



Sistema Produtivo **04**

Perspectivas do Investimento em
Agronegócio



Instituto de Economia da UFRJ
Instituto de Economia da UNICAMP

Após longo período de imobilismo, a economia brasileira vinha apresentando firmes sinais de que o mais intenso ciclo de investimentos desde a década de 1970 estava em curso. Caso esse ciclo se confirmasse, o país estaria diante de um quadro efetivamente novo, no qual finalmente poderiam ter lugar as transformações estruturais requeridas para viabilizar um processo sustentado de desenvolvimento econômico. Com a eclosão da crise financeira mundial em fins de 2008, esse quadro altamente favorável não se confirmou, e novas perspectivas para o investimento na economia nacional se desenham no horizonte.

Coordenado pelos Institutos de Economia da UFRJ e da UNICAMP e realizado com o apoio financeiro do BNDES, o Projeto PIB - Perspectiva do Investimento no Brasil tem como objetivos:



- Analisar as perspectivas do investimento na economia brasileira em um horizonte de médio e longo prazo;
- Avaliar as oportunidades e ameaças à expansão das atividades produtivas no país; e
- Sugerir estratégias, diretrizes e instrumentos de política industrial que possam auxiliar na construção dos caminhos para o desenvolvimento produtivo nacional.

Em seu escopo, a pesquisa abrange três grandes blocos de investimento, desdobrados em 12 sistemas produtivos, e incorpora reflexões sobre oito temas transversais, conforme detalhado no quadro abaixo.

ECONOMIA BRASILEIRA	BLOCO	SISTEMAS PRODUTIVOS	ESTUDOS TRANSVERSAIS
	INFRAESTRUTURA	Energia Complexo Urbano Transporte	Estrutura de Proteção Efetiva Matriz de Capital
	PRODUÇÃO	Agronegócio Insumos Básicos Bens Salário Mecânica Eletrônica	Emprego e Renda Qualificação do Trabalho Produtividade, Competitividade e Inovação
	ECONOMIA DO CONHECIMENTO	TICs Cultura Saúde Ciência	Dimensão Regional Política Industrial nos BRICs Mercosul e América Latina

COORDENAÇÃO GERAL

Coordenação Geral - David Kupfer (IE-UFRJ)

Coordenação Geral Adjunta - Mariano Laplane (IE-UNICAMP)

Coordenação Executiva - Edmar de Almeida (IE-UFRJ)

Coordenação Executiva Adjunta - Célio Hiratuka (IE-UNICAMP)

Gerência Administrativa - Carolina Dias (PUC-Rio)

Coordenação de Bloco

Infra-Estrutura - Helder Queiroz (IE-UFRJ)

Produção - Fernando Sarti (IE-UNICAMP)

Economia do Conhecimento - José Eduardo Cassiolato (IE-UFRJ)

Coordenação dos Estudos de Sistemas Produtivos

Energia – Ronaldo Bicalho (IE-UFRJ)

Transporte – Saul Quadros (CENTRAN)

Complexo Urbano – Cláudio Schüller Maciel (IE-UNICAMP)

Agronegócio - John Wilkinson (CPDA-UFRJ)

Insumos Básicos - Frederico Rocha (IE-UFRJ)

Bens Salário - Renato Garcia (POLI-USP)

Mecânica - Rodrigo Sabbatini (IE-UNICAMP)

Eletrônica – Sérgio Bampi (INF-UFRGS)

TICs- Paulo Tigre (IE-UFRJ)

Cultura - Paulo F. Cavalcanti (UFPB)

Saúde - Carlos Gadelha (ENSP-FIOCRUZ)

Ciência - Eduardo Motta Albuquerque (CEDEPLAR-UFMG)

Coordenação dos Estudos Transversais

Estrutura de Proteção – Marta Castilho (PPGE-UFF)

Matriz de Capital – Fabio Freitas (IE-UFRJ)

Estrutura do Emprego e Renda – Paul Baltar (IE-UNICAMP)

Qualificação do Trabalho – João Sabóia (IE-UFRJ)

Produtividade e Inovação – Jorge Britto (PPGE-UFF)

Dimensão Regional – Mauro Borges (CEDEPLAR-UFMG)

Política Industrial nos BRICs – Gustavo Brito (CEDEPLAR-UFMG)

Mercosul e América Latina – Simone de Deos (IE-UNICAMP)

Coordenação Técnica

Instituto de Economia da UFRJ

Instituto de Economia da UNICAMP

Este trabalho é realizado com recursos do Fundo de Estruturação de Projetos do BNDES (FEP). O conteúdo dos estudos e pesquisas é de exclusiva responsabilidade dos autores, não refletindo, necessariamente, a opinião do BNDES. Informações sobre o FEP estão disponíveis em <http://www.bndes.gov.br>

REALIZAÇÃO



Fundação Universitária
José Bonifácio

APOIO FINANCEIRO



Ministério do
Desenvolvimento, Indústria
e Comércio Exterior





PROJETO PERSPECTIVAS DO INVESTIMENTO NO BRASIL

BLOCO:
PRODUÇÃO

SISTEMA PRODUTIVO:
AGRONEGÓCIOS

SUBSISTEMA:
CARNES E LÁCTEOS

Gessuir Pigatto (UNESP)
Raquel Pereira de Souza (UFF)
Eduardo Martins Morais (UFRRJ)



**SISTEMA PRODUTIVO:
AGRONEGÓCIOS**

PARTE I

**SUBSISTEMA:
CARNES**

Gessuir Pigatto (Unesp)

Janeiro, 2009.

Introdução

Um dos principais indutores dos investimentos realizados pelas empresas que atuam nos setores de carne tem sido o consistente crescimento da demanda por proteína animal em diversos países. Entretanto, o consumo não pode ser considerado como única variável de análise para determinar se o investimento é viável ou não. A restrição ao acesso ao crédito e a queda na renda dos consumidores podem reverter a tendência de crescimento da demanda, e os investimentos se tornarem ineficientes.

Estratégias tecnológicas, acesso ao mercado, e canais de distribuição também são variáveis importantes na decisão das empresas pela execução de um projeto ou não.

Dessa forma, o texto em seu capítulo inicial apresenta um panorama do mercado mundial de proteína animal (carne bovina, suína e de aves), e uma análise dos principais determinantes para a decisão de investimento (investimentos induzidos e estratégicos).

No capítulo dois, a mesma análise é feita para o mercado interno, analisando o cenário brasileiro, as condições determinantes para os investimentos e, as estratégias de investimentos que vem sendo adotadas pelas empresas nacionais.

Com base nas informações apresentadas nos dois primeiros capítulos, o capítulo três apresenta as tendências de médio e longo prazo para os três mercados cárneos, permitindo criar dois tipos de cenários; os cenários possíveis (médio prazo), e os cenários desejáveis (longo prazo) que contribuem para a tomada de decisão das empresas sobre os investimentos no setor.

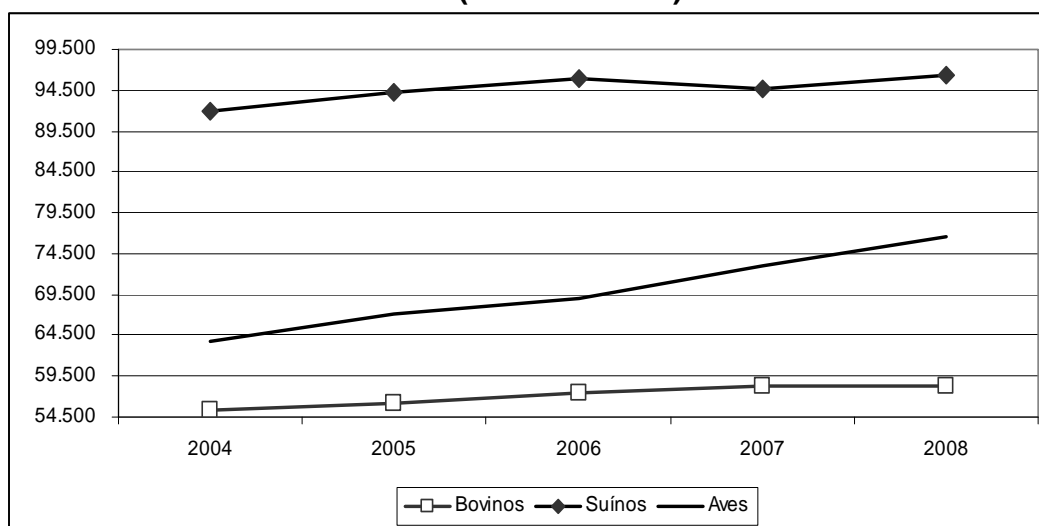
No capítulo quatro, são apresentadas propostas para que os cenários desenhados no capítulo três, principalmente os cenários desejáveis, possam ser atendidos, e permitam que as empresas alcancem resultados significativos em seus investimentos, melhorando assim a participação das empresas brasileiras no mercado internacional de carnes.

Capítulo 1 - Dinâmica Global do Investimento

1.1 Panorama Mundial

O consumo mundial de carne branca (aves e suínos) e vermelha (bovinos), em 2008, está estimado em 231,2 milhões de toneladas, um crescimento de 2,3% em relação a 2007. Para 2009, a previsão seria de um novo crescimento, dessa vez de 1,5%, atingindo um consumo de 234,5 milhões de toneladas (USDA, 2008). Nos últimos cinco anos a demanda mundial por carnes subiu em média, quase 1% a.a., nos três mercados.

Gráfico 1 – Consumo Mundial (mil toneladas)



Fonte: USDA, 2008

Entretanto é importante considerar a redução do volume de crédito disponível no mercado internacional, e o custo de acesso a esses recursos, que devem afetar o consumo mundial de alimentos de uma maneira geral, incluindo a demanda pela proteína animal, no curto prazo.

A previsão feita pelo FMI de crescimento de 0,5% para a economia mundial em 2009, e de 3,3% para economias emergentes e em desenvolvimento, não deverá ser suficiente para manter o consumo mundial de carnes. A população deverá, de maneira geral, reduzir seus gastos, inclusive com alimentos, como forma de se prevenir de conseqüências maiores da crise econômica.

As carnes bovinas e suínas devem sofrer os maiores impactos, em função da sua maior elasticidade em relação à renda, quando comparada à carne de frango. Isso deve ficar mais nítido nos países em desenvolvimento, como o Brasil, onde o crescimento na renda é variável primordial para o crescimento da demanda por este tipo de proteína. A substituição por produtos mais baratos, como alternativa para manter o consumo de carnes, pode reduzir o crescimento da demanda por cortes específicos de bovinos e suínos.

Segundo Carvalho e Bacchi (2007), as altas elasticidades da carne bovina de primeira e da carne suína indicam aumentos maiores nas despesas de ambas as carnes, quando há uma variação positiva na renda da população. Nesse caso, a queda na renda levaria a uma redução na demanda por este tipo de produto.

No caso da produção mundial de proteína animal, a previsão do órgão norte-americano era de um crescimento de apenas 1,5% sobre a produção de 2008, influenciado principalmente pelo crescimento da produção de suínos na China. Em função dos seus ciclos produtivos, principalmente para aves e suínos, é esperada alguma alteração nas projeções de produção como resposta à queda na demanda. No caso da pecuária de corte, o USDA já apontava uma previsão de queda de 0,5% na produção para 2009, principalmente em função da redução de planteis nos países da União Européia e Estados Unidos.

Em função do tamanho da sua população, do nível de renda e das taxas de crescimento, União Européia, China, Estados Unidos e Brasil são os principais players do mercado de carne. São responsáveis pelo consumo de 153 milhões de toneladas de carne/ano, ou 66% de todo o consumo mundial; e concentram respectivamente 70% da produção de aves, 83% da produção de suínos e 60% da produção de bovinos.

Apesar de o consumo estar concentrado nessas quatro economias, as previsões de crescimento apontam para novos destinos. Dos quatro maiores consumidores, apenas Brasil e China deverão continuar apresentando taxas de crescimento mais significativas no consumo destas proteínas.

Nos Estados Unidos e na União Européia, o consumo vem se mantendo estável nos últimos anos. O crescimento de 8% no consumo norte-americano de carnes, entre 2004 e 2008, deve-se ao crescimento mais significativo (10%) na demanda por carne de frango. No caso da União Européia, no mesmo período, o crescimento foi de 3%, puxado também, pelo crescimento da demanda por carne

de frango (USDA, 2008). Em ambos os mercados observou-se uma queda na demanda por carne bovina e um crescimento ínfimo no consumo de carne suína.

O baixo crescimento no consumo desses mercados não deve se transformar em falta de oportunidades para os produtores brasileiros. Além de remunerarem melhor a tonelada da carne consumida, o aumento dos custos de produção nesses países está levando à redução da produção local, abrindo oportunidade para os países exportadores.

Para os próximos anos, é esperado um maior crescimento no consumo da Ásia (Oriental e Sudeste), América Latina, Oriente Médio e Norte da África, como consequência das taxas de crescimento da população e da renda per capita desses países. Estudo realizado pelo departamento de agricultura norte-americano mostra que o crescimento da renda per capita da população, e um maior número de países entrando no mercado mundial devem ser os principais motores do crescimento da demanda por proteína animal até 2015 (USDA, 2006).

O crescimento econômico da China reverte-se em um crescimento significativo do consumo de proteína animal. O consumo per capita total de carne (incluindo as três carnes) nas áreas urbanas aumentou de 23 para 33 kg/ano entre 1986 e 2006, enquanto que nas zonas rurais aumentou de 12 para 21 kg/ano (NSB 1986, 2006a citados por LIU e DEBLITZ, 2007).

A manutenção do crescimento econômico chinês irá levar a uma maior diversificação na alimentação por parte dos consumidores chineses, estimulando o crescimento pela demanda das carnes de frango (9,6 kg/pessoa/ano) e bovina (4,7 kg/pessoa/ano). Apesar de não ser um grande importador de carne, principalmente da carne bovina, o potencial de consumo - determinado pelo tamanho do mercado consumidor chinês (tamanho da população interna e baixa demanda per capita) -, torna aquele país, um destino obrigatório para qualquer exportador mundial. O gargalo chinês em atender a sua demanda interna por proteína animal está, principalmente, na escassez de terra para pastagens.

No caso dos demais países da Ásia, o crescimento econômico, associado a uma melhor distribuição de renda e uma alteração por perfil de consumo, devem promover também um crescimento no consumo por proteína animal. Na África, o desenvolvimento econômico dos países do Norte do continente, em função da proximidade com a União Européia, a melhor estabilidade econômica e

política, e o aumento dos preços das *commodities* lá produzidas, permitirão o aumento na demanda desses consumidores.

Para a América Latina, onde o consumo per capita está dentro da média mundial, o aumento da demanda está atrelado ao crescimento econômico, e principalmente, a uma melhor distribuição da renda, que leva ao crescimento das classes médias, e à diminuição das classes sociais mais baixas.

A maior parte dos países que terão um crescimento mais significativo no consumo per capita, e conseqüentemente, no consumo total, não produzem um volume suficiente para atender à demanda que irá surgir. Ao mesmo tempo, os principais países consumidores, apresentam estabilidade ou redução da sua produção, fazendo com que a demanda (mesmo estável) não seja completamente atendida. Esse cenário criará novas oportunidades de negócio para as empresas localizadas em países com potencial para aumento da produção, sem problemas ambientais, sanitários ou de outra forma de restrição.

Da mesma forma que no consumo, União Européia, Estados Unidos, China e Brasil, também concentram a produção e exportação destas três *commodities*. A única exceção nesse quadro, está na exportação de carne bovina, onde os quatro *players* dominam apenas 37% das exportações, com destaque para o Brasil e Estados Unidos. No caso dos suínos, a concentração das exportações entre os quatro produtores é de 78%, e de aves, 90%.

É importante a análise do comportamento dos mercados para cada um dos três setores cárneos.

O maior destaque fica para o consumo de carne de frango, que no período teve um incremento de mais de 16%, passando de 63,8 milhões de toneladas, para 75,5 milhões de toneladas consumidas no mundo. Os principais mercados consumidores apresentam crescimento na sua demanda, porém o grande destaque fica por conta do mercado chinês. No período de 2004 a 2008, o consumo de carne de frango subiu aproximadamente 22% naquele país, passando de 9,9 milhões de toneladas para 12,8 milhões (USDA, 2008).

Com uma produção estimada em 12,6 milhões de toneladas em 2008, a China passa a necessitar cada vez mais de carne de frango importada, tornando-se um mercado atrativo para os principais exportadores mundiais (Brasil e Estados Unidos). Com a demanda mantendo a atual taxa de crescimento será

muito difícil para o país atender, apenas com a produção interna, todo o volume necessário para o seu consumo, devendo se tornar um significativo importador.

Outro país que teve um crescimento significativo no consumo interno foi a Rússia, com um incremento superior a 39% na demanda pela carne de frango. Apesar de a Rússia ser o maior importador do mundo de carne de frango, a sua produção vem crescendo em um ritmo acelerado. Em 2004, a produção local era suficiente para atender apenas a 38% da demanda interna, já em 2008, a produção deverá atender a 55% do mercado local (USDA, 2008).

O país deverá continuar importando carne de frango, até porque a demanda responde de maneira mais rápida ao aumento da renda do que a produção, porém o país poderá reduzir sistematicamente a sua necessidade externa. A possibilidade da produção de frangos em grande escala, em áreas relativamente pequenas, permite que grandes países consumidores invistam em programas de expansão da sua produção interna, visando atender a um mercado com demanda aquecida, como é o caso da Rússia.

Entre os mercados que merecem atenção dos exportadores pelo crescimento significativo na demanda interna, estão os grandes produtores de petróleo do Oriente Médio e da América Latina. Juntos, Arábia Saudita, Emirados Árabes Unidos, Venezuela e México devem importar em 2008, 1,5 milhão de toneladas de carne de frango, volume superior ao importado pela Rússia e 35% superior ao importado pelos mesmos países em 2004 (USDA, 2008).

Além deles, a Índia também vem se tornando um mercado extremamente atrativo para as indústrias que atuam no setor de carne de frango. Com um consumo per capita de 2,0 kg/ano em 2008, o potencial de crescimento é significativo, atraindo investimentos de empresas, como a Tyson Foods. Isto deve ser visto com bastante atenção pelas empresas que tem interesse em se tornar grandes fornecedores de proteína animal. A Índia ainda não importa carne de frango, produzindo internamente toda a sua demanda, o que torna a aquisição de empresas deste país a forma mais rápida de ter acesso a um mercado consumidor que cresce a taxas superiores a 10% a.a. (MICKELSON, 2008b).

