só perdia para o estado de Minas Gerais, já que dispunha de 32 estabelecimentos responsáveis pela industrialização de derivados, marcado seu inicio no ano de 1908, com a firma Carlos Franke S.A.-CAFRASA -, em Ijuí.

Na época atual, o Rio Grande do Sul é o terceiro produtor nacional de leite, com 10,6% da produção nacional ou 2.285.806 mil litros, bem distribuída pelo território. As regiões com maior produção são a Noroeste colonial, com 11,3%, a fronteira Noroeste, com 9,4% e a Serra, com 8,1% do leite produzido no Estado. Destacam-se os municípios de Crissiumal, São Lourenço do Sul, Santo Cristo, Marau, Aceguá, Canguçu, Estrela, Panambi, Carlos Barbosa, Ibirubá e Ijuí, com produção superior a 20.000 mil litros, representando 11,9% da produção estadual. No Estado, o leite participou, no ano de 1999, com 4,89% do VBPA, participação esta com pouca variabilidade nos últimos anos. Em 1985, a participação era de 4,88%, cresceu para 5,96% em 1990 e 5,02% em 1995.

As principais indústrias de derivados do estado são a Parmalat - de capital aberto- e a Elegê- antiga CCGL-, comprada no ano de 1993, pelos irmãos chineses Shan Ban Chun e Shen Ban Yuen, donos da empresa privada de frangos, a Avipal. A cada ano, o Rio Grande do Sul vem se especializando na atividade leiteira. Ao se observar a Tabela 2.3, verifica-se que o Estado teve um acréscimo de aproximadamente 25% na sua produção anual entre os anos de 2002 e 2005. Esse aumento significativo, para a produção gaúcha, mostra o potencial e a capacidade do Rio Grande do Sul para continuar a crescer. Para solidificar o exposto anteriormente, as fábricas da Nestlé e Embaré, multinacional presente em vários países do mundo e uma empresa Brasileira que já atua

no mercado internacional há vários anos, respectivamente, estão por se instalar aqui no Estado.

A COSULATI

A Cooperativa Sul-Rio-Grandense de Laticínios Ltda, Cosulati, fundada em 21 de setembro de 1973, é constituída, atualmente, por 3.290 cooperados- que desenvolvem as atividades leiteira, avícola e graneleira- e residem em 40 municípios da área de abrangência da mesma, localizada na região sul do estado do Rio Grande do Sul. Além de seu quadro social, a cooperativa congrega por intercooperação mais de 1.700 (mil e setecentos) produtores ligados às cooperativas parceiras: Camal de Aceguá, Coopar de São Lourenço do Sul, Sul Leite de Santa Vitória do Palmar, Cooperar de Candiota e Hulha Negra, Coperforte de Santana do Livramento, Coomat de Tapes, Coopal de Canguçu, Cooperval de Herval e Associação dos Produtores de Turuçu e Associação de Pedras.

O quadro de associados da Cosulati está organizado em 91 núcleos, criados com o objetivo de facilitar a participação dos cooperados no funcionamento da Cooperativa, distribuídos em 40 municípios da área de abrangência da Cooperativa. Ademais, os cooperados foram tomando parte nas decisões, eleições, planejamento, aperfeiçoamento técnico e financiamentos, com reuniões de núcleo nas comunidades. O objetivo principal da Cooperativa é de industrializar e comercializar a produção dos associados (leite, aves e grãos) e proporcionar, valendo-se dos ganhos gerados com a comercialização segura, a sua permanência no campo e a conseqüente melhora na qualidade de vida. Integrando esse processo, a Cooperativa conta com 458 funcionários, que desempenham suas funções diariamente para o seu andamento.

A Cosulati desenvolve suas atividades em 3 áreas: laticínios, avicultura e, rações e cereais. Na área de laticínios, em 2005, a Cooperativa industrializou 104 milhões de litros de leite, transformando 50,7% da matéria-prima em leite em pó, 6,9% em leite tipo C, 30,8% em leite longa vida e 11,6% em manteiga, queijos, iogurte, requeijão, creme e doce de leite. Esta área representa 74% do faturamento. Esta matéria-prima é produzida pelos associados da Cosulati e também pelos produtores das cooperativas e associações parceiras.

Na área da avicultura, são abatidas aproximadamente 100 mil aves/semana e comercializadas na forma de cortes especiais e frangos inteiros, representando 21% do faturamento de 2005. Esta área trabalha de forma integrada junto aos associados que desenvolvem a atividade, fornecendo todos os insumos e a assistência técnica para garantir uma maior eficiência e resultados positivos a cada lote de frango produzido. Não só é uma alternativa de produção e incremento no orçamento familiar, já que não requer grande área de terra para sua implantação, como também oferece benefícios também para as outras atividades que poderão ser desenvolvidas na propriedade como a leiteira e a de produção de grãos com aproveitamento da cama de frango na adubação do solo.

