



Título: Competitividade das exportações brasileiras de leite em pó integral no período de 2000 a 2008

Aluna: Raquel de Castro Barros

Orientadora: Nathália Ramos de Melo

RESUMO

Dentre os produtos lácteos exportados pelo Brasil, o leite em pó é um dos mais importantes, devido principalmente as características como: baixa perecibilidade, longo prazo de validade e requer menos espaço para estocagem. Além disso, trata-se de um produto lácteo que permite melhor controle da política comercial e do mercado consumidor, principalmente no período de entressafra, em que o volume de leite fluido produzido diminui em até 35%. O leite em pó é o produto lácteo mais importante da balança comercial brasileira. Em 2004, as exportações brasileiras foram de aproximadamente 22 mil toneladas, correspondendo a mais de 44 milhões de dólares. Este último valor foi equivalente a menos de 1% do valor total gerado pelas exportações mundiais de leite em pó integral neste mesmo ano. Em 2008, o Brasil exportou cerca de 82 mil toneladas, ou 377 milhões de dólares, o que representou um crescimento de quase de 100% comparado a 2007. O valor gerado em 2008 com as exportações brasileiras de leite em pó integral corresponderam a 4% de todo o valor gerado no mundo. Apesar da participação nas exportações ser crescente, o produto brasileiro ainda não é competitivo, apesar de existirem condições para tal, como mão de obra barata, baixo custo de produção, clima favorável e área territorial disponível. Porém, a modernização dos parques industriais de secagem e os investimentos realizados no setor, já proporcionam de certa forma um aumento da participação do produto brasileiro, embora seja importante alcançar padrões de custo e qualidade semelhantes aos dos concorrentes. Todavia, as exigências do mercado internacional sobre a qualidade e os alimentos seguros impõem restrições ao comércio dos produtos brasileiros. Dentre as barreiras ao comércio internacional, destacam-se as barreiras técnicas e sanitárias, cada vez mais utilizadas como instrumento balizador do comércio de produtos lácteos. Diante disso, tornou-se oportuno analisar o posicionamento do Brasil no mercado mundial de leite em pó integral, verificando se o país possui ou não vantagens comparativas e posição relativa no mercado que o permitam competir com os demais concorrentes na produção e exportação de leite em pó integral. Para tal, foram utilizados dois índices: a Vantagem Comparativa Revelada e a Posição Relativa de Mercado. Foram analisados sete países: o Brasil, Argentina, Nova Zelândia, Estados Unidos, Holanda, Austrália e Bélgica. Os resultados mostraram grande vantagem econômica para a Nova Zelândia. Os demais países mostraram possibilidades de crescimento, inclusive o Brasil, mas para isso, algumas medidas voltadas para o posicionamento competitivo no mercado lácteo devem ser tomadas, o que certamente refletirá em um melhor posicionamento do País neste mercado.

Palavras-chave: agroindústria, derivados lácteos, laticínio, leite