Com uma demanda estimada em 58,3 milhões de toneladas, o consumo de carne bovina cresceu mais de 5% nos últimos anos, com destaque principalmente para o crescimento da demanda chinesa e brasileira. Dos quatro

maiores consumidores do mundo, o Brasil e a China foram os únicos países que tiveram um crescimento de demanda pelo produto no período.

Enquanto os Estados Unidos e a União Européia reduziram sua demanda em quase 1% no período, o Brasil teve um crescimento de 12%, e a China, de 10,5%, apontando um consumo de 7,3 milhões e 6,2 milhões de toneladas, respectivamente (USDA, 2008).

A queda na demanda norte-americana e nos países da União Européia está atrelada a uma alteração do comportamento do consumidor, que pode estar associado, em parte, aos casos de vaca louca e febre aftosa que atingiram esses mercados entre 2003 e 2004. Além dos problemas envolvendo questões sanitárias, o envelhecimento da população (queda nas taxas de natalidade e aumento da idade da população), a busca por qualidade de vida (associada a redução no consumo de proteína), e o aumento das barreiras comerciais impostas pelos mercados importadores também explicam a queda na demanda. As variáveis associadas ao envelhecimento da população e a busca por melhor qualidade de vida, pode também levar ao entendimento de que o mercado de proteína animal, da forma como se encontra hoje, está chegando a um ponto de saturação nesse mercado.

Apesar disso, os Estados Unidos ainda são os maiores consumidores do mundo, com uma demanda de 12,5 milhões de toneladas, seguido da União Européia, com uma demanda de 8,5 milhões de toneladas (USDA, 2008).

Pela primeira vez em cinco anos, haverá uma queda nas importações mundiais de carne bovina. Essa queda está concentrada em quatro dos cinco maiores importadores mundiais: Estados Unidos, Rússia, Japão e União Européia. Apenas o México apresenta um crescimento das importações mundiais em 2008, em relação a 2007. Desses mercados, apenas a Rússia não possui fortes restrições à importação de carne bovina, porém, constantemente usa do fato de ser um grande importador para renegociar e diminuir os preços pagos pelo produto importado.

O mercado de carne bovina possui uma divisão entre os países que possuem restrições para a importação de carne e um nível de renda elevado, e com isso adquirem apenas cortes de qualidade superior, como Japão, Coréia do

Sul, Estados Unidos, Canadá¹; e os países que não possuem restrições à importação do produto, mas possuem como característica, a importação de cortes de segunda linha, até por possuírem um nível de renda mais baixo, como é o caso da Rússia e do Egito. Estes dois últimos mercados são atendidos principalmente pelo Brasil, enquanto Japão e Coreia são atendidos pelos Estados Unidos e pela Austrália.

A União Europeia encontra-se em um nível intermediário, uma vez que possui restrições parciais, nos cortes mais nobres, para a importação de carne de países com problemas sanitários, como o Brasil, mas é uma grande consumidora de cortes de segunda linha.

As restrições sanitárias dificilmente serão retiradas em um curto espaço de tempo, levando as questões relacionadas ao controle da sanidade sobre os produtos de origem animal e, conseqüentemente, a qualidade dos alimentos, a influenciarem de maneira decisiva a dinâmica do comércio mundial, estabelecendo novos parâmetros de competitividade associados aos processos de certificação (DIAS e SOUZA, 2006)

Uma estratégia encontrada pelas empresas brasileiras para ter acesso aos principais mercados do mundo foi a aquisição de indústrias em países produtores que não enfrentam resistência para exportação (Uruguai, Argentina, Austrália), e nos grandes mercados consumidores (Estados Unidos e Europa).

Assim, além das aquisições da JBS Friboi nos Estados Unidos, também ocorreram entre 2005 e 2008 a aquisição de empresas em países da América Latina e Europa. Conforme pode ser observado no Anexo 1, todos os grandes frigoríficos brasileiros fizeram aquisições (totais ou parciais) de empresas no exterior. Essas aquisições ou parcerias têm como objetivo, conhecer melhor o mercado consumidor e buscar uma alternativa para atender mercados que não podem ser abastecidos diretamente pelas exportações feitas a partir do Brasil.

Carne mais consumida no mundo representando 41% do consumo mundial, a demanda pela carne de porco deverá atingir em 2008 um volume de mais de 96 milhões de toneladas. Com uma demanda 20% maior do que a de

¹ Esses países fazem parte do Bloco do Pacífico (em função da localização geográfica), e proibem as importações de carne bovina *in natura* de países aonde ainda existam riscos de novos focos de febre aftosa e possuam programas ativos de vacinação do rebanho bovino contra esta doença.

carne de frango, e 40% superior à demanda de carne bovina, a carne suína foi a que apresentou a menor taxa de crescimento nos últimos 5 anos, apenas 4,7%.

Quase 50% da demanda mundial de carne suína vêm do consumo chinês. Se somarmos a demanda dos países da União Européia, tem-se mais de dois terços do consumo mundial de carne suína. Apesar da forte concentração do consumo em apenas dois mercados, apenas a China apresenta uma taxa de crescimento próximo aos 4,7%, registrados para o consumo mundial nos últimos cinco anos. Na União Européia, o crescimento no mesmo período foi inferior a 1%. As maiores taxas de crescimento vieram dos países da Ásia e da Rússia.

Apesar de ser a carne mais consumida no mundo, a carne suína enfrenta um grande obstáculo para expandir o seu consumo em novos mercados. Questões religiosas fazem com que potenciais mercados consumidores do Oriente Médio e da África não sejam acessíveis ao produto.

1.2. Fatores determinantes do investimento

Devido à necessidade de escala de produção e de custos baixos, os setores da economia que se caracterizam pela produção de *commodities* têm como uma de suas características principais, a existência de um pequeno grupo, normalmente de grandes empresas, com presença global e que concentram a maior parte da oferta do produto. A concentração de mercado nesses setores é consequência da própria dinâmica de produção e comercialização, exigindo a necessidade de grandes escalas de produção e preços baixos, para as empresas serem competitivas e terem condições de negociar com as empresas compradoras (normalmente redes varejistas que também possuem uma característica monopolista).

No caso dos três setores cárneos, a existência de grandes *players* mundiais (alguns brasileiros), ainda não transformou a oferta mundial de carne (especificamente, o setor industrial) em um oligopólio. Setores como fertilizantes, rações, sementes e material genético, que funcionam como setores de apoio ao setor de carnes possuem uma estrutura produtiva com características de oligopólio a nível mundial, melhor definida que o setor de processamento.

Segundo Koshiyama e Martins (2008), a reestruturação produtiva ocorrida na indústria brasileira de agroquímicos, por exemplo, ao longo da década de 90

teve duas características principais: a elevação do grau de concentração industrial e o aumento da desnacionalização da propriedade do capital. No caso da concentração industrial, as elevadas barreiras à entrada existentes no setor, especialmente aquelas relacionadas com a burocracia dos procedimentos legais e de registros de produtos, constituem um incentivo para a manutenção do cenário atual.

A necessidade de investimentos de longo prazo no desenvolvimento de novos produtos (princípios ativos ou matrizes), obtenção de maiores escalas de produção, fazem com que poucas empresas tenham condições de atuar de maneira global nesses mercados. Isso não inviabiliza a existência de empresas locais, com atuação focada em mercados ou produtos específicos. No caso específico da pecuária de corte, onde existe uma quantidade significativa de raças, o desenvolvimento genético ainda ocorre em um ambiente de maior concorrência. Em países como o Brasil, que possui dimensões continentais, variações climáticas entre as regiões geográficas, formas de criação diferenciadas, a presença de empresas de desenvolvimento genético nacionais é mais visível do que nos setores de suínos e aves. O mesmo ocorre com o mercado de rações.

No caso de aves e suínos, o semelhante padrão de produção dos principais mercados produtores do mundo levou ao desenvolvimento de uma genética animal semelhante para os mercados e, conseqüentemente, permitiu o surgimento de grandes grupos econômicos, com atuação global. Um bom exemplo é o mercado de avós e bisavós de frangos, onde apenas três empresas controlam a genética de produção em todo o mundo.²

Assim, pode-se observar que enquanto o mercado de genética, fertilizantes, rações apresenta sinais de concentração mundial, a indústria processadora de carne ainda possui características que permitem caracterizá-la como concorrencial.

No mercado de carne de frango, Brasil e Estados Unidos são responsáveis por 80% das exportações mundiais do produto, entretanto, as empresas brasileiras não atuam no mercado norte-americano, e a atuação das empresas norte-americanas no mercado brasileiro estava restrita à Cargill, até meados de

² Tyson-Cobb (EUA), Ross (Escócia) e Avian Farms (EUA). A Hybro (Holanda) foi adquirida pela Cobb, em 2008

2008. Isso mostra que a atuação das empresas ainda está concentrada em operações a partir de seus países de origem.

Em 2007, as 4 maiores empresas norte-americanas de abate de frangos foram responsáveis por 60% da produção daquele país, sendo que as 2 maiores (Tyson e Pilgrim's Pride Corp) responderam por 44% (TYSON, 2009).³ As duas principais empresas têm no mercado interno norte-americano, o principal destino das suas vendas. No caso da Tyson Foods, apesar de ter faturado US\$ 27 bilhões em 2008, apenas 14% das receitas foram provenientes do mercado internacional, demonstrando a característica de forte atuação no mercado interno norte-americano (TYSON, 2009).

Para a Pilgrim's, a dependência do mercado interno é ainda maior. Com 93% da produção concentrada nos Estados Unidos (os outros 7% são produzidos no México), dos aproximadamente US\$ 8 bilhões de vendas em 2007, 90% foram obtidos com vendas dentro do próprio território norte-americano (PILGRIM'S, 2007).

A crise financeira que afeta os Estados Unidos desde meados de 2008, também trouxe conseqüências para as empresas norte-americanas de proteína animal. A Tyson divulgou prejuízos de US\$ 112 milhões de dólares no trimestre encerrado em dezembro de 2008, porém, com uma estrutura mais diversificada (atuação em bovinos, aves e suínos), e atuação geograficamente dispersa (EUA, Brasil, China, Índia) a empresa poderá ter condições de reverter as perdas com maior facilidade. Já no caso da Pilgrim's, a situação é mais delicada, a ponto da empresa ter entrado com pedido de recuperação judicial junto à justiça norte-americana, no final de 2007. Com a produção concentrada no setor de frangos, em território norte-americano, e com dívidas resultantes da aquisição da Gold Kist em 2007 (então terceira maior produtora de frangos dos EUA), a empresa não resistiu à redução do consumo e restrição ao acesso de recursos derivados da crise financeira.

Apesar da maior diversificação, e da possibilidade de ganhar fatias de mercado em decorrência dos problemas da Pilgrim's, o aprofundamento da crise econômica pode trazer também conseqüências negativas para a Tyson, e mesmo para a JBS, que adquiriu diversas empresas em território norte-americano. Os

³ Pilgrim's Pride Corp 24%, Tyson Foods 20%, Perdue Farm 8% e Sanderson's 5%.

norte-americanos estão substituindo as refeições fora de casa (restaurantes e fast-food) por refeições preparadas em suas residências. Essa mudança de comportamento afeta essas empresas, em função do menor volume de compras que a população realiza quando comparada às vendas para foodservice. A redução no acesso a crédito, e uma possível queda nos preços das carnes também são variáveis que podem afetar o resultado dessas empresas.

No caso do mercado brasileiro, segundo Jesus Jr et al. (2007), as 7 maiores empresas eram responsáveis por 48% da produção de frangos em 2005⁴, ⁵. Apesar de Sadia e Perdigão responderem sozinhas por mais de 30% da produção nacional, a existência de Cooperativas e pequenos frigoríficos regionais, associada à característica de commodity que o frango adquiriu, permite ao setor uma característica mais próxima ao de concorrência, do que ao oligopólio, como observado no mercado norte-americano.

Apenas em setembro de 2008, a Tyson Foods (EUA), maior empresa de carnes do mundo, iniciou suas atividades no mercado brasileiro com a aquisição de três empresas de médio porte⁶, ⁷. Além do Brasil, a empresa também fez investimentos na China e na Índia, em 2008. Na China, o investimento ocorreu através de uma *joint venture* com a Shandong Xinchang Group, que possui entre outros ativos, quatro plantas processadoras de frango, com capacidade de abate de 3 milhões de aves/ semana (MICKELSON, 2008a). No caso da Índia, a empresa adquiriu 51% da Godrej Foods, que possui duas plantas processadoras de frango com capacidade para 60 mil aves/dia (MICKELSON, 2008b). A empresa também possui forte atuação internacional por meio da *Coob-Vantress*, de genética de frangos.

Nos dois casos, a motivação principal para as aquisições está no potencial do mercado interno desses mercados. Mesmo as operações realizadas no Brasil demonstram que a empresa está observando o crescimento do consumo interno de carne de frango, uma vez que a atuação das três empresas adquiridas no país está concentrada nesse mercado.

⁴ Dados de 2005, citados por Jesus et al (2007), com base em informações da UBA (União Brasileira da Avicultura). Sadia (14%), Perdigão (11%), Seara (6%), Frangosul (5%), Avipal (5%), Dagránja (3%), Aurora (2%).

⁵ Em 2008, a Avipal foi adquirida pela Perdigão, e a Dagránja pelo Grupo Marfrig

⁶ As empresas adquiridas pela Tyson foram a Macedo Agroindustrial, a Avícola Itaiópolis (Avita), e a Frangobras.

⁷ Em 2009 a empresa assinou um acordo com a Globoaves (PR), no setor de exportação, onde esta irá fornecer cerca de 60 mil aves/dia para a Tyson.

A carne de frango representa 33% do consumo mundial, e possui o seu consumo distribuindo de forma menos concentrada do que a da carne suína, sendo que os quatro maiores consumidores (Estados Unidos, China, União Européia e Brasil) representam juntos 62% do consumo total desta carne.

Além da Tyson, outras multinacionais que possuem atuação no Brasil são Cargill (EUA), por meio da Seara, e a Doux Frangosul (França). A Cargill e a Doux atuam tanto no mercado de frangos, como de suínos, enquanto as empresas adquiridas pela Tyson possuem sua atuação restrita ao mercado de frango. Somada, a participação das três empresas nas exportações brasileiras de frango é inferior a 21%⁸, enquanto que no mercado de exportação de suínos, Seara e Doux representam 17%⁹ (ABEF, 2008; ABIPECS, 2008).

Além do Brasil, essas empresas também atuam na Europa e Ásia, através de plantas industriais e canais de distribuição, demonstrando que a localização geográfica tem se tornado uma importante diferencial competitivo no mercado de carnes. A Cargill atua na Europa por meio da “*Cargill Integra*” e da “*Sun Valley*”, e no Japão com a “*Cargill Japan Limited*”. No caso da francesa Doux, com exceção das atividades desenvolvidas através da Doux Frangosul no Brasil, suas atividades industriais estão concentradas na Europa (França e Alemanha), mais especificamente, no mercado de frangos.¹⁰

No caso das empresas brasileiras que atuam no mercado de frangos e suínos, as únicas que possuem atuação fora do país são Sadia e Perdigão, ainda que de maneira incipiente. A Sadia construiu em 2007 sua primeira planta industrial fora do país, em Kaliningrado (Rússia), para o processamento de carnes (SADIA, 2008)¹¹. No caso da Perdigão, a entrada no mercado europeu ocorreu com a aquisição da Plusfood (em 2008), que opera 3 unidades de processamento de carnes, distribuídas no Reino Unido, Holanda e Romênia (PERDIGÃO, 2008).

Assim como no mercado de aves, o mercado norte-americano de suínos também é controlado por um restrito número de empresas. Em 2007, cinco

⁸ A Seara foi responsável por 11,5% das exportações brasileiras em 2007, a Doux, 8,47% e a Macedo 0,5% (ABEF, 2008)

⁹ A Seara foi responsável por 10,9% das exportações brasileiras em 2007, e a Doux, 6,17% (ABIPECS, 2008).

¹⁰ A operação com suínos no Brasil é única no portfólio da empresa francesa

¹¹ Uma segunda unidade industrial, que seria construída no Oriente Médio teve seu início postergado após a empresa ter sido atingida (em 2008) pela crise de crédito internacional e pela desvalorização da moeda nacional.

empresas foram responsáveis pela produção de 72% de toda a carne suína produzida no país. Sendo que 44% dessa produção foi realizada por duas empresas, a Smithfield (27%) e a Tyson (17%) (TYSON, 2009)¹². Esse mercado passou por uma forte mudança ao longo de 2007 e 2008, com a aquisição, por parte da brasileira Friboi, das operações da Smithfield e da Swift. Caso todas as operações brasileiras sejam confirmadas pelas autoridades norte-americanas, a empresa será responsável por aproximadamente 35% da produção norte-americana de suínos.

No caso do mercado de bovinos foi possível observar uma atuação local das principais empresas mundiais até o final de 2006. Com exceção da Swift (EUA), que possuía plantas industriais na Austrália, o que se observava eram empresas exportando para diversos mercados, unicamente a partir do país sede.

Além da *Swift*, o mercado norte-americano era dominado pela *Tyson* e pela *Cargill (Excel)*. A três empresas juntas foram responsáveis por 65% da produção norte-americana, em 2008 (TYSON, 2009)¹³. Em 2007, a empresa brasileira JBS Friboi adquiriu a *Swift* e, em 2008, a *National Beef* e a *Smithfield*, transformando-se no maior processador de carne bovina do país, com aproximadamente 30% do mercado.¹⁴

A partir de 2007, as empresas brasileiras iniciaram um forte processo de internacionalização, com aquisições nos Estados Unidos, Argentina, Paraguai, Austrália e União Européia, transformando-se em grandes fornecedores mundiais do produto, conforme mostra o Anexo 1.

Apesar dessas iniciativas de expansão adotadas pelas empresas a partir de 2006, ainda não é possível afirmar que o mercado de carne é concentrado. A quase ausência das maiores empresas nos grandes mercados consumidores da Ásia e do Oriente Médio, e com poucas exceções, do incipiente processo de aquisição de empresas nos mercados produtores (Brasil, Argentina, Austrália), podem ser apontadas como características de um mercado que ainda possui características concorrenciais.