Na área de rações e cereais, que participa com 5% no faturamento da Cooperativa, estão sendo realizados recentes investimentos para sua ampliação. É a única fábrica de rações na região, que está incentivando o aumento da produção de

grãos para consumo próprio, o que também incrementa o orçamento dos produtores, que têm mais uma alternativa de produção e renda com a comercialização garantida. Todas estas atividades desenvolvidas pelos produtores têm o acompanhamento e assessoria do departamento técnico da cooperativa, formado por profissionais das áreas agrícola e pecuária, como técnicos, engenheiros e médicos veterinários.

A Cosulati é a única cooperativa da região com um parque industrial completo para a industrialização na área de laticínios e com investimentos na área de recebimento e armazenagem de grãos e industrialização de cereais. Com este pequeno histórico, demonstra-se sua capacidade, organização e estrutura montada para gerir o processo desde a recepção da matéria-prima, industrialização até a comercialização. Com o aumento das dificuldades na produção desta matéria prima e, sobretudo, na industrialização e comercialização, os produtores buscaram, organizados em associações ou em pequenas cooperativas alternativas para resolver ou minimizar estes pontos de estrangulamento de suas atividades.

Dessa forma, a Cosulati, com uma trajetória de 32 anos na região, de forma organizada, trabalha em observância aos princípios universais do cooperativismo, por sua vez, também necessita suprir sua capacidade de industrialização e buscar a diminuição de custos, a produção em escala e a maior rentabilidade.

CONSIDERACOES GERAIS E CONCLUSOES

O maior comprador mundial de leite em pó, a Argélia. Com um crescimento de 47,983%, em três anos, a tabela mostra que na hora de tomarmos uma decisão sobre o melhor mercado a ser comercializado nosso produto nem sempre é o primeiro colocado de uma tabela.

Agora, nossa atenção é voltada para o crescimento do volume de compra da Venezuela. Dos dez maiores compradores de leite em pó do mundo, entre 2002 e 2004, esse país ocupa a terceira colocação, com um grande potencial de crescimento de 157,766%, em três anos. A Venezuela é um mercado muito promissor, com crescente poder de compra. Vislumbra-se, para os exportadores brasileiros, a oportunidade por acordos já existentes entre os dois Países, por ter uma facilidade maior de negociação, pelo idioma falado na Venezuela, por já conhecer sua cultura e pela facilidade do frete-bem mais perto do que para a Argélia- e por tornar o preço do produto mais competitivo, ao fazer alusão a outros países mais distantes da Venezuela.

Outro fator manifesta a maior facilidade de negociação com a Venezuela é que, até agosto de 2006, o Brasil exportou apenas 1903 mil Kg de leite em pó para a Argélia, enquanto que para a Venezuela foram exportados 15693 mil Kg de leite em pó.

A economia da Venezuela passou, depois da Primeira Guerra Mundial, de uma economia essencialmente agrícola para uma economia centrada na produção e exportação de petróleo. É esta a atividade que continua a dominar, sendo responsável por cerca de um terço do PIB, por cerca de 80% das receitas de exportação e por mais de metade do financiamento da administração pública. Os responsáveis venezuelanos estimam que o

PIB cresceu 2.7% em 2001. Uma forte suba nos preços internacionais de petróleo alimentou a economia, depois da grave recessão de 1999. A Venezuela participa também da OPEP. Para o ano de 2006, a Venezuela terá um acréscimo total em seu PIB de 14%, a maior taxa de crescimento da América e talvez até do Mundo, segundo o diretor do Banco Central da Venezuela Domingo Maza Zavala.

O único fator a ser analisado é entre o exportador e importador: de quem seria a responsabilidade do frete?, como são países que fazem fronteira, poderia a mercadoria ser enviada por transporte rodoviário, mas como é uma mercadoria que agrega valor e tem uma grande procura por roubos desta carga, poderia ser também enviada por modal marítimo, depende de uma questão de acerto de quem contratar o frete e o seguro. Se couber ao exportador, terá de ser levado em consideração o preço do frete e do seguro, requisitos para deixar o produto competitivo.

A Argélia vislumbra, também, um crescimento considerável, o setor dos hidrocarbonetos é o pilar da economia dessa Nação, responsável por cerca de 60% das receitas orçamentais, 30% do PIB e mais de 95% das receitas de exportação. A Argélia dispõe da sétima maior reserva de gás natural do mundo e é a segunda maior exportadora de gás. É, ainda, o 14º país com maiores reservas de petróleo. Tanto a Argélia quanto a Venezuela tiveram um bom crescimento, mas o foco é o crescimento três vezes maior do Mercado de leite em pó da Venezuela em apenas três anos, e o crescimento anual revelado pelo diretor do Banco Central Venezuelano.