¹² Smithfield (27%), Tyson (17%), Swift (11%), Excel/Cargill (9%), Hormel (8%)

¹³ Tyson (22%), Cargill (22%), JBS Swift (21%), National Beef (11%).

¹⁴ O Departamento de Justiça dos Estados Unidos vetou inicialmente a compra da National Beef Packing Company por parte da companhia brasileira, que deverá questionar o órgão visando concluir a operação. Com isso, a participação da empresa no processamento norte-americano deverá ficar próximo a 20%.

1.3 – Investimentos Estratégicos

A mudança tecnológica na indústria alimentar tem aumentado rapidamente, sendo que os principais condutores dessa mudança são os preços relativos, o aumento da concorrência em um mercado globalizado, a melhoria na infra-estrutura logística, evolução dos sistemas de informação, e o aumento das exigências de certificação da qualidade e de produtos diferenciados (MARSH e BRESTER, 2003; BAILEY, 2007).

Esses indutores podem ser observados no setor cárneo, sendo que alguns possuem maior intensidade em um setor ou outro. O impacto provocado por mudanças tecnológicas pode ser observado no mercado norte-americano, onde durante os anos 1970 e 1980 alterações tecnológicas desencadearam uma onda de fusões e aquisições no setor de processamento de carne bovina (ANDERSEN et al, 2002; FERRIER e LAMB, 2006).¹⁵

No Brasil, as inovações, expressas por meio do desenvolvimento de produtos e processos, dinamizam a concorrência entre as empresas dos três setores no mercado (interno e externo), pois produtos antes vendidos sem diferenciação passam a ser ofertados com maior agregação de valor (SANTINI, SOUZA FILHO e PIGATTO, 2005).

Na cadeia de carne bovina, as mudanças tecnológicas podem ser observadas no lançamento de novos produtos (produtos temperados, enlatados, orgânicos, porcionados), e na melhoria de produtos já existentes (embalagens de menores tamanhos). A inovação em produtos, muitas vezes é consequência de investimentos em inovações de processos, obtidos através da compra de equipamentos para desossa mecanizada; para fluxo contínuo de produção (sistema de paletização e movimentação); túneis de congelamento contínuo; máquinas a laser para corte dos porcionados (SANTINI e SOUZA FILHO, 2004).

As inovações também podem ser resultado de alterações das regras do mercado. As Portarias 304/96 e 145/99, que regulamentaram a desossa dos animais, e o uso das embalagens para transporte da carne são exemplos claros do impacto de novas regras sobre as inovações desenvolvidas pelas empresas. Com base naquelas portarias, as empresas processadoras foram obrigadas a

¹⁵ Em 1977 os quatro maiores processadores dominavam 30% do mercado, em 1999 este percentual era de 82%.

adaptar suas plantas industriais para a execução da desossa completa dos animais (notadamente bovinos); e a comercialização dos produtos, a partir da indústria, já embalado.

Atualmente é freqüente o lançamento, por parte das principais empresas do mercado, de produtos porcionados (produtos fatiados em tamanhos iguais), e em embalagens menores, permitindo o acesso a grupos de consumidores (famílias com pequeno número de pessoas) que consomem menor quantidade do produto em um determinado intervalo de tempo.

As alterações não precisam ocorrer apenas no processamento, podem ocorrer também nos demais elos da cadeia produtiva, principalmente na produção animal. Segundo Bailey (2007), no mercado norte-americano, o número de inovações incorporadas no processo de transformação e comercialização de carne é relativamente menor em relação ao número de inovações no nível da produção. Segundo Bailey (2007) e Brester e March (2001), nos últimos 20 anos, a inovação na produção animal obteve importantes conquistas em termos de cruzamento industrial, engenharia genética, nutrição animal e prática de produção integrada. Como resultado, é possível produzir animais com o peso ideal em um menor período de tempo, e um maior número de animais em um menor espaço físico, resultando em redução de custos e preço dos produtos.

A distribuição também tem se tornado um importante disseminador de inovações no setor de carnes. A tecnologia da informação, por exemplo, passou a ser amplamente utilizada, interligando e automatizando, em tempo real, as transações de compra e controle de estoques entre produtores/fornecedores e pontos de venda. Pressionados pelas redes varejistas, as empresas processadoras de carne foram obrigadas a implantar sistemas de monitoramento de estoques, que acabaram resultando em ganhos para essas empresas. Com a maior troca de informações com os supermercados, as redes varejistas puderam estabelecer melhor suas escalas de produção e os deslocamentos dos caminhões para entrega.

No caso do setor de frangos, o sistema de integração entre produtores e frigoríficos permite um maior controle em termos de biossegurança, e uma melhor difusão de inovações, como o uso da genética para criação de linhagens mais adequadas às etapas de industrialização, introdução de vacinas, e o desenvolvimento de instalações de equipamentos mais modernos. Apesar das

empresas brasileiras não dominarem o desenvolvimento genético, o sistema de parceria permite a implantação mais rápida e com melhores resultados dos benefícios da inovação.

No caso do processamento, as principais inovações implantadas pelas empresas, e disponíveis em muitas plantas industriais brasileiras, são os sistemas automáticos para depenagem e escaldagem; evisceração; processos de resfriamento; classificação e pesagem. Em termos de produto, as principais inovações estão nas embalagens menores, pratos prontos e carnes já temperadas (SANTINI et al, 2005).

A melhoria no processo produtivo, principalmente a partir do melhoramento genético, da nutrição e da saúde animal permite uma melhoria significativa nos indicadores de produção dos setores analisados. Aumento da taxa de desfrute, do peso dos bezerros na desmama, redução no tempo de abate dos animais, aumento de peso mantendo os níveis de gordura animal são alguns exemplos dos ganhos obtidos na pecuária de corte.

No caso da avicultura, a absorção de contribuições advindas da biotecnologia, das tecnologias complementares da micro-eletrônica e da automação promoveram transformações significativas no setor, mostrando que os fatores tecnológicos possuem um papel destacado na confrontação das estruturas industriais e na competição entre as empresas (DIAS e SOUZA, 2006). Nos Estados Unidos, as principais empresas iniciaram o sistema de produção integrado, ainda na década de 60, que lhes permitia produzir grandes quantidades a baixos custos. Inicialmente, essas plantas produziam apenas frangos inteiros, porém, a partir da segunda metade da década de 60, com ajuda da tecnologia, essas plantas começam a produzir cortes de frango. Com essa iniciativa, atendiam a demanda do consumidor por conveniência, ao mesmo tempo, que introduziam produtos com maior valor agregado e que resultavam em retornos maiores.

Aumentos na concentração das indústrias processadoras (em qualquer um dos três setores) resultam em ganhos de economia de escala e mudança tecnológica. Ao mesmo tempo, a mudança tecnológica tem como consequência, a redução dos custos de produção, dos preços ao consumidor, e das margens de comercialização. Por se tratar de *commodities*, as grandes empresas produtoras

de carne necessitam levar em consideração, no momento de determinar seus investimentos, os ganhos que poderão ser obtidos no processo de produção.

Nenhum dos três setores possui produtos que podem apresentar diferenciações significativas, a ponto de lhes permitir poder para estabelecer preços. Produtos produzidos de forma orgânica, a partir de animais alimentados com matéria-prima originada de produtos não OGM (no caso dos grãos para produção de aves e suínos), ou animais produzidos a pasto (no caso da carne bovina) não conseguem se diferenciar de modo suficiente para garantir um preço diferenciado nos principais mercados consumidores. As diferenciações obtidas por esses produtos conseguem um diferencial de preço em relação às *commodities*, entretanto, um frango orgânico produzido no Brasil será igual a um frango orgânico produzido nos Estados Unidos e, esses dois produtos disputarão com base no preço o mercado consumidor.

Cresce no comércio mundial de proteína animal, a pressão para uma integração em termos de qualidade e requisitos de segurança dos alimentos. Entretanto, divergências entre os parceiros comerciais sobre níveis de transparência e de informação, normas de saúde animal e vegetal levam a choques comerciais significativos, repercutindo na fragmentação dos mercados.

As discussões à respeito da utilização de hormônios, certificação de NOGM, rastreabilidade e forma de alimentação dos rebanhos são exemplos de divergências que podem afetar o desenvolvimento dos mercados de carne no mundo, independente do desenvolvimento tecnológico alcançado.

As discussões e a dificuldade em se alcançar uma posição coerente entre todos os atores, principalmente países consumidores e empresas produtoras, afetam as estratégias de investimento das empresas nos três setores analisados. Isso porque, a não adoção por parte das empresas produtoras, de um determinado requisito imposto pelo mercado consumidor, pode resultar na interrupção das vendas para esse mercado.

No caso brasileiro, nos setores de avicultura e suinocultura, onde a parceria indústria-produtor é estabelecida e apresenta resultados significativos para ambas as partes, a necessidade de adoção de novas regras, tecnologias ou estratégia de produção não apresenta barreiras significativas. As dificuldades maiores ficam por conta do relacionamento com o mercado consumidor,

principalmente internacional, onde as empresas brasileiras ainda necessitam do intermédio de traders, para ter acesso ao varejo local.

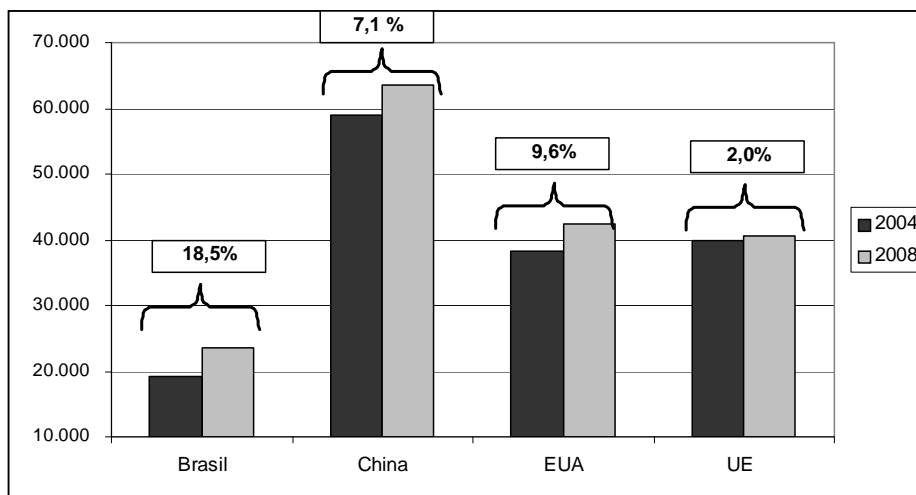
A distribuição das cotas para exportação de frango salgado para a União Européia, representa um bom exemplo das dificuldades entre mercado consumidor e países produtores. Pelo sistema vigente até meados de 2008, a administração das cotas de importação de frango salgado brasileiro pela União Européia era de responsabilidade das empresas importadoras. Como a forma de distribuição dessas cotas não era clara, criou-se um mercado de “venda” de licenças, onde empresas “vendiam” as cotas para importadores que tinham interesse em importar o produto brasileiro. Como forma de reduzir os prejuízos com a aquisição das cotas, os importadores cobravam dos exportadores brasileiros um desconto no valor do produto.

Em agosto de 2008, Câmara de Comércio Exterior (Camex) brasileira instituiu uma portaria que determinou a transferência da gestão da cota da UE para o Brasil, o que desagradou os Europeus. Durante praticamente quatro meses, o mercado de exportação de cortes salgados de frango entre Brasil e União Européia ficou paralisado até que as partes chegassem a um novo acordo, assinado em novembro do mesmo ano.

A necessidade de se obter economias de escala, para obter um produto com custos mais baixo, e conseqüentemente, mais competitivo, está entre os principais determinantes de investimento no setor. Se eliminarmos as restrições comerciais impostas por alguns dos países importadores, a definição do país de origem do produto a ser adquirido passa a ser basicamente o preço praticado pelos vendedores.

Dessa forma, países que tem condições de oferecer um menor custo de produção acabam se tornando atrativos para receber investimentos das principais empresas do setor. Nessa geografia, em função das grandes áreas de terra e da elevada produção de grãos, o Brasil pode ser considerado um potencial receptor de investimento por parte de empresas nacionais ou estrangeiras.

O país é o quarto maior produtor de carnes, sendo responsável por 10% de toda a produção mundial. À sua frente estão China (27,3%), Estados Unidos (18,2%) e União Européia (17,5%), entretanto, o Brasil apresentou as maiores taxas de crescimento no período entre 2004 e 2008, para os três produtos (Gráfico 2)

Gráfico 2 – Produção Mundial de Carnes (mil toneladas)

Fonte: USDA, 2008

Com uma produção superior a 63,5 milhões de toneladas em 2008, a China é o maior produtor mundial de proteína animal. Essa produção deve-se em grande parte, a produção de mais de 44 milhões de toneladas de carne suína, principal proteína animal consumida pelos chineses. Apesar de um crescimento superior a 7% no período, uma maior expansão da produção chinesa encontra problemas na falta de novas áreas e de água para alimentar os animais.

O crescimento chinês na produção animal está concentrado principalmente na produção de aves, que cresceu 21% em cinco anos, perdendo apenas para o crescimento brasileiro de aves, que foi de 23% no mesmo período. A produção de suínos chinesa teve um crescimento de apenas 2,7% no mesmo período, apesar dos fortes incentivos dado pelo governo chinês.

Os Estados Unidos, segundo maior produtor mundial de proteína animal, teve uma expansão de quase 13% na produção de suínos, sendo o principal motivo que levou o país a ultrapassar a União Européia no volume total de proteína produzida.

No caso da União Européia, o crescimento de apenas 2% na produção em cinco anos, mostra que a região não possui mais condições de expandir sua produção visando atender ao mercado consumidor. No mesmo período, o consumo nos países que formam a União Européia se expandiu em 2,5%, com destaque para o consumo de carne de frango, que cresceu 6,2%.

Nos Estados Unidos, os três setores cárneos evoluíram para uma estrutura vertical, incluindo os integradores que possuem contrato com os produtores para

produção de animais sob rigorosas especificações. Nas indústrias de frango e suínos, a mudança tecnológica tem sido rápida, levando a uma coerência na quantidade e na qualidade dos produtos oferecidos aos consumidores. A indústria de carne bovina também seguiu na direção de uma maior coordenação vertical, mas a estrutura é diferente dos outros dois setores concorrentes (GILLESPIE et al, 2004)

Entre as características que ajudam a entender o perfil das empresas norte-americanas está o tamanho. Elas aumentaram suas escalas drasticamente, permitindo com isso uma rápida evolução tecnológica, e no caso das indústrias de frango e suínos, o uso de espaços menores para a produção dos animais, associada com aumento no número de porcos e aves no mesmo espaço.

É possível encontrar produção animal (aves, bovinos, suínos, ovinos) em praticamente todos os países do mundo, principalmente por questões de segurança alimentar. A necessidade de alimentar a população, e o risco de não conseguir adquirir o produto de parceiros comerciais determinou os investimentos na produção ao longo dos anos. Porém o desenvolvimento tecnológico, a maior facilidade do comércio internacional e, a pressão pelo uso dos espaços, levará a produção animal a se concentrar em alguns poucos países.

Para atenderem a demanda mundial por proteína animal, será necessário aos países produtores, e conseqüentemente as empresas responsáveis pela produção, que garantam a oferta constante de produtos, dentro de regras determinadas a partir do comportamento dos consumidores residentes nos países importadores, a preços consistentes com a renda desses mercados.

Para isso, esses países terão que ter disponibilidade de área para a produção dos animais e de sua alimentação, mão-de-obra qualificada para atender as especificidades de cada mercado consumidor, um ambiente institucional estável para atender as normas/regras dos mercados consumidores.

O Brasil, a Argentina e os países africanos possuem algumas dessas condições para se tornarem grandes produtores e fornecedores de proteína animal para o mercado internacional. Entretanto, nenhum deles consegue atender a pelo menos uma das qualificações necessárias para se tornar um grande fornecedor mundial de proteína animal, o ambiente institucional estável.

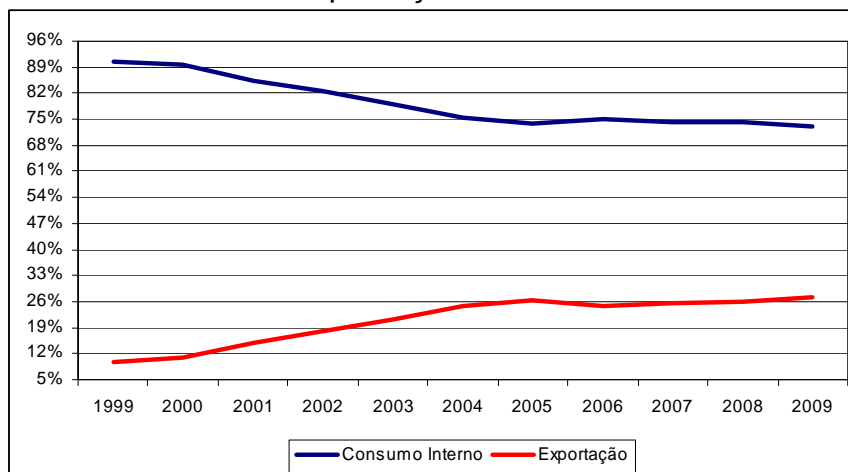
Capítulo 2 - Tendência do Investimento no Brasil

O mercado consumidor brasileiro de proteína animal é um dos maiores do mundo, com um consumo per capita de 87,8 kg/ano de carne. Este volume está dividido entre o consumo de carne de frango (38,5 kg/ano); de carne bovina (37,2 kg/ano); e de suínos (12,1 kg/ano) (USDA, 2008).

Com uma população estimada em 180 milhões de pessoas, o consumo total de proteína, a partir destas três cadeias produtivas é de quase 18 milhões de toneladas/ano. Com uma produção para 2008, estimada em 23,6 milhões de toneladas (USDA, 2008), o mercado consumidor interno seria responsável pela demanda de aproximadamente 74% de toda a produção nacional.

O mercado interno, historicamente, é o principal consumidor da produção brasileira (Gráfico 3) e, apesar de estar reduzindo sua participação, continuará sendo uma forte variável na estratégia das empresas, principalmente com a manutenção do crescimento do PIB brasileiro, a estabilidade econômica e política, e o controle da inflação.

Gráfico 3 – Destino da produção brasileira de carne



Fonte: USDA, 2008

O crescimento do PIB e o controle da inflação estimulam o consumo por parte dos consumidores de menor renda (aumento no volume consumido), e dos consumidores de maior renda (diversificação e exigência de maior qualidade).

Através das mudanças efetuadas nos hábitos de consumo, as empresas processadoras evoluíram do oferecimento do tradicional frango inteiro para o frango industrializado. Este fator não somente influenciou a oferta de produtos em

maior número, como também a oferta de produtos mais elaborados. Assim, o frango inteiro, os cortes de frango e produtos industrializados de frango constituem os principais produtos desta cadeia (DIAS e SOUZA, 2006)

Com possíveis retrações do mercado internacional, em função da crise financeira, além das barreiras comerciais que o produto nacional enfrenta, o fortalecimento do mercado interno configura-se como uma segurança para as empresas do setor. No caso da carne bovina o aumento da oferta de carne no mercado interno, como consequência da redução nas exportações ao longo do ano de 2008, tem permitido a população adquirir cortes nobres como o filé mignon e a picanha por preços próximos aos de cortes inferiores. A possibilidade de aumentar a oferta de produtos no mercado interno tem reduzido, em parte, as perdas das indústrias frigoríficas.

O crescimento do consumo interno está proporcionando oportunidades de novos investimentos para as empresas já instaladas no país (nacionais e multinacionais), como também atrai novos investimentos. Investimentos estes originados não apenas das empresas já instaladas no mercado, mas também de novos entrantes (nacionais e internacionais).

O quadro 1 apresenta alguns dos investimentos realizados pelas empresas brasileiras em 2008, incluindo operações no mercado interno e externo.

Quadro 1 – Investimentos realizados em 2008

Empresa	Investimento	Valor
Sadia	Construção do Complexo de Lucas do Rio Verde (GO) e Vitória de Santo Antão (PE); Ampliação da capacidade de processamento das unidades de Toledo (PR), Várzea Grande (MT), Uberlândia (MG)	R\$ 1,6 bilhão
Perdigão	Aquisição das empresas Eleva, Plusfood e Cotochés; Construção do Completo Agroindustrial de Bom Conselho (PE); Ampliação e modernização das demais unidades do grupo	R\$ 2,5 bilhões
Friboi	Aquisição da Smithfield (USA); Ampliação e modernização das demais unidades do grupo	US\$ 560 milhões R\$ 780 milhões
Marfrig	Aquisição do Grupo OSI; Ampliação e modernização das demais unidades do grupo	R\$ 1,4 bilhão R\$ 250 milhões
Minerva	Aquisição do Frigorífico Friasa; Ampliação e modernização das demais unidades do grupo (Rolim de Moura e Redenção, Minerva Dawn Farms)	R\$ 500 milhões

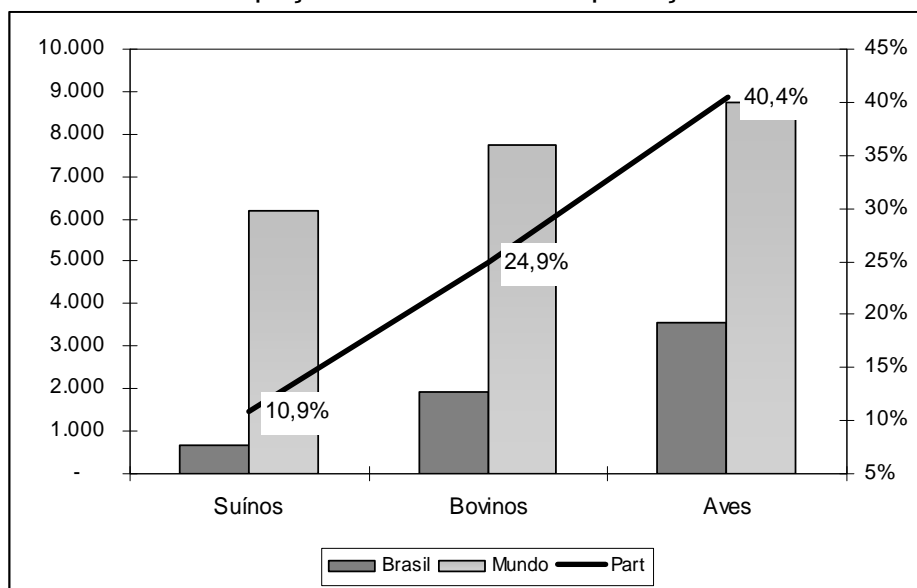
OBS 1. Os valores podem não corresponder ao total investido pelas empresas por terem sido computados antes do final do ano

OBS 2. As informações não representam a totalidade de investimentos realizados pelas empresas do setor de carnes ao longo de 2008, servindo apenas como amostra do volume de investimentos realizado pelo setor

Dessa forma, apesar do crescimento das exportações brasileiras, proporcionadas pela melhoria dos nossos produtos, aumento da demanda internacional, e preços competitivos, existe um grande mercado consumidor a ser atendido pelas empresas que atuam nesse setor.

Mesmo com um mercado interno significativo, as empresas brasileiras do setor cárneo também possuem destaque no comércio internacional. Com exceção dos embarques realizados pela Seara (Cargill) e pela Doux Frangosul, o restante das cerca de 6 milhões de toneladas de carne que devem ser exportadas em 2008 são de responsabilidade de empresas brasileiras. Segundo dados apresentados pelo USDA (2008), a previsão para 2008 é de um volume global de exportações do setor cárneo de 22,6 milhões de toneladas, o que deixaria o Brasil com uma fatia de 27% desse volume (Gráfico 4)

Gráfico 4 – Participação Brasileira nas Exportações Mundiais



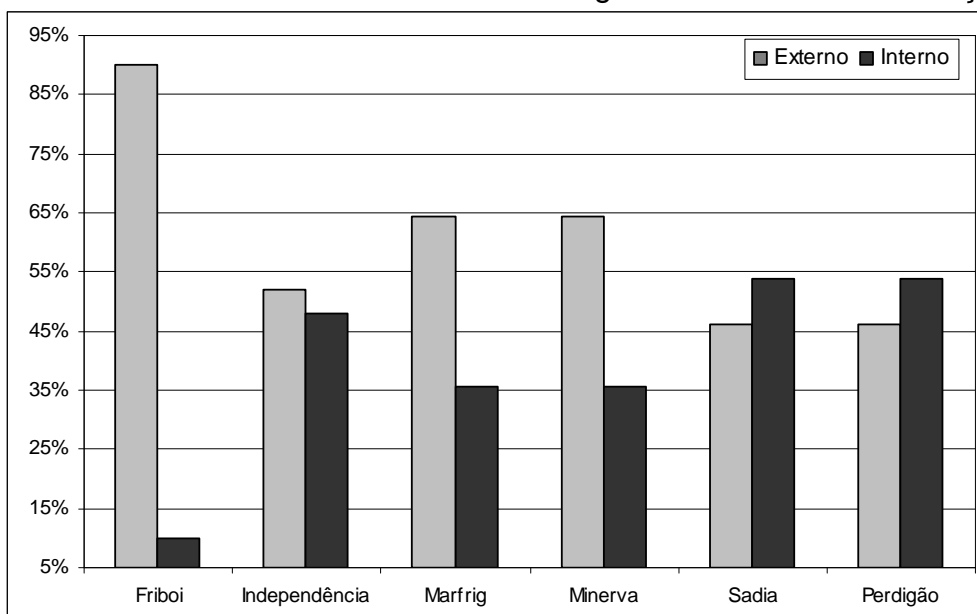
Fonte: USDA (2008)

O bom desempenho nos mercados (interno e externo) pôde ser alcançado por meio de duas estratégias: a redução dos custos das matérias-primas e o atendimento das necessidades específicas dos consumidores, tanto no mercado interno, como no mercado externo (DIAS e SOUZA, 2006). Apesar da referência ao setor avícola, a mesma análise serve para os demais setores cárneos brasileiros.

A forte presença no mercado internacional, por meio das exportações e da propriedade de empresas; ao mesmo tempo, em que fornecem seus produtos

para um mercado interno de volume significativo, permite às empresas brasileiras que atuam no setor cárneo, uma situação de grande competitividade frente aos demais *players* internacionais que também atuam nesse setor. O gráfico 5 apresenta a divisão do faturamento bruto das empresas brasileiras em 2008, de acordo com as vendas para o mercado interno e mercado externo.

Gráfico 5 – Percentual do Faturamento segundo o Mercado de Atuação¹⁶



Fonte: Friboi (2008), Independência (2008), Marfrig (2008), Minerva (2008), Sadia (2008), Perdigão (2008)

Dentro do processo de internacionalização das empresas brasileiras, entende-se por mercado interno apenas o faturamento obtido com as vendas realizadas dentro do território brasileiro. Dessa forma, para empresas como JBS Friboi, Independência e Perdigão, as receitas obtidas pelas empresas do grupo que se localizam fora do país são consideradas como receitas externas. No caso das empresas Minerva e Independência, as operações de compra de empresas no exterior ainda não refletem em alterações significativas no percentual de vendas registradas no mercado interno. Como essas operações ocorrem ao longo do segundo semestre de 2008, apenas nos relatórios de 2009 será possível perceber alguma alteração mais significativa.

As perdas registradas pela Sadia em 2008, como decorrências de estratégias financeiras adotadas pela direção, podem trazer impacto nas

¹⁶ Os dados foram obtidos através dos Relatórios Trimestrais das empresas apresentadas. Dessa forma, algumas empresas não foram citadas por não divulgar tal documento

estratégias de internacionalização das empresas brasileiras. Dado a sua iniciativa pioneira, a empresa possuía uma marca consolidada em mercados como o Oriente Médio e a Rússia (destino dos investimentos que empresa vem realizando no exterior). A empresa vem anunciando que alguns de seus investimentos serão temporariamente suspensos, até que a empresa possa se reestruturar e voltar a ter recursos para finalizar as obras.

Com o dinamismo do mercado internacional de carnes, é possível que o espaço que a empresa conquistou ao longo dos anos nesses mercados, não seja mais recuperado.

Analisando-se o gráfico é possível perceber que as empresas que possuem a base de produção mais diversificada, como Perdigão e Sadia, com atuação em produtos processados e leite, por exemplo, possuem no mercado interno a principal fonte de receitas. No caso do grupo JBS Friboi, apesar da sua forte diversificação produtiva, só foram consideradas como mercado interno, as vendas realizadas dentro do território brasileiro, onde a empresa ainda possui uma forte concentração em commodities. Os produtos processados da empresa, que possuem maior valor agregado, e que levam as marcas Assa Fácil e Swift Moments, foram lançados ao longo de 2008, devendo apresentar resultados mais significativos nos relatórios de 2009.

O Grupo Marfrig, que adquiriu recentemente o Grupo OSI (Europa), ainda reflete em suas vendas a forte atuação que o grupo possuía no mercado de *commodities*, antes da operação de compra. No caso dos grupos Minerva e Independência, a diversificação das operações se concentra unicamente em couros, o que demonstra uma maior dependência das exportações para aumentar as receitas operacionais.

Ao separar o faturamento segundo a Unidade de Negócios, fica mais claro o maior grau de diversificação observado em alguns dos grupos (Tabela 1). Apesar de o grupo JBS Friboi ter 86% da sua receita vinculada ao mercado de bovinos, esse percentual é resultado das operações da empresa em 5 diferentes países localizados na Europa, Oceania e América (do Sul e do Norte), o que faz do grupo o mais internacionalizado do setor.

Os grupos Sadia e Perdigão são os que apresentam a menor dependência de apenas um produto, sendo que em nenhum dos casos, a unidade de negócios representa mais de 50% das receitas. O grupo Marfrig, após a aquisição da OSI,

também se diversifica de maneira significativa, reduzindo com isso, a dependência de apenas um mercado.

Tabela 1 - Distribuição da Receita por Unidade de Negócio

	Bovinos	Suínos	Aves	Processados	Couro	Leite	Outros
Friboi	86,0	14,0	-	-	-	-	-
Independência	93,0	-	-	-	6,6	-	0,3
Marfrig	54,4	4,5	15,3	16,1	-	-	9,6
Minerva	90,4	-	-	-	7,3	-	2,3
Sadia	3,0	7,0	39,0	48,0	-	-	3,0
Perdigão*	8,5	-	31,0	36,0	-	21,1	3,4

* Soma bovinos e suínos

Fonte: Friboi (2008), Independência (2008), Marfrig (2008), Minerva (2008), Sadia (2008), Perdigão (2008)

Os Quadros 2 a 4 trazem alguns dos fatores que contribuem para a elevada competitividade das empresas nacionais, distribuídos pelos elos que formam os três setores produtivos. Os quadros trazem também alguns dos gargalos que ainda afetam os setores, e reduzem em parte a competitividade das empresas brasileiras.

Quadro 2 – Fatores de Competitividade e Gargalos do Setor Bovino

	COMPETITIVIDADE	GARGALOS
INSUMOS	<ul style="list-style-type: none"> - acesso a tecnologia existente disponíveis no mercado interno ou externo - baixo custo de produção - tamanho do mercado interno possibilita grandes escalas de produção 	<ul style="list-style-type: none"> - sêmen - domínio genético incompleto - política fiscal (diferentes taxas de impostos estaduais, incidência em cascata, dificuldade para uso de créditos tributários)
PRODUÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> - baixo custo de produção quando criados a pasto ou mesmo em confinamentos - produção a pasto como diferencial competitivo de animal saudável e sem agredir o meio-ambiente 	<ul style="list-style-type: none"> - baixa escala de produção em algumas propriedades rurais - sanidade (vacinação incompleta por parte de alguns produtores) - rastreabilidade (dificuldade de implantação e de problemas de aceitação) - política fiscal (diferentes taxas de impostos estaduais, incidência em cascata, dificuldade para uso de créditos tributários) - baixa coordenação entre os agentes
INDÚSTRIA	<ul style="list-style-type: none"> - baixo custo de produção, principalmente em função da mão-de-obra - elevada capacidade produtiva, com plantas novas e elevada tecnologia - diversificação de mercados e produtos 	<ul style="list-style-type: none"> - elevada clandestinidade em alguns estados em função da dificuldade de controle dos abates - rastreabilidade (dificuldade de implantação e de problemas de aceitação) - setor fragmentado, com indústrias de pequeno porte, sem condições de abate - política fiscal (diferentes taxas de impostos estaduais, incidência em cascata, dificuldade para uso de créditos

DOCUMENTO NÃO EDITORADO

		tributários) - baixa coordenação entre os agentes
DISTRIBUIÇÃO (para exportação)	- significativa base de clientes (países), apesar de restrição aos principais mercados consumidores	- barreiras comerciais ocasionadas por questões sanitárias, econômicas, ambientais e sociais - problemas de rastreabilidade decorrentes de dificuldade de implantação nos demais elos - canais diretos são incipientes (necessidade de negociar via traders) - Problemas de sanidade animal provocam o fechamento de mercados consumidores importantes
DISTRIBUIÇÃO (mercado interno)	- elevado mercado consumidor, que tende a aumentar a demanda pelo produto em caso de aumento da renda	- política fiscal (diferentes taxas de impostos estaduais, incidência em cascata, dificuldade para uso de créditos tributários) - existência de clandestinidade decorrente do abate em frigoríficos clandestinos - problemas de sanidade decorrentes de questões técnicas (falta de equipamento/manutenção) e culturais (venda e consumo de carne não refrigerada/"carne quente") - concorrência com demais setores cárneos, principalmente aves - baixa coordenação entre os agentes

Fonte: Elaborado pelo autor

Líder nas exportações mundiais de carne, maior rebanho comercial do mundo e segundo maior produtor de carne do mundo, o setor da pecuária de corte nacional foi o último dos três setores cárneos a organizar a sua cadeia produtiva, algo que ainda não está consolidado.

O setor sempre foi conhecido pelos problemas envolvendo a elevada clandestinidade das indústrias frigoríficas, uso de "laranjas" para constituição das empresas, problemas de relacionamento comercial entre produtores e indústrias processadoras, e dificuldade em solucionar problemas sanitários, notadamente a febre aftosa.

Nos últimos anos, o setor passou por algumas mudanças significativas, principalmente nas ações envolvendo as indústrias frigoríficas, que até o final da década passada eram extremamente fragmentadas (poucas empresas tinham atuação nacional), com um parque industrial ocioso e tecnologicamente atrasado.

O aumento da demanda interna por proteína animal, provocado pela estabilização econômica; e, a abertura de novos mercados no exterior, decorrente de problemas climáticos e sanitários, permitiu que as empresas brasileiras promovessem uma revolução tecnológica e administrativa.

Hoje, o país possui algumas das mais importantes indústrias frigoríficas do mundo, com presença nos principais mercados do mundo (estruturas industriais nos países fornecedores, e centros de distribuição em alguns dos principais mercados consumidores).

As cinco maiores empresas brasileiras (JBS Friboi, Marfrig, Bertin, Minerva e Independência) fizeram investimentos diretos no exterior nos últimos anos (Anexo 1), e três delas (JBS Friboi, Marfrig e Minerva) passaram por um dos principais crivos do mercado, ao abrirem seu capital na bolsa de valores.

No elo de produção pecuária, as enormes áreas de pastagens disponíveis no país (motivo de atratividade para outras culturas) permitem ao país oferecer no mercado internacional um animal com qualidades diferenciadas, criado de forma ambientalmente mais adequada.

A possibilidade de oferecer uma grande quantidade de animais, criados unicamente a pasto, permite às empresas nacionais criarem estratégias de comercialização no mercado internacional. A venda de carne, a partir de animais que foram criados de maneira livre (sem sofrer maus tratos), alimentados apenas por pasto (ecologicamente correto), e sem a necessidade do uso de grandes quantidades de grão na alimentação (o que não pressionaria os preços dos alimentos), deve ser amplamente explorada pelo setor pecuário brasileiro. O boi criado predominantemente a pasto merece destaque pelo fato das pessoas acreditarem que sua carne seria mais saudável que a produzida por meios mais intensivos.