Tabela 1

Cálculo da Vantagem Comparativa Revelada (VCR)			
entre os dez maiores exportadores mundiais de Leite em po			
	2002	2003	2004
Nova Zelândia	130.13	148.20	151.43
Franca	4.11	3.85	3.73
Argentina	9.73	11.17	23.63
Alemanha	0.96	0.96	0.87
Austrália	9.88	8.20	7.07
Irlanda	7.00	6.59	4.79
Bélgica	1.52	1.39	1.27
Reino Unido	1.46	1.41	1.05
Brasil	1.54	2.65	2.24
Países Baixos	3.22	2.89	2.83

A Tabela 1 demonstra que os países com maior Valor da Vantagem Comparativa Revelada são a Nova Zelândia e a Austrália. Como, são grandes

concorrentes mundiais na comercialização do leite em pó e ocupam o primeiro lugar e o sexto lugar, respectivamente, dentre os maiores exportadores de leite em pó do mundo. Fato devido à vizinhança dos países e ao alto poder de tecnologia e de desenvolvimento no setor leiteiro e de gado no geral. É, também, o país maior exportador de carne de gado no mundo, então se percebe que o leite em pó é uma atividade exportadora muito importante para esses países, como nos mostra a Tabela 1.

O mesmo caso ocorre com um grande concorrente dos produtos lácteos brasileiros, a Argentina- uma grande dominadora da atividade de gado, principalmente da leiteira. Com um grande conhecimento e uma tradição nesta atividade, a Argentina tem demonstrado que este produto é de grande importância para sua Balança Comercial. Enfatizasse que a Argentina é respeitável concorrente do Brasil no setor.

Outro País com avançado potencial de concorrência neste segmento é a França, ela ocupa a segunda colocação dos maiores exportadores mundiais. Por ser um País que exporta muito, aproximadamente USD 411 milhões no ano de 2004, tem considerável representatividade do seu leite em pó no total de suas exportações, torna-se, dessa forma, grande concorrente dos produtos brasileiros. Já a Irlanda, que sempre exerceu uma grande competitividade no comércio internacional, vem diminuindo suas exportações de leite em pó, exteriorizadas pela competitividade e por seus números de exportação, apresentados na. E a Alemanha, grande exportadora de produtos em geral, tão-só em 2004, exportou quase USD 1 bilhão para o mundo e, por ter seu Valor de Vantagem Comparativa Revelada muito baixo, mostra que o leite em pó não demonstra representatividade para a sua balança comercial.

O Brasil apresenta-se com um bom crescimento, mostra que está se qualificando neste setor e que o produto está evoluindo no que se refere à representatividade na balança comercial, mostrando-se capaz de poder concorrer neste mercado tão disputado.

Infiro, após a pesquisa ora exposta, que a Cosulati detém condições de realizar exportações com sucesso, para tal são fundamentais algumas condições: capacidade de produção, para a qual é necessário identificar se a empresa dispõe da capacidade instalada para atender satisfatoriamente novas demandas externas, se detém um processo de manufatura flexível e se obtém um produto de qualidade para vencer a “batalha” competitiva nos mercados externos.

Manifesto a necessidade de analisar a existência de uma capacidade distinta de recursos humanos. Ou seja, perceber qual a visão de negócio dos principais executivos da empresa, se o nível de mão-de-obra em geral é satisfatório, se há experiência necessária a fim de adquirir base para almejar novos mercados, se detém capacidade de selecionar os melhores, de formular estratégias mercadológicas mais adequadas e de implementar a estratégia escolhida. A obtenção de recursos financeiros para investir em pessoal, em máquinas, em propagandas, em pesquisa de desenvolvimento, e na capacidade comercial constata se existe talento organizacional para desenvolver um marketing competitivo em nível internacional.

Considero absolutamente indispensável ser feita, também, uma análise dos consumidores, dos competidores e do Governo dos países sugeridos como destino do produto: leite em pó. Tenciono, com este trabalho, avaliar as formas de exportar, ou

melhor, o seu destino e os maiores concorrentes neste mercado tão disputado e competitivo.

Como a Cosulati está investindo no aumento de sua unidade de secagem de leite em pó, possibilitar-se-á a triplicação da capacidade de volume, a qual já teria condições de executar uma exportação para a Venezuela, por exemplo, já sugerida neste trabalho. Reafirmo que está trabalhando para que sejam preenchidos todos os requisitos necessários para exportar.

Percebem-se, pela Tabela 1, os cálculos da Vantagem Comparativa Revelada, os quais nos revelam os países dominadores das técnicas na atividade leiteira e os de maior participação no mercado internacional. Os investimentos em tecnologia geram alta produtividade e alto conhecimento, tanto na produção como na concorrência internacional. Percebo que, entre os anos de 2002 e 2004, o Brasil não se encontrava em uma posição tão ruim, já que apresentou considerável crescimento: 145% no período de três anos.

Enfim, avalio que o mercado brasileiro, mais precisamente o da empresa em voga, a Cosulati, demonstra plenas condições de concorrer com o mercado mundial. Ainda é de fundamental importância investir mais em tecnologia e profissionalizar a atividade leiteira, tendo como âncora o produtor rural, e como objetivo precípuo o aumento da produtividade e da qualidade do produto.