Além disso, o país também tem investido no aumento da produtividade desses animais, seja por meio da melhoria genética (ainda com falhas) ou pelo sistema de produção, onde os animais são confinados.

Com grandes áreas de terra e baixo volume de capital, a tendência brasileira é adotar o sistema de confinamento apenas na terminação dos animais, notadamente no período de entressafra. Entre as vantagens do sistema, está a possibilidade de reduzir a idade de abate do animal; acelerar o giro de capital, com retorno mais rápido dos valores investidos na engorda, e reduzir a ociosidade dos frigoríficos no período de entressafra.

Desde 2002, o crescimento no número de animais confinados pelas maiores empresas do setor no Brasil foi de 186,8%, passando de 438 mil em 2002 para 1,25 milhões em 2007, e a previsão para 2008 é de 1,7 milhões de

animais (CAVALCANTI e CAMARGO, 2008)¹⁷. O país possui um rebanho de aproximadamente 100 milhões de cabeças, sendo que o confinamento deve representar um volume inferior a 5% da produção nacional. Para comparação, em 2006, nos Estados Unidos, o confinamento foi superior a 24,4 milhões de animais, ou cerca de 66% do rebanho abatido naquele país¹⁸ (DIAS, 2007).

Esses grandes confinamentos compram os bezerros dos produtores e engordam os animais até a terminação, para posterior venda para os frigoríficos. A diferença ficaria pela forma de alimentação, onde no Brasil é possível aos confinadores alimentar o animal a base de volumosos, ao invés de grãos como no modelo norte-americano.

O país possui algumas características que podem tornar o confinamento altamente competitivo, notadamente pela oferta de animais para engorda e o baixo custo de produção dos grãos, que são utilizados como parte da alimentação dos animais. Com a produção brasileira de grãos localizada nos estados do Centro-Oeste brasileiro (Goiás, Mato Grosso, Tocantins), e a produção de cana-de-açúcar em São Paulo, os confinamentos localizados em próximos às divisas desses estados podem se beneficiar também da redução dos custos logísticos de transporte com a alimentação (ração ou bagaço de cana)

A intensificação do sistema de produção geralmente resulta em maiores investimentos e em maiores riscos, pois compreende a combinação de dois segmentos: eficiência agrícola para confecção de volumoso de qualidade e eficiência técnica para produção de carne, que engloba os fatores genético e nutricional (RESTLE et. al., 2007). Na terminação de bovinos de corte em confinamento, a alimentação é o componente mais expressivo, pois supera 70% do custo de produção total, quando desconsiderado o valor de compra do animal (PACHECO et al., 2006).

A pressão pelo uso de terras hoje destinadas à pecuária, para a produção de grãos ou mesmo cana-de-açúcar, pode servir como mais uma variável ao incremento do confinamento no país.

¹⁷ A pesquisa feita pela empresa abrange 50 dos maiores confinamentos do país, que possuem uma capacidade instalada para receber aproximadamente 885 mil animais.

¹⁸ Esse volume de animais confinados é resultado de pesquisa feita com 2.165 confinamentos, que possuem capacidade superior a 12 milhões de cabeças.

Apesar da posição competitiva do país no mercado internacional, o setor da pecuária de corte ainda possui significativos gargalos que comprometem as oportunidades que se abrem no médio e longo prazo para o setor.

Alguns desses gargalos estão ligados diretamente ao setor, como a falta de gestão profissional em muitas empresas, o relacionamento conturbado existente entre pecuaristas e frigoríficos, o baixo rendimento do rebanho brasileiro quando comparado com o de outros importantes países produtores, como Estados Unidos e Austrália. Outros gargalos são estruturais e estão ligados às ações do governo brasileiro, como a questão tributária, a legislação sanitária brasileira que permite com que muitos frigoríficos atuem na ilegalidade, oferecendo o mercado um produto sem inspeção.

Um dos gargalos que reduz a competitividade do produto brasileiro no mercado internacional, e que está sendo alvo de ações por parte das empresas, são os canais de distribuição para atender diretamente aos principais consumidores (*varejo e food service*) internacionais.

Grande parte da carne que é exportada pelas empresas brasileiras chega ao seu destino final por intermédio de *trading*, que importam o produto e o revende para o varejo ou *food service*. Muitas vezes, até mesmo a marca da empresa brasileira é substituída por outras, de produtores ou varejistas locais. Sem o acesso direto ao comprador, as empresas são obrigadas a dividir o lucro da venda do produto com as *tradings*.

A solução encontrada pelas empresas brasileiras está sendo a aquisição de indústrias e/ou distribuidoras de carne na Europa e Estados Unidos. Com isso, as empresas aceleram o processo de aproximação com o consumidor, adquirindo uma marca já conhecida do público, ao mesmo tempo em que abre espaço para importar por meio desta empresa, os produtos processados em território nacional. Isso nos mercados que não possuem restrições às importações de carne brasileira; para os mercados com restrições, o acesso vem sendo feito por meio da compra de fábricas em países onde não existe a restrição, ou a importação a partir desses mercados.

No caso dos setores de aves e suínos, o modelo de parceria/integração utilizado pelas principais empresas do setor garante ao país uma excelente condição de competitividade internacional, ficando os principais gargalos relacionados a questões estruturais internas (política fiscal por exemplo) e a

dificuldade de acessar determinados canais de distribuição (falta de marca, necessidade de *tradings*, mercado restrito) (Quadros 3 e 4).

A estratégia de integração via contrato, utilizado pelas empresas avícolas e de suínos, promove vantagens relacionadas a ganhos de qualidade na matéria prima, abastecimento constante de animais, redução dos custos industriais nas operações de abate e padronização da carcaça.

Além disso, a assistência recebida pelos agricultores parceiros das indústrias lhes permite acesso à tecnologia, insumos balanceados que produzem animais melhores e com maior precocidade. A conversão alimentar obtida na avicultura de corte, nos últimos anos, pode ser considerada um dos motivos que levaram o setor a ganhar espaço no mercado interno e externo.

O sistema de criação intensivo também contribui para a consolidação da estrutura produtiva em moldes industriais, passando a absorver inovações nas fases de criação e engorda. Na criação, as mudanças genéticas propiciaram ganhos de produtividade com a criação de linhagens mais adequadas às etapas de industrialização. Destacam-se, também, os avanços ocorridos na sanidade com a introdução de vacinas, nutrição, com a possibilidade de redução de custos de rações, manejo e ambiência, com o desenvolvimento de instalações de equipamentos mais modernos. Todas estas envolvendo a fase de engorda da ave. Ressalta-se, assim, que os diferentes elos fornecedores de insumos são importantes agentes inovadores desta cadeia e que parte significativa dos ganhos produtivos da agroindústria avícola depende do desenvolvimento tecnológico gerado por estes (MARTINELLI e SOUZA, 2005)

Quadro 3 – Fatores de Competitividade e Gargalos do Setor de Aves

	COMPETITIVIDADE	GARGALOS
INSUMOS	<ul style="list-style-type: none"> - acesso a tecnologia existente disponível nos mercados interno e externo - tamanho do mercado interno possibilita grandes escalas de produção 	<ul style="list-style-type: none"> - hormônios - política fiscal (diferentes taxas de impostos estaduais, incidência em cascata, dificuldade para uso de créditos tributários)
PRODUÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> - baixo custo de produção com o uso de mão-de-obra familiar, e uso de subprodutos da produção de grãos - apoio tecnológico das indústrias com fornecimento de apoio técnico e administrativo 	<ul style="list-style-type: none"> - política fiscal (diferentes taxas de impostos estaduais, incidência em cascata, dificuldade para uso de créditos tributários)
INDÚSTRIA	<ul style="list-style-type: none"> - baixo custo de produção - desenvolvimento tecnológico similar as principais empresas do mercado 	<ul style="list-style-type: none"> - processo de internacionalização restrito (poucas empresas) - política fiscal (diferentes taxas de impostos estaduais, incidência em

DOCUMENTO NÃO EDITORADO

	<ul style="list-style-type: none">- diversificação de produtos e mercado- existência de cooperativas que permite maior competitividade entre as empresas- presença de multinacionais	cascata, dificuldade para uso de créditos tributários)
DISTRIBUIÇÃO (para exportação)	<ul style="list-style-type: none">- significativa base de clientes (países)	<ul style="list-style-type: none">- barreiras comerciais- canais diretos são incipientes- Brasil e EUA controlam 80% das exportações- sanidade animal
DISTRIBUIÇÃO (mercado interno)	<ul style="list-style-type: none">- elevado mercado consumidor, que cresce com o aumento da renda (novos entrantes) ou queda da renda (consumidores de outras carnes)	<ul style="list-style-type: none">- política fiscal (diferentes taxas de impostos estaduais, incidência em cascata, dificuldade para uso de créditos tributários)- concorrência com demais setores cárneos

Fonte: Elaborado pelo autor

Com animais sendo produzidos de forma cada vez mais precoce, foi possível às empresas do setor obter maior economia de escala, o que reduziu o preço do produto, e o tornou mais competitivo frente às carnes suína e bovina, no mercado interno. De acordo com o Giroto e Mieli (2004), em 1970, eram necessários 50 dias para o crescimento e engorda de um frango de corte que consumia cerca de 2,0 kg de ração para 1,0 kg de ganho de peso. Atualmente, um frango de corte fica pronto para o abate com 2,40 kg de peso vivo, aos 42 dias com conversão alimentar de 1,80 kg de ração/kg de ganho de peso.

Apesar de o acesso à tecnologia estar disponível para todas as empresas, não havendo barreiras à entrada tecnológica no setor ou de custo para acesso, está na tecnologia ou no desenvolvimento tecnológico o maior gargalo do setor de aves no país. No processo industrial existem máquinas e equipamentos que trazem um diferencial competitivo, principalmente aos processos relacionados aos cortes automáticos, desossa automática, sistemas de injeção de carnes, tambeamento (maciez) e sistemas de maturação. No processo industrial, o setor é basicamente tomador de inovações. As mudanças tecnológicas ocorridas nos processos de produção de cortes, industrializados, entre outros produtos, não são de caráter exclusivo, dependem de recursos para a compra e ajuste de equipamentos (MARTINELLI e SOUZA, 2005).

Com uma produção de 11,9 milhões de toneladas em 2008, o Brasil está atrás apenas dos Estados Unidos e da China, e junto com os norte-americanos domina aproximadamente 80% das exportações mundiais (USDA, 2008). Apesar dos números favoráveis, o Brasil necessita importar as avós para reprodução dos frangos (matrizes). As empresas de processamento, incluindo as brasileiras,

adquirem as aves avós das empresas de genética para a geração de suas matrizes, que serão responsáveis pela produção dos pintos de 1 dia que serão fornecidos aos produtores rurais. A genética de desenvolvimento de avós e bisavós é onde se encontra as técnicas mais avançadas envolvendo a genética (SANTINI, 2004)

Ao contrário do setor de bovinos, onde as empresas brasileiras controlam toda a produção nacional, nos setores de aves e suínos existe a presença de empresas multinacionais. No caso do setor avícola, estão no país a Cargill (EUA), que controla a Seara desde 2004; a Doux (França) que adquiriu a Frangosul em 1998; e mais recentemente a Tyson Foods (EUA), que ingressou no país em 2008, com a aquisição de três empresas de médio porte.

Das três empresas, apenas a Tyson demonstra publicamente interesse em novas aquisições no país. Maior processadora de frango do mundo, a empresa norte-americana necessitaria de uma estrutura maior para poder competir com Sadia e Perdigão.

Apesar de o país possuir baixos custos de produção, o que permite às empresas aqui localizadas melhores condições para competir no mercado internacional, o mercado interno também é relevante para essas empresas. Não apenas pelo seu tamanho, hoje come-se mais carne de frango do que qualquer outra proteína animal no país, mas também porque nem todos os cortes que se obtém do frango possuem mercado no exterior. Características regionais de corte, como no Japão, ou culturais, como na Arábia fazem com que as empresas não consigam exportar todos os cortes e sub-produtos do frango.

Dessa forma, as empresas necessitam distribuir as partes restantes no mercado interno, assim como parte da sua produção. E é exatamente na distribuição que está a principal barreira à entrada para o setor de aves brasileiro, como para os demais setores analisados. O tamanho do país, suas especificidades regionais com relação a cortes e, o grande número de pequenos varejistas distribuidores existentes no país, fazem do canal de distribuição um dos principais ativos das empresas nacionais.

E nesse item, Sadia e Perdigão possuem um domínio que torna difícil, mesmo para uma empresa do porte da Tyson crescer de forma rápida e significativa. A não ser que a opção da Tyson seja adquirir exatamente um dos dois grande *players* brasileiro.

No caso do mercado de suínos, a presença de multinacionais no país é resultado das operações da Seara e da Frangosul. Até o início do ano, a Smithfields (EUA) operava no país uma *joint venture* com atuação na criação e comercialização de suínos, que foi adquirida pelo Grupo Marfrig.

Com um sistema de produção que em muito se assemelha ao sistema implantado no setor de aves, o setor de suínos no Brasil ainda enfrenta dificuldade para a expansão do consumo interno de carne. Concorrendo em preço com as carnes de frango e bovina, e com um maior grau de restrição por parte do consumidor, em função de questões ligadas a saúde, o setor procurou o mercado externo como uma opção para a comercialização de seus produtos.

As exportações brasileiras ainda representam apenas 19% da produção nacional, e ao contrário dos outros dois setores, possui maiores dificuldades para se expandir, apesar da competitividade demonstrada em termos de custo. Isso porque a comercialização internacional de carne de porco representa apenas 5% da produção mundial, mostrando que os principais mercados consumidores (Estados Unidos, Europa e China) também são os principais produtores. O quadro 4 demonstra a situação do setor de suínos no país.

Além disso, os mercados que vem despontando como grandes consumidores da carne bovina brasileira, como os países do Oriente Médio não possuem na carne suína um item da sua dieta alimentar, em função de questões religiosas.

Quadro 4 – Fatores de Competitividade e Gargalos do Setor Suíno

	COMPETITIVIDADE	GARGALOS
INSUMOS	<ul style="list-style-type: none"> - acesso a tecnologia existente disponível nos mercados interno e externo - tamanho do mercado interno possibilita grandes escalas de produção 	<ul style="list-style-type: none"> - política fiscal (diferentes taxas de impostos estaduais, incidência em cascata, dificuldade para uso de créditos tributários)
PRODUÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> - baixo custo de produção com o uso de mão-de-obra familiar, e uso de subprodutos da produção de grãos - apoio tecnológico das indústrias com fornecimento de apoio técnico e administrativo 	<ul style="list-style-type: none"> - política fiscal (diferentes taxas de impostos estaduais, incidência em cascata, dificuldade para uso de créditos tributários)
INDÚSTRIA	<ul style="list-style-type: none"> - baixo custo de produção - desenvolvimento tecnológico similar as principais empresas do mercado - diversificação de produtos e mercado - existência de cooperativas que permite maior competitividade entre as empresas - presença de multinacionais 	<ul style="list-style-type: none"> - processo de internacionalização restrito (poucas empresas) - exportações representam 19% da produção - dependência do mercado russo - política fiscal (diferentes taxas de impostos estaduais, incidência em cascata, dificuldade para uso de créditos tributários)
DISTRIBUIÇÃO		<ul style="list-style-type: none"> - barreiras comerciais

(para exportação)		<ul style="list-style-type: none"> - canais diretos são incipientes - tamanho do mercado exportador (5% da produção mundial) - sanidade animal
DISTRIBUIÇÃO (mercado interno)	- mercado consumidor ainda incipiente quando comparado as demais carnes (aves e bovinos), porém com potencial de crescimento, com aumento da renda	<ul style="list-style-type: none"> - política fiscal (diferentes taxas de impostos estaduais, incidência em cascata, dificuldade para uso de créditos tributários) - concorrência com demais setores cárneos

Fonte: Elaborado pelo autor

O setor possui uma grande vantagem, que poderá se tornar o acesso do produto ao mercado europeu. Enquanto naqueles países a produção suína enfrenta uma série de restrições para o seu crescimento, motivado principalmente por questões ambientais, o Brasil ainda possui áreas onde a produção poderia crescer sem afetar o meio-ambiente. Além disso, as empresas brasileiras vêm desenvolvendo sistemas que permitem que parte dos dejetos produzidos pelos animais vire energia para ser utilizada nas próprias propriedades.

O fato da estrutura de mercado de processamento carnes brasileira não apresentar sinais de concentração acentuada, como o observado em outros setores (fertilizantes, ração, genética) poderia significar uma maior concorrência entre as empresas, levando a um mercado mais competitivo, e benéfico para o consumidor final. Entretanto se observarmos o setor de pecuária de corte brasileiro, onde existe um grande número de pequenos e médios frigoríficos distribuídos pelo território nacional, a baixa concentração e conseqüentemente a aparente concorrência, é resultado de comportamentos oportunistas e ilegais por parte de diversos empresários. Empresas com elevada sonegação fiscal e/ou problemas sanitários concorrem com empresas devidamente estruturadas, levando a uma arriscada redução do bem estar do mercado consumidor.

Se ocorrer um processo de concentração do mercado brasileiro, ele passará necessariamente pela aquisição de algum das principais empresas do setor, e não por negócios envolvendo os pequenos e médios empreendimentos distribuídos geograficamente por todo o território brasileiro¹⁹. Se a estratégia for adquirir as empresas menores, o volume de aquisições terá que ser significativo, caso o comprador queira obter escala para concorrer com os grandes atores já instalados no mercado. Essa série de aquisições demandará um volume de

¹⁹ As três aquisições realizadas pela Tyson no mercado brasileiro podem servir como um bom exemplo. Elas tiveram o objetivo de conhecer um mercado ainda inexplorado, uma vez que, em termos de participação na produção e comercialização (mercado interno ou externo) o resultado não foi significativo.

recursos, e de tempo para obtenção de economias, que não torna-se interessante para um novo entrante.

Para as empresas já instaladas no mercado brasileiro, a aquisição de dessas pequenas e médias empresas torna-se atrativo em duas situações distintas: a primeira, se a mesma possuir algum diferencial que agregue valor a companhia (localização privilegiada em relação ao mercado consumidor ou a oferta de matéria-prima, desenvolvimento de produtos, ou tecnologia); a segunda opção seria dentro de uma estratégia defensiva, ao não permitir que um novo entrante, ou mesmo outra companhia adquira a planta industrial. Nesse caso, o que se observa é a aquisição e posterior desativação da planta industrial, levando a uma redução na capacidade de oferta do mercado e maior poder de mercado as empresas já instaladas.

A elevada capacidade de abate existente no mercado nacional torna a opção da aquisição defensiva, uma necessidade para os principais grupos do setor. Como o boi é uma commodity, e seu preço é dado pelas regras de oferta e demanda, a redução do número de compradores, e da capacidade de produção permite a essas empresas uma melhor condição de competição do mercado, tornando, em alguns casos, o próprio mercado mais competitivo.

Normalmente as plantas industriais adquiridas e desativadas possuem tecnologia ultrapassada, elevando os custos de produção. Esse aumento de custos é repassado para o mercado, que paga mais caro pelo produto final.

A possibilidade de aquisições/fusões envolvendo os principais frigoríficos brasileiros (JBS Friboi, Bertin, Independência, Minerva, Marfrig, Sadia, Perdigão) não deve ser descartada, e conseqüentemente levará a uma concentração de mercado, tanto interno, como em relação as exportações. Em termos de mercado interno, haveria um maior controle sobre a oferta de produtos para atender aos principais mercados consumidores, e uma maior disputa com o mercado de distribuição (varejo alimentar). No caso das exportações, onde a concentração seria maior, a operação criaria uma empresa com maior poder de negociação em relação aos mercados importadores, na questão de definição de preços e margens, o que poderia favorecer todo o mercado nacional.

Os investimentos produtivos realizados pelas empresas brasileiras no mercado internacional possuem impacto importante, também, nos números do comércio exterior brasileiro, e de investimento direto.

As aquisições de empresas localizadas em outros países, ou até mesmo a construção de plantas industriais nesses países, assegura e expande mercados para bens e serviços dessas empresas, além de fortalecer a competitividade das empresas pela obtenção de economias de escala, efeitos de especialização de aprendizado e pelo fornecimento de uma maior base financeira para reinvestimentos e desenvolvimento tecnológico (ALÉM e CAVALCANTI, 2005 e CORRÊA e LIMA, 2008). Além das empresas, o país também ganha com esses investimentos, seja pelo fortalecimento das empresas locais e da marca “made in Brasil” no exterior, seja pelo aumento da remessa de lucros para o país.

Algumas das empresas do setor de carnes estão entre as empresas mais internacionalizadas do país, como é o caso do JBS Friboi (81% da receita e 59,2% dos ativos estão no exterior), Marfrig (32,6% das receitas e 13% dos ativos)²⁰, Perdigão (6% das receitas e 23% dos ativos), Sadia (10% da receita e 2% dos ativos) (FELIX e JOHNSON, 2008).

Apesar dos ganhos com tecnologia, acesso a mercados, entre outros benefícios, o aumento do Investimento Direto Brasileiro (IDB) no exterior, aumenta a saída de recursos financeiros do país, pressionando a Balança de Pagamentos. Além disso, com a produção e comercialização dos produtos a partir das novas plantas no exterior, também pode haver impacto na redução das exportações dessas empresas, uma vez que alguns dos mercados passarão a ser atendidos pelas novas plantas industriais. É possível que após um período inicial de queda das exportações, estas voltem a crescer por meio do comércio intra-firma, onde as estruturas existentes no exterior sirvam de canal de distribuição para produtos produzidos no país.

O impacto positivo do investimento direto sobre a Balança de Pagamentos fica por conta da entrada de lucros enviados por essas empresas para o Brasil, e o acesso a financiamentos com taxas de juros mais atrativas.

Após a trajetória de investimentos realizados pelas empresas brasileiras do setor de carnes, notadamente dos frigoríficos de bovinos, é possível definir hipóteses para a atuação dessas empresas no cenário nacional e internacional.

²⁰ Como a pesquisa levou em consideração os números das empresas referentes a 2007, não incluem a aquisição do Grupo OSI realizada em 2008, e que elevou para cerca de 65% a receita proveniente em dólares da empresa.

Capítulo 3 - Perspectivas de Médio e Longo Prazo

As ações a serem desenvolvidas para ampliar/melhorar as condições de investimento por parte das empresas brasileiras passam, necessariamente, por questões internas às empresas, sobre as quais elas possuem controle e planejamento; questões relacionadas ao mercado, onde apesar de não possuírem controle total, possuem condições de interferência exatamente em função das estratégias adotadas em seus planejamentos; e questões relacionadas a ações de agentes públicos. Sobre esse último, a única ação que as empresas podem exercer, é o fornecimento de subsídios que possam permitir ao governo tomar as decisões que podem favorecer o setor.

Algumas ações que necessitam ser tomadas pelo setor público estão relacionadas diretamente ao setor, como questões sanitárias. Outras ações, como a questão tributária, possuem conseqüências sobre um grupo maior de agentes privados e não podem ser tomadas em função de beneficiar um, ou outro agente, em particular.

Na questão sanitária, o ponto mais sensível para os mercados internacionais são as doenças que afetam ou podem afetar o rebanho brasileiro, e com isso, restringir ainda mais o acesso dos nossos produtos no mercado internacional. No caso da pecuária de corte, as principais doenças são a brucelose, a raiva bovina e a febre aftosa, que também afeta a suinocultura. Nesta, outra doença que preocupa em muitos os produtores e as indústrias é a peste suína clássica, que já levou ao fechamento do mercado brasileiro para exportações.

No caso da avicultura, apesar da gripe aviária ter provocado profundas alterações no cenário mundial desde 2004, no Brasil a doença que mais preocupa o setor é a “doença de Newcastle”. A enfermidade ataca o sistema respiratório das aves, o que leva muitas vezes a ser confundida com a gripe aviária. Esta, apesar de não ter sido registrada no país, não pode ser negligenciada pelo setor, dado o impacto econômico que teria sobre a produção e exportação brasileira.

A responsabilidade do controle dessas zoonoses é do Ministério da Agricultura, em parceria com as Secretarias Estaduais de Agricultura ou órgãos ligados a essas secretarias.

A segurança fitozoossanitária, no trânsito internacional, vem ganhando relevância em razão da ampliação do risco de disseminação de pragas e doenças de origem vegetal e animal, frente à crescente expansão do comércio internacional de produtos agropecuários e do aumento do trânsito internacional de passageiros.

A preocupação se deve aos graves impactos econômicos, sociais, ambientais, e à saúde da população com a introdução desses organismos em áreas do sistema produtivo. Dos pontos de vista econômico e social, podem ocorrer perdas de produção e de mercados para exportação, causando prejuízos significativos aos agricultores, à balança comercial e ao nível de emprego no país.

No caso das barreiras sanitárias, as exportações de suínos e bovinos brasileiros para diversos países consumidores é vetada, ou restringida, em função principalmente da febre aftosa, que afeta os dois animais. Apesar de não ser contagiosa para os seres humanos, a febre aftosa provoca perdas econômicas significativas, afetando não apenas o comércio entre os países, mas também a redução de produtividade dos rebanhos, gerando prejuízos para os produtores.

O fato do vírus permanecer ativo fora do animal hospedeiro, quando este é abatido, e se reproduzir, acaba determinado as restrições à comercialização (importação) por parte dos países que já não apresentam focos do vírus. O vírus sobrevive 24 horas em carcaças/músculos, aproximadamente duas semanas no meio ambiente (temperatura moderada) e mesmos meses, em ossos congelados, no sangue ou em vísceras (OIE, 2008)

Além das barreiras sanitárias, outra barreira que pode ameaçar as exportações brasileiras (se for colocada em prática), envolve questões de ordem ambiental. Nesse caso, os maiores prejuízos se dariam na cadeia da pecuária de corte, uma vez que os rebanhos brasileiros estão se deslocando cada vez mais para o Norte do país, ocupando áreas desmatadas, como a Floresta Amazônica.

Segundo Smeraldi e May (2008), em 2007, a Amazônia Legal (formada pelos estados da Região Norte, mais os estados do Mato Grosso e parte do Maranhão) passou da marca histórica de 10 milhões de abates de bovinos, com um aumento de 46% em relação a 2004. Entre 1990 e 2006, a participação do

rebanho bovino na região amazônica, em relação ao rebanho nacional, passou de 18% para 36%.

De acordo com Platonow (2007), baseado no levantamento sistemático de produção agrícola divulgado pelo IBGE, o número de cabeças de gado na região da Amazônia Legal dobrou de 37 milhões em 1996, para 73 milhões em 2006, um crescimento três vezes maior do que a média nacional.

No caso das aves e suínos, o risco é menor, uma vez que os grãos utilizados para produção da ração para esses animais vêm de áreas que estão afastadas da Região Amazônica, mesmo a produção obtida nos estados da Região Centro-Oeste do país. Projetos já implantados, como o da Perdigão em Rio Verde (GO) ou em implantação, como o da Sadia no Mato Grosso, devem elevar a demanda por grãos para a ração de aves e suínos. Entretanto, o volume de produção de grãos brasileiros em áreas de produção constante seria suficiente para atender a demanda internacional pelo grão brasileiro, e a demanda desses projetos.

Ambientalmente, no caso da suinocultura, o fato de haver melhores condições para o tratamento dos dejetos resultantes da produção, faz do país um fornecedor mais competitivo no mercado internacional, principalmente para atender a demanda na Europa, onde a produção já se encontra saturada, justamente por questões ambientais.

Outros impactos ambientais referem-se às medidas de controle adotadas, com uso excessivo de agrotóxicos, que podem contaminar solos e mananciais. Além disso, a entrada de espécies exóticas pode colocar em risco a diversidade biológica dos ecossistemas naturais do país (BRASIL, 2006).

Os abatedouros clandestinos, que no Brasil fogem ao sistema de controle sanitário, e que ocasiona altos gastos com a saúde pública, também são um aspecto importante na melhoria das condições de competitividade da pecuária de corte brasileira. Esses estabelecimentos, além de risco à saúde humana, ainda causam ao Estado perda da arrecadação fiscal e redução das exportações.

Devido à ilegalidade desse agente, a carne por eles produzida é totalmente voltada ao mercado local, e a sua distribuição é feita em feiras livres e açougues, a um preço menor que a carne que sai de frigoríficos credenciados. A clandestinidade afeta diretamente a competitividade na cadeia, pois é uma carne

que não paga impostos, portanto, mais barata, e o público consumidor, normalmente é o de baixa renda

As questões de ordem econômica, como as políticas econômicas adotadas pelo governo federal (câmbio, juros, etc...), são formuladas com base nos interesses “maiores” da nação, e não em interesses setoriais específicos. Entretanto, é fato que o sistema tributário brasileiro é complexo; havendo a incidência em cascata de tributos; a cumulatividade na cobrança ao longo da cadeia produtiva e na circulação das mercadorias; a multi-incidência de uns tributos sobre outros. A complexidade do sistema tributário, e as dificuldades no seu controle, incentivam alguns agentes a optarem pela sonegação dos tributos.

Para a definição das ações de médio e longo prazo, é necessário ter em mente essas questões, uma vez que no médio prazo torna-se difícil ações de agentes públicos, ficando as mesmas restritas a ações internas das empresas e, ações que poderão modificar o comportamento do mercado consumidor, mesmo que o resultado dessa alteração venha no longo prazo.

3.1) cenários possíveis

Levando em consideração que os cenários possíveis, prevêm um período não superior a quatro anos, para a definição dos cenários possíveis, é importante lembrar que muitos dos entraves institucionais relacionados às ações dos governos (federal, estadual e municipal), e algumas das ações relacionadas as empresas não podem ser consideradas.

Além disso, o atual cenário econômico nacional e internacional também necessita ser levando em consideração, uma vez que não se espera uma recuperação rápida da economia mundial e, os três setores analisados possuem na exportação um importante vetor de desenvolvimentos.

Dessa forma, no quadro 5, são identificados alguns possíveis cenários para o setor de proteína animal brasileiro.

Quadro 5 – Cenários Possíveis para o Setor de Carnes

Determinantes da dinâmica dos investimentos esperados		Transformação engendrada pelos investimentos		Efeitos do investimento sobre a economia
Crescimento da demanda por proteína animal (mercado externo) Mercados que não apresentam barreiras comerciais		<ul style="list-style-type: none"> - Investimentos em novos produtos (atender especificidades dos mercados da China, Oriente Médio, Ásia) - Adaptação ou expansão de capacidade instalada (reforma ou construção) - Diversificação dos investimentos (convergência carne branca, vermelha e lácteo) - Transformar empresas nacionais em <i>players</i> mundiais 		<ul style="list-style-type: none"> - Aumento da competitividade das empresas nacionais (aumento de escala e redução de custos) - Geração de emprego - Investimentos nas fronteiras geográficas - Aumento da balança comercial (aumento do volume exportado, e valor agregado) - Geração de Produto Interno Bruto
Crescimento da demanda por proteína animal (mercado externo) Mercados que apresentam barreiras comerciais		<ul style="list-style-type: none"> - Investimentos em empresas (aquisição/ construção) em países que tenham acesso aos mercados - Diversificação dos investimentos (convergência carne branca, vermelha e lácteo) - Transformar empresas nacionais em <i>players</i> mundiais 		<ul style="list-style-type: none"> - Aumento da competitividade das empresas nacionais (aumento de escala e redução de custos)
Crescimento da demanda por proteína animal (mercado interno)		<ul style="list-style-type: none"> - Investimentos em novos produtos - Adaptação ou expansão de capacidade instalada - Diversificação dos investimentos (convergência carne branca, vermelha e lácteo) - Aumento da demanda por grãos (ração) 		<ul style="list-style-type: none"> - Geração de emprego (investimentos nas fronteiras geográficas) - Geração de Produto Interno Bruto - Investimentos nas fronteiras geográficas
Aumento da produtividade da produção animal		<ul style="list-style-type: none"> - Desenvolvimento de novos modelos de parceria/integração produtor/indústria - Aumento das escalas de produção - Aumento da demanda por grãos (ração) 		<ul style="list-style-type: none"> - Aumento da competitividade das empresas nacionais - Investimentos nas fronteiras geográficas
Profissionalização das empresas (carnes vermelhas)		<ul style="list-style-type: none"> - Redução de custos - Adaptação ou expansão de capacidade instalada 		<ul style="list-style-type: none"> - Aumento da competitividade das empresas nacionais - Geração de emprego
Investimento Direto Estrangeiro		<ul style="list-style-type: none"> - Diversificação dos investimentos (convergência carne branca, vermelha e lácteo) - Consolidação dos setores e aumento da concorrência - Investimentos em novos produtos - Adaptação ou expansão de 		<ul style="list-style-type: none"> - Geração de emprego - Geração de Produto Interno Bruto - Aumento da balança comercial

	capacidade instalada		
	- Aumento da demanda por grãos (ração)		

Elaborado pelo autor

O período de quatro anos sinalizado para os possíveis cenários para as empresas presentes no setor de carne pode ser visto de maneira diferente na pecuária de corte, na suinocultura e na avicultura. Isso em função principalmente do ciclo de produção dos três setores. Enquanto na avicultura, um frango está pronto para ser abatido com 42 dias, na pecuária de corte esse período pode variar de 15 a 36 meses, dependendo do sistema de produção utilizado.

Com isso, nesse período de quatro anos é possível ter quase 35 ciclos da avicultura e apenas 2,5 ciclos da pecuária (pensado em animais super-precoces).

Mesmo assim alguns cenários são possíveis de serem estabelecidos, principalmente cenários que não estão relacionados diretamente a produção animal.

Na pecuária de corte, uma das ações mais imediatas e necessárias, inclusive em função do atual cenário econômico mundial, é a profissionalização da maioria dos pequenos e médios frigoríficos instalados no país.

Com algumas exceções, principalmente entre as principais empresas do setor, a gestão dos frigoríficos brasileiros ainda é feita de maneira artesanal e amadora. É freqüente encontrar frigoríficos sem conhecimento de seus custos, que conseguiram bons lucros quando o preço da arroba do boi estava em baixa, mas não teve fôlego para competir no mercado quando esse alcançou novos níveis em 2008.

O aumento dos preços ao longo do ano de 2008 tinha como uma das influências, o menor crescimento do rebanho brasileiro. O abate de matrizes em períodos de preços baixos, fez com ocorresse uma escassez de matéria-prima, fazendo com que os custos para aquisição de animais subissem de maneira considerável, reduzindo assim a rentabilidade dos frigoríficos. Tendo na aquisição da matéria-prima seu principal custo de produção, muitos frigoríficos ficaram sem capital de giro para adquirir novos animais e pagar pelos animais já adquiridos.

A escassez de animais, e o aumento dos custos de produção provocados pela crise financeira internacional que dificultou o acesso ao crédito e desvalorizou a moeda brasileira não poderiam ser previstos pelos frigoríficos.

Entretanto, a montagem de uma estratégia que preveja períodos de crise faz parte das obrigações dos gestores, principalmente quando o mercado consumidor tem crescido de maneira consistente, permitindo as empresas aumentar suas estimativas de produção e elaborar planos de crescimento.

O que se viu no mercado interno em 2008, com a dificuldade financeira de três dos principais frigoríficos nacionais, além de outros localizados em estados como Mato Grosso do Sul, Mato Grosso e Goiás, mostra que a grande maioria das empresas está preparada para crescer quando os custos de produção estão baixos e o mercado está aquecido. Em situação inversa a maioria mostra que, na verdade, a empresa está sendo administrada apenas no curto prazo.

Ao mesmo tempo em que a profissionalização da gestão dos frigoríficos é necessária para a sobrevivência de muitas das empresas brasileiras, o atual cenário poderá ser atrativos para novas aquisições por parte das empresas já instaladas no país, ou novos entrantes. O que muda será o destino dado às plantas industriais adquiridas, em função do comprador.

Não ser possível prever o real tamanho da capacidade de produção instalada no país, em função da existência de inúmeros frigoríficos com inspeção estadual e municipal que não são auditados. Porém, é reconhecido pelo mercado que os investimentos feitos a partir de 2004 na construção de novas plantas em estados das Regiões Norte e Centro-Oeste criou uma significativa capacidade ociosa.

Dessa forma, a aquisição dos frigoríficos por parte de novos entrantes (nacionais ou internacionais) fará com que a capacidade instalada se mantenha, e a concorrência pela aquisição de animais e venda da carne poderá se acirrar, levando a novos aumentos do boi. Já a aquisição desses frigoríficos menores por agentes já instalados no mercado poderá levar a interrupção do funcionamento dos mesmos (pelo menos no curto prazo), reduzindo a capacidade instalada e conseqüentemente a ociosidade de outras plantas desses mesmos grupos.

Dos novos entrantes, as maiores expectativas ficam por conta das ações a serem desenvolvidas pelo Grupo Tyson (EUA). Maior processador de carne do mundo, o grupo já fez diversas tentativas de entrar no mercado brasileiro, e consolidou esse processo em 2008 com a aquisição de empresas no setor de avicultura. Entretanto é esperado que o grupo também faça algum movimento no mercado de bovinos, até como resposta aos movimentos realizados pelo JBS

Friboi em território norte-americano. A empresa já está instalada na Argentina, onde é proprietária do frigorífico Carnes Pampeanas, com capacidade de processar 9.500 cabeças/mês.

Outro grupo internacional que poderia demonstrar algum interesse pelo país é a Cargill, que já atua no país através da Seara. Entretanto, é pouco provável que a empresa faça algum movimento no setor de pecuária de corte, mantendo suas atenções, nesse setor, apenas para as atividades nos Estados Unidos, Ásia e Europa. Assim como a Tyson, a empresa está instalada na Argentina, sendo proprietária do Finexcor, onde abate 36 mil animais/mês.

Dos grupos europeus, apesar dos investimentos feitos pela Doux no Brasil, não parece haver outros competidores com interesse ou condições econômico/financeiras para competir com as empresas brasileiras, seja no mercado local ou mesmo no cenário internacional.

Sobre os grupos chineses, indianos e russos, não existem informações suficientes para determinar a possibilidade de ações de internacionalização na produção de proteína animal. Sabe-se, principalmente no caso da China, da necessidade de aumentar a oferta de proteína animal para atender a crescente demanda interna. Porém, os grupos econômicos chineses ainda estão usando do incremento na produção interna para atender a essa demanda, principalmente no caso da avicultura.

Com a importação de grãos para a produção de ração, as empresas chinesas vêm obtendo aumentos de produção e produtividade suficientes para atender a necessidade de curto-prazo. Segundo Tian (2007), citado por Rae (2008), entre 1996 e 2006, a produção chinesa de carne bovina cresceu 111%, a de aves 81% e a de suínos 65%.

Entretanto, mantendo as atuais taxas de crescimento, será difícil para essas empresas manterem o ritmo de crescimento da produção. A escala de produção da indústria de carne da China é um dos maiores do mundo, porém essa indústria possui fragilidades nas formas de produção, na sua estrutura industrial, e no sistema de proteção. Além disso, a maioria das indústrias chinesas enfrenta problemas, como escassez de recursos para financiamento, o baixo nível de crédito, poucos ativos disponíveis e baixa rentabilidade (OVERVIEW, 2008).

A partir desse ponto haverá a necessidade de se abrir o mercado para a importação de produtos de outros países. Nesse caso, as importações poderão ser feitas de empresas já instaladas nesses mercados, como no Brasil, por exemplo, ou com a internacionalização das empresas chinesas (instalação de indústrias nos países produtores, ou aquisição de empresas desses países).

Entre os grupos nacionais, a Sadia comunicou que em função dos prejuízos obtidos com a desvalorização cambial em 2008 está revendo seus investimentos no exterior, principalmente na planta industrial dos Emirados Árabes. Assim, a empresa deve ficar fora de qualquer movimento de compra no período de análise previsto para o curto prazo. Em relação aos outros grupos nacionais, Perdigão, JBS Friboi, Bertin, Marfrig, Independência estão em condições, dinheiro em caixa e acesso a linhas de financiamento, de realizar novos investimentos no exterior ou mesmo no mercado interno.

Os aportes de capital feitos pelo BNDESPAR no Bertin e no Independência os deixam em condições de realizar movimentos significativos, uma vez que são as duas empresas com menor grau de internacionalização entre as principais empresas do setor cárneo nacional.

O quadro 6 traz alguns dos investimentos em andamento no país, com término previsto para 2009 ou 2010. O quadro traz também, alguns dos investimentos que inicialmente estavam previstos para serem empreendidos pelas empresas brasileiras, mas tiveram seu início adiado em função das conseqüências da crise financeira internacional.

Quadro 6 – Investimentos previstos para o curto prazo

Empresa	Investimento	Valor	Status
Aurora	Construção das duas unidades de abate e processamento de aves em Canoinhas (SC) e Carazinho (RS),	R\$ 800 milhões	Início da obra adiada
Aurora	Ampliação da unidade de abate de suínos em São Gabriel do Oeste (SC)	R\$ 71 milhões	Início da obra adiada
Aurora	Segunda etapa da fábrica de Pinhalzinho (Lácteos)	R\$ 80 milhões	Entrada em operação prevista para o segundo semestre de 2009
Bertin	Construção de Unidade de abate em Diamantino (MT)	n.d.	Entrada em operação prevista para 2009
Frigorífico Diplomata	Construção de Frigorífico para aves em Trindade do Sul (RS)	R\$ 42 milhões	Entrada em operação prevista para o segundo semestre de 2010
JBS	Construção de planta em Odinzovo (Moscou, Rússia) dedicada a atividades de food-service e produção de hambúrgueres	n.d.	Entrada em operação prevista para primeiro trimestre de 2009
Minerva	Modernização e expansão das Unidades de Rolim de Moura (RO) e Araguaia (TO)	R\$ 39 milhões, por meio do Banco da Amazônia	Rolim de Moura com previsão de início das atividades em março,
Minerva	Planta de abate em Redenção (PA)	n.d.	Início das atividades da Unidade foi adiada
Minerva	Modernização e expansão das demais unidades	R\$ 120 milhões, por meio do BNDES	n.d.
Perdigão	Complexo Industrial de Bom Conselho (PE) – lácteos	Investimentos totais de R\$ 280 milhões	Início de operação do primeiro módulo deverá ocorrer no primeiro semestre de 2009
Pif Paf	Construção Unidade de abate de frango em Palmeiras de Goiás, com capacidade para 150 mil frangos/dia	R\$ 270 milhões	Entrada em operação prevista para março
Sadia	Construção de fábrica nos Emirados Árabes	R\$ 150 milhões	Início da obra adiada
Sadia	Construção de Complexo para Suínos em Mafra (SC)	R\$ 700 milhões	Início da obra adiada
Sadia	Fábrica em Vitória de Santo Antão (PE)	R\$ 250 milhões	Início previsto para o primeiro trimestre de 2009

OBS. As informações não representam a totalidade de investimentos previstos pelas empresas do setor de carnes, servindo apenas como amostra do volume de investimentos realizado pelo setor
 Fonte: informações disponíveis no mercado

3.2) Cenários Desejáveis

A definição de cenários desejáveis sugere que os principais gargalos que afetam o setor de carnes sejam superados, sejam os gargalos de ordem internacional, como é o caso das barreiras comerciais que impedem a exportação de diversos produtos brasileiros para os principais mercados internacionais, sejam os gargalos estruturais da economia brasileira.

O quadro 7 compreende os cenários desejáveis para os três setores cárneos nacionais, incluindo as transformações esperadas e os possíveis efeitos sobre a economia.

Quadro 7 – Cenários Desejáveis para o Setor de Carnes

Determinantes da dinâmica dos investimentos esperados	Transformação engendrada pelos investimentos	Efeitos do investimento sobre a economia
Aquisições e fusões	<ul style="list-style-type: none"> - Novos atores (estrangeiros ou nacionais); - Diversificação dos investimentos (convergência carne branca, vermelha e lácteo); - Investimentos em modernização das empresas (equipamentos); - Aumento da escala de produção e das economias de escala com a aquisição das empresas menores. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento da competitividade das empresas nacionais - Geração de emprego em pequena escala - Geração de Produto Interno Bruto - Aumento da balança comercial
Abertura de capital	<ul style="list-style-type: none"> - Profissionalização das empresas; - Nova geografia dos investimentos; - Fonte de recursos para investimento/internacionalização; - Investimentos em modernização das empresas (equipamentos); - Aumento das economias de escala com a aquisição das empresas menores. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento da competitividade das empresas nacionais - Geração de emprego em pequena escala - Geração de Produto Interno Bruto - Aumento da balança comercial
Diversificação produtiva com a entrada em novos setores	<ul style="list-style-type: none"> - Investimentos em novos produtos - Investimento em novos setores da economia - Aumento das escalas de produção e das economias de escala - Agregação de valor aos produtos 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento da competitividade das empresas nacionais - Geração de emprego - Geração de Produto Interno Bruto - Desenvolvimento tecnológico e industrial
Desenvolvimento dos canais de distribuição no exterior e desenvolvimento de marcas	<ul style="list-style-type: none"> - Investimento em novos setores da economia - Agregação de valor aos produtos - Aquisição de empresas com marcas reconhecidas ou empresas de distribuição 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento da competitividade das empresas nacionais
Investimentos em Logística	<ul style="list-style-type: none"> - Nova geografia dos investimentos; - Redução de custos para o setor; 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento da competitividade das empresas nacionais - Geração de emprego - Geração de Produto Interno Bruto

<p>Regularidade no fornecimento de matéria-prima</p> <p>Aumento da produtividade da produção animal</p> <p>Desenvolvimento tecnológico do setor de insumos (genética e embriões)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Investimentos em modernização das empresas (equipamentos) - Aumento da escala de produção e das economias de escala com a aquisição das empresas menores - Redução de custos para o setor 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento da competitividade das empresas nacionais - Geração de emprego em pequena escala - Geração de Produto Interno Bruto - Aumento da balança comercial
---	---	---

Apesar da crise financeira que vem afetando a economia, e conseqüentemente, empresas em diversas regiões do mundo, o processo de fusões e aquisições de empresas, e em menor grau, a abertura de capital de novas empresas, deve continuar nos próximos anos.

Empresas nacionais como a JBS Friboi, Perdigão, Marfrig e multinacionais, como a Tyson e a Cargill possuem recursos em caixa e condições de financiamento que lhes permitem aproveitar o cenário de crise econômica, redução de consumo por parte da população e dificuldade de obtenção de empréstimos por parte de algumas empresas para fazerem novas aquisições, não apenas no Brasil, mas também no mercado internacional.

A Tyson Foods, declarou recentemente que tem disponível US\$ 1,5 bilhão para aproveitar oportunidades com a crise e fazer aquisições a preços mais baixos, tanto nos Estados Unidos como no Brasil, na China e na Índia. Apesar de ter feito uma estréia de certa forma tímida no mercado brasileiro, a multinacional americana possui condições financeiras para realizar aquisições de grande porte no mercado interno, tanto no setor de aves e suínos, como na pecuária de corte.

O aumento do preço do boi, juntamente com a crise financeira que afetou alguns dos países importadores, alterou a estratégia de diversos frigoríficos brasileiros, que tornaram-se ativos de compra interessante. Apenas em 2008, três grandes frigoríficos brasileiros sinalizaram problemas de caixa, e tiveram suas operações paralisadas ou seriamente afetadas.

O Margen deixou de operar algumas de suas mais de 20 plantas industriais, algumas próprias e outras arrendadas.²¹ Outro que enfrentou problemas financeiros e que está passando por um profundo processo de

²¹ A empresa operava plantas de bovinos, suínos, aves, cordeiros e avestruz

reestruturação é o Quatro Marcos²². Mais recentemente, o Frigorífico Estrela solicitou recuperação judicial, em função de problemas de fluxo de caixa para pagamento de fornecedores.

Além desses três frigoríficos, que possuem uma boa estrutura industrial (número de plantas e escala de produção), outros frigoríficos de porte médio também podem se transformar em ativos interessantes para as principais empresas do setor, ou para novos entrantes (nacionais e internacionais).

Dada a situação sanitária brasileira, onde é possível encontrar três diferentes status²³, ter plantas indústrias localizadas em diferentes estados e regiões do país, tem sido a estratégia adotada pelas principais empresas do setor. Entre os exemplos de empresas geograficamente bem distribuídas, pode-se citar duas das principais empresas brasileiras: o grupo JBS Friboi, que possui plantas industriais em sete diferentes estados, e o grupo Marfrig, com plantas em cinco diferentes estados brasileiros.

Além da aquisição de plantas menores, estratégias envolvendo a fusão de grupos de porte semelhantes também poderão ser observadas no mercado nacional. O grande número de frigoríficos de pequeno e médio porte, com plantas industriais centralizadas em poucos estados, demonstra a necessidade da adoção de uma estratégia que lhes permita se posicionar em condições de concorrer com os grandes grupos nacionais e internacionais que irão se formar na consolidação do mercado.

Apesar da significativa participação das exportações brasileiras de carne (bovina, suína e de frangos), e da implantação de projetos de internacionalização por parte das empresas brasileiras, a quase totalidade das empresas brasileiras ainda se encontram no papel de serem alvo da aquisição de grandes grupos estrangeiros. Empresas como Tyson Foods, Conagra, Cargill, e mesmo empresas de alimentos; como Nestlé e Kraft, possuem recursos próprios e acesso a financiamentos a taxas atrativas para comprar algumas das principais empresas brasileiras, como a Sadia, Bertin, Independência, Perdigão, etc.

²² Em junho de 2008, os frigoríficos Margem e Quatro Marcos decidiram se unir, dando origem à UNI Alimentos, companhia que nasceu com um faturamento superior a R\$ 2,5 bilhões e capacidade diária de abate de 18,5 mil cabeças de bovinos, a maior instalada no País. Entretanto, a operação durou apenas 10 dias e foi desfeita

²³ Áreas livres da doença sem vacinação (estado de Santa Catarina); estados livres da doença, mas ainda sendo obrigatória a vacinação (RS, PR, SP, RJ, MG, ES, MT, GO, DF, BA, SE, TO, RO, AC, MS); zona infectada (AM, RR, PA, AP, MA, PI, CE, RN, PB, PE, AL).

O tamanho das multinacionais norte-americanas e européias, frente ao porte das empresas brasileiras, leva necessariamente à discussão a respeito de uma maior consolidação dos setores cárneos no mercado interno, caso se imagine que o domínio do mercado internacional de carne ocorra com empresas brasileiras, e não apenas com o produto nacional.

A iniciativa adotada pelo BNDES de capitalizar algumas das principais empresas nacionais, tornando-se sócio, demonstra o interesse em formar grupos internos fortes e em condições de competir no mercado internacional. Com a recente injeção de R\$ 450 milhões de reais no Frigorífico Independência, o BNDES torna-se sócio de quatro dos maiores processadores de carne bovina do país. No caso das empresas com ações em bolsa, a participação do BNDES (por meio da BNDESPAR) é de 13% no JBS Friboi, e de 14,6% no Marfrig (JBS FRIBOI, 2008; MARFRIG, 2008).

No caso do Bertin, houve uma injeção de R\$ 2,5 bilhões em maio de 2008, por parte do BNDEPAR, o que lhe dá uma participação de aproximadamente 27,5% (SANTOS e ROCHA, 2008). No caso do Frigorífico Independência, a participação que o BNDESPAR terá ainda não foi definido pelas partes (PORTO, 2008).

Problema com questões tributárias, centralização da gestão por parte de empresários, e plantas antigas, podem dificultar ou até mesmo inibir algumas operações de aquisição ou fusão entre empresas do setor de carnes, principalmente no caso da pecuária de corte. O caso envolvendo as empresas Quatro Marcos e Margen servem como exemplos dos problemas que podem estar ocultos nessas empresas. Pendências nas áreas fiscal, trabalhistas e previdenciária estavam entre os motivos apresentados para a dissolução do negócio que criaria a maior empresa em capacidade de abate do país.

Apesar dos problemas que algumas empresas apresentam, o excesso de capacidade instalada no país e o grande número de pequenas e médias empresas são sinais positivos para a necessidade de um processo de consolidação do setor da pecuária de corte.

No setor de aves e suínos, a operação não concretizada (mais conhecida) foi a tentativa de aquisição da Perdigão por parte da Sadia. Apesar desta operação não ter ocorrido, outras operações envolvendo empresas menores foram bem sucedidas e mostram um caminho que de deverá ser seguido por

outras. Mesmo aquisições feitas por Perdigão²⁴ e Sadia²⁵ nos últimos anos demonstram a necessidade de se criar escala e adotar estratégias de diversificação para enfrentar o mercado.

Assim como no setor de pecuária de corte, no setor de aves e suínos ainda existem muitas empresas com atuação regional que poderão ser alvo das grandes empresas do setor ou de novos entrantes. As três aquisições feitas pela Tyson mostram que esse caminho poderá ser seguido por outras empresas. No caso das grandes empresas do setor, principalmente Sadia e Perdigão, o maior empecilho à aquisição de empresas menores está na possibilidade da operação levar a uma concentração de mercado, que levaria o CADE a impor restrições.

O grande diferencial do setor de aves e suínos, em relação ao setor da pecuária de corte, no que se refere à estrutura industrial, está na forte presença de cooperativas nos dois primeiros setores, principalmente nos estados do Sul do país. Sete dos vinte e cinco maiores exportadores de frango, em 2007, foram cooperativas, sendo que quatro delas estão entre os dez maiores exportadores (ABEF, 2008).

Apesar de esperar que ocorra um crescimento nos processos de fusões e aquisições entre as empresas dos três setores, não significa que as pequenas e médias empresas devam desaparecer. Existe mercado para essas empresas, entretanto, elas terão que se adaptar às atuais necessidades do mercado consumidor, atuando regionalmente e em ninhos de mercado. No caso da opção da concorrência com as grandes empresas do setor, em um mercado de *commodity*, como é o caso das carnes, as chances dessas empresas são reduzidas.

Independente da opção estratégica a ser adotada pelas empresas, o acesso ao crédito passa a ser fundamental para a concretização das iniciativas. Além de empréstimos junto a bancos e do capital das empresas, outras opções tornaram-se interessantes para as empresas nos últimos anos. Três frigoríficos de bovinos realizam a venda de ações no mercado acionário brasileiro (IPO). JBS Friboi, Marfrig e Independência aproveitaram o momento de aquecimento do processo de abertura de capital que se instalou no país até a metade de 2008 e obtiveram elevada quantidade de recursos para novos investimentos. Através

²⁴ A Perdigão adquiriu as operações da Avipal em 2006.

²⁵ A Sadia comprou a Só Frango (2004), e a Big Foods em 2007.

desses recursos, essas empresas fizeram algumas de suas principais aquisições, tanto no mercado interno, como no mercado externo.

Outra opção utilizada pelas empresas foi a parceria com fundos de investimento, como foi o caso do frigorífico Mercosul, que vendeu 50% da empresa para o fundo norte-americano AIG em 2007.²⁶

Além das fusões e aquisições, outras estratégias que vem sendo adotadas pelas empresas brasileiras e que devem ser mantidas, são as aquisições buscando estratégias de diversificação produtiva, com a entrada ou consolidação em setores diferentes daqueles em que as empresas operam atualmente.

Entre as empresas que vem adotando essa estratégia de diversificação produtiva é possível citar o Bertin, que além de atuar em setores que utilizam subprodutos do boi, como limpeza, couro e energia, com o biodiesel de sebo, mais recentemente entrou no setor de lácteos, com a aquisição da Vigor e da Leco. O grupo Marfrig também vem diversificando suas atividades, se transformando em uma empresa de alimentos com atuação nos setores de pecuária de corte, frango, suínos e ovinos.

Outro grupo que buscou na cadeia láctea uma alternativa de diversificação produtiva foi a Perdigão, ao adquirir o grupo Eleva (Avipal e Elege); que tinham atuação em carnes e leite.

Ao invés de optar pela diversificação produtiva, algumas empresas têm optado pela integração vertical para frente, com forte atuação no setor de couros, como é o caso dos grupos Independência e Minerva.

Outra forma de integração tem atraído as indústrias que atuam no setor da pecuária de corte. A necessidade de obter matéria-prima de qualidade, em quantidade suficiente para atender as suas plantas industriais de forma contínua, tem levado algumas indústrias a investirem em confinamentos. Marfrig, JBS Friboi, Bertin são algumas das empresas que possuem confinamentos em diferentes estados brasileiros.

Possuindo oferta de animais através de seus confinamentos, essas companhias podem negociar preços com os produtores com mais segurança em

²⁶ A empresa possui capacidade para abater aproximadamente 4.000 cabeças/dia em 11 plantas industriais localizadas em três estados brasileiros, sendo 08 no RS, 02 no PR e 01 no MS. Esta última foi desativada em novembro de 2008.

período de baixa oferta (entressafra, por exemplo), já que podem recorrer aos seus próprios rebanhos para manter as fábricas em operação por alguns dias.

Com o investimento em confinamentos, as empresas brasileiras se aproximam cada vez mais do modelo norte-americano, onde a principal fonte de matéria-prima para os frigoríficos são os grandes confinamentos, sendo muitos de propriedade das próprias indústrias, como é o caso do *Five Rivers*, do grupo JBS Friboi.

Além de permitir uma maior regularidade no fornecimento de matéria-prima para os frigoríficos, a constituição de grandes confinamentos poderá diminuir um dos maiores problemas que o setor vem enfrentando, o avanço dos rebanhos sobre a Floresta Amazônica. Apesar de continuar tendo a sua alimentação baseada em pasto, os animais confinados necessitam de complementos alimentares, que além dos grãos tradicionalmente utilizados nesse sistema de produção, existe a opção de polpa cítrica, bagaço de cana, caroço e casa de algodão.

A necessidade de obter a matéria-prima para alimentar os animais faz com que os confinamentos se aproximem das áreas de lavoura, ocupando as fronteiras dessas produções. Com isso, os confinamentos deverão se instalar em estados como São Paulo, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul, Minas Gerais e Bahia, distanciando-se do bioma amazônico.

No caso de frangos e suínos, o modelo de cooperação/integração existente hoje deverá sofrer uma pequena alteração com o deslocamento de plantas industriais para o Centro-Oeste. Ao invés da indústria ter parceria com um grande número de pequenos agricultores, as indústrias passarão a se relacionar com um grupo menor, porém de grandes produtores. Essa situação já é observada em Goiás, onde a Perdigão possui o seu maior Complexo Industrial de abate e processamento animal.

O surgimento dos confinamentos em regiões mais próximas à produção de grãos e dos mercados consumidores teria impacto também em outro importante gargalo que necessita ser solucionado, para o país manter sua posição de destaque no comércio internacional de carnes, a logística.

A necessidade de deslocar animais ou produtos já elaborados através das nossas estradas tem provocado elevados custos logísticos para as empresas e para os consumidores, uma vez que esses custos são repassados para os preços

finais. As indústrias frigoríficas têm adotado como estratégia a compra de animais a distâncias que não ultrapassem 100/150 km do frigorífico, para reduzir custos de transporte e perdas de peso dos animais (produtividade).

Mesmo assim, com plantéis e, conseqüentemente, com frigoríficos localizados em todos os estados brasileiros, o deslocamento de animais ou da carne ocorre a distância significativas, principalmente o produto destinado à exportação. Novos modais logísticos baseados em ferrovias e hidrovias que reduziriam o custo de transporte já vêm sendo implantados por meio do Programa de Aceleração Econômica (PAC), do governo federal, assim como a reestruturação de portos e de estradas que servem de escoamento para a produção brasileira.

É necessário não apenas que esses investimentos sejam finalizados, mas que eles possam atender a demanda das empresas. Para isso, seria importante a análise da localização dos centros de produção (animais e frigoríficos) com a localização dos modais de transporte, para efetivamente haver redução de custos e aumento dos ganhos das cadeias produtivas.

Mesmo para o abastecimento do mercado interno, o desenvolvimento logístico torna-se imprescindível. Mesmo que as empresas façam a opção de abastecer os mercados internos com plantas regionalizadas, os produtos terão que chegar ao mercado consumidor utilizando-se de estradas, muitas vezes, em condições não adequadas.

Capítulo 4 – Propostas

A elaboração de propostas visando a realização de investimentos no setor de carnes brasileiro deve levar em consideração a execução de ações por parte dos agentes privados (setor produtivo) e agentes públicos (órgãos e secretarias de governo).

No ambiente do setor produtivo, visando aumentar a participação das empresas no mercado internacional, as propostas passam pela necessidade dessas empresas iniciarem atividades em terceiros mercados (mercado consumidor ou mercado produtor). O atual cenário econômico tornou diversos ativos atraentes para empresas que possuem condições de obter financiamentos junto a agentes financeiros.

Conforme visto anteriormente o acesso ao mercado consumidor, principalmente nos mercados da Europa, América do Norte e Ásia deverá ocorrer em um primeiro momento com a aquisição de ativos nesses mercados, ou em países com acesso aos mercados consumidores. A opção de eliminar os entraves ao acesso direto do mercado brasileiro, depende, não apenas de ações internas, mas, de acordos comerciais que enfrentam severas restrições.

Iniciativa adotada por algumas das principais empresas brasileiras mostra que existe interesse nesse tipo de operação.

Internamente, investimentos em programas de fusões e aquisições, com o objetivo de uma maior consolidação do setor, visando aumentar a competitividade dessas empresas no mercado internacional, faz sentido do ponto de vista operacional. Investimentos realizados nos últimos anos fizeram com que o setor (principalmente a pecuária de corte) apresentasse uma elevada capacidade ociosa, que pode prejudicar estratégias futuras dessas empresas.

Nesse sentido, a construção de novas plantas industriais mostra-se oportuna, se levar a substituição de capacidade produtiva existente, porém de menor competitividade (plantas antigas, com equipamentos obsoletos ou longe da matéria-prima). A construção de novas plantas industriais estará elevando a capacidade de produção dos setores, sem levar em consideração as demandas do mercado consumidor, ou a oferta de matéria prima.

Nos setores de aves e suínos, observa-se uma melhor distribuição da capacidade de produção, principalmente em função das operações das

cooperativas. Mesmo assim o deslocamento de novos investimentos para a região Centro-Oeste do país, deverá ser necessário, em função da maior oferta de milho e soja para a ração nessa região do país.

Para a pecuária de corte, o zoneamento sanitário ainda funciona como uma determinante para a localização de novas plantas industriais, para os principais grupos do país. A necessidade de atender as normas dos países importadores leva essas empresas a instalarem suas plantas industriais de modo a se proteger de eventuais problemas sanitários que o país possa enfrentar, a exemplo do ocorrido com os casos de febre aftosa no Mato Grosso do Sul.

A criação de zoneamento sanitário também tem sido discutida para avicultura de corte, e a sua implantação, poderá alterar algumas estratégias de investimentos das empresas que atuam no setor.

Outra opção, que pode fortalecer as empresas nacionais, na competição internacional, é diversificação produtiva. Apesar da opção de concentração em um único setor permitir a obtenção de maiores economias de escala, e de conhecimento, a busca pela diversificação torna-se importante no atual cenário do mercado de alimentos.

O surgimento de movimentos no sentido de uma vida mais saudável, ambiental e socialmente correta, e mesmo o surgimento de problemas sanitários envolvendo diversos mercados ao redor do mundo, são exemplos dos riscos associados à concentração de investimentos.

No caso do setor de carnes, os movimentos observados por parte das empresas, está associado a diversificação dentro do próprio setor, com a entrada em outros mercados onde ainda não atuavam. Entrada no setor lácteo e de pratos prontos também é possível ser observado. A oportunidade de aproveitar sinergias logísticas e de canais de distribuição (principalmente a cadeia de frios), estão entre os principais motivos para esse modelo de diversificação.

Estratégias de integração vertical, com a entrada no setor de couros ou no sentido *ex ante*, com a criação de grandes confinamentos, também é outra opção observada nas empresas do setor, principalmente no caso dos frigoríficos de bovinos. No caso da avicultura e da suinocultura, os contratos de fornecimento com produtores rurais, que permite a empresa controlar a oferta de animais, já são difundidos e apresentam resultados significativos.

No caso específico dos investimentos em grandes confinamentos, a necessidade de manter a frequência e o volume dos abates tem sido o principal determinante do investimento. Entretanto, a possibilidade de controlar a oferta e os custos da matéria-prima, facilitando a negociação com pecuaristas, também pode ser apontado como justificativa para esse tipo de investimento.

Se a criação de grandes confinamentos irá ocorrer por iniciativa dos frigoríficos ou de produtores/investidores torna-se uma questão de estratégia dos agentes envolvidos. O que está certo é que este modelo de criação, que garante maior controle sobre a oferta (frequência e volume) e padronização dos animais, torna-se essencial para a estratégia do setor pecuário nacional em manter a soberania no mercado internacional de carnes.

O investimento em confinamentos, ou na criação de animais mais precoces, necessitará de investimentos em pesquisa, buscando a melhoria do padrão dos bovinos nacionais.

Apesar das raças zebuínas serem maioria no rebanho nacional, ainda é visível a falta de uma maior padronização dos nossos animais. Não será necessário desenvolver uma raça genuinamente nacional, ou padronizar todo o rebanho brasileiro segundo as características de uma única raça. O país possui condições de oferecer diferentes padrões de animais, em função dos diferentes climas e relevos, atendendo a demanda dos diferentes mercados consumidores. Entretanto, é necessário definir as características que podem ser adotadas para cada mercado a ser atendido e realizar investimentos no sentido de obter volume e qualidade da matéria-prima, capaz de atender esses mercados.

No caso de aves e suínos, investimentos anteriores em genética mostraram que a necessidade de escala não permite que as empresas nacionais utilizem recursos neste tipo de investimento. A genética de aves é controlada por apenas 3 empresas com atuação global, o que mostra o tamanho do mercado necessário para obtenção de escala e retornos financeiros.

Outros investimentos necessários no setor de carnes ultrapassam o âmbito dos agentes privados da cadeia, principalmente os investimentos envolvendo a estrutura logística. A localização dos rebanhos, principalmente bovino, e das plantas industriais em relação ao mercado consumidor interno, e ao porto para exportação encarece o produto nacional frente aos concorrentes internacionais.

A falta de vias de escoamento por hidrovia ou ferrovia, faz com que os produtos nacionais sejam transportados quase que unicamente por via rodoviária. Além de ter um custo mais elevado, quando comparado ao transporte hidroviário e ferroviário, o transporte por caminhões é realizado por estradas que não possuem, muitas vezes, condições adequadas para suportar o volume de veículos que trafegam diariamente. Investimentos em novas rotas de transporte, principalmente de baixo custo, são essenciais para permitir que a produção nacional, localizada nas Regiões Centro-Oeste e Norte do país, alcancem os portos das Regiões Nordeste, Sul e Sudeste, e de lá cheguem ao mercado consumidor.

A situação de liderança brasileira em custos no setor de carnes provoca reações dos países concorrentes, e esta ocorre, muitas vezes, com ações no sentido de criar mecanismos de restrição para o acesso dos produtos brasileiros. Nesse sentido, ações de regulação, por parte dos órgãos governamentais, e a cooperação por parte dos agentes privados das cadeias produtivas, é essencial para evitar o surgimento de novas restrições.

A implantação de um sistema de rastreabilidade só alcançará os resultados esperados se houver, por parte dos envolvidos, a noção dos resultados futuros que poderão ser obtidos em termos de acesso a novos mercados e retornos financeiros. Em paralelo com o processo de rastreabilidade, os processos de certificação necessitam de normatização para que os consumidores possam confiar e reconhecer os certificados que acompanham os produtos adquiridos.

Os programas sanitários de erradicação de doenças, como a febre aftosa, doença de Newcastle, raiva suína e as doenças respiratórias, são um bom exemplo de como a falta de envolvimento de alguns agentes das cadeias produtivas, pode trazer conseqüências para todo um setor da economia. Investimentos em capacitação, poder de atuação e infra-estrutura dos órgãos de vigilância poderia ser um bom caminho para a eliminação dessas doenças dos rebanhos nacionais.

Outra ponta do mercado que necessita de regulação por parte do governo está na fiscalização, principalmente na pecuária de corte. Problemas envolvendo a fiscalização sanitária no transporte de animais, e nas indústrias frigoríficas têm provocado problemas para o setor.

De um lado, a redução da competitividade das empresas/produtores idôneos que concorrem com produtores e frigoríficos que agem na clandestinidade. Por outro lado, a falta de controle por parte das agências de fiscalização, permitiu novos casos de aftosa em território brasileiro. Os investimentos nesse caso passam pela reformulação do Sistema de Inspeção Sanitária, onde frigoríficos que possuem SIF e, fazem altos investimentos para manter o registro, concorrem em mercados com frigoríficos que possuem SIE e SIM, com custos menores, e muitas vezes sem a devida fiscalização²⁷.

No passado, década de 70, a unificação do sistema de fiscalização trouxe bons resultados para país. Entretanto, o tamanho do território nacional e as especificidades de cada mercado (produção e consumo) não permitem o retorno da unificação e federalização do processo. Entretanto, o atual modelo, principalmente os serviços municipais tem se mostrado ineficientes e necessitam urgentemente de reforma.

Um bom exemplo da urgência de regulação por parte do governo, está na necessidade de se criar normatizações para a expansão da pecuária de corte na Floresta Amazônica, e normatizações que atendam as regras de bem estar animal implantados nos mercados consumidores.

Apesar de ainda não se transformarem em restrições explícitas, o avanço do rebanho bovino sobre a Floresta Amazônica, e o tratamento recebido pelos rebanhos brasileiros, podem ser utilizadas como mecanismos de conflito junto ao mercado consumidor.

Para manter a competitividade do produto nacional no mercado internacional, e aumentar a demanda pelos produtos no mercado interno, depende também de ações de responsabilidade unicamente dos governos. No caso específico da reforma tributária, o resultado permitiria uma incremento da competitividade de diversos produtos brasileiros tanto no mercado interno como externo.

No caso do setor de carnes, o excesso de tributos e a forma de cobrança em cascata de alguns deles, leva a redução da competitividade do setor. Além disso, incentiva que alguns agentes privados busquem na ineficiência do controle, o incentivo para atuarem na ilegalidade. Com isso deixam de honrar com

²⁷ SIF (Serviço de Inspeção Federal); SIE (Serviço de Inspeção Estadual); SIM (Serviço de Inspeção Municipal)

DOCUMENTO NÃO EDITORADO

compromissos tributários, e conseguem oferecer produtos no mercado interno a preços abaixo dos praticados pelas empresas que cumprem com suas obrigações fiscais.

Quadro – Propostas para o Setor de Carnes

Tipo de Instrumento / Tipo de Investimento	Incentivos	Regulação	Coordenação
Induzido	<ul style="list-style-type: none"> - Financiamento para Investimentos na aquisição de empresas (mesmo setor ou diversificação) no Brasil e no exterior - Financiamento para Investimentos na modernização/ampliação das empresas no Brasil e no exterior - Melhoria da infra-estrutura logística (estradas e portos) - Erradicação da Febre Aftosa/Brucelose - Laboratórios para análise de resíduos químicos ou hormônios na carne - Abertura de representações/escritórios em novos mercados 	<ul style="list-style-type: none"> - Consolidação do Processo de Rastreabilidade - Normatização dos Processos de Certificação - Reestruturação do Serviço de Inspeção dos Frigoríficos (Pecuária) - Normatização da expansão da pecuária sobre a Floresta Amazônica - Normatização de ações de bem-estar animal - Reforma tributária 	<ul style="list-style-type: none"> - Acordos de Comércio Bilaterais - Acordos de Comércio Multi-laterais - Programas de Divulgação em Potenciais Mercados Consumidores - Eliminação/redução de barreiras comerciais (cotas/tarifas) - Ações de incentivo ao consumo da carne (branca e vermelha) no mercado interno - Defesa Sanitária
Estratégico			
Mudanças tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> - Financiamento para P&D em genética, embriões - Financiamento para o desenvolvimento de novos produtos - Financiamento para investimento em aumento da produtividade da produção animal 	<ul style="list-style-type: none"> - Normatização do acesso a material genético (patentes) 	<ul style="list-style-type: none"> - Evitar concentração produtiva que reduza a competitividade das cadeias produtivas
Mudanças na Concorrência	<ul style="list-style-type: none"> - Financiamento para Investimentos para a aquisição de empresas (mesmo setor ou diversificação) - Financiamento para Investimentos na modernização/ampliação das empresas - Melhoria da infra-estrutura logística (estradas e portos) - Erradicação da Febre Aftosa/Brucelose - Eliminação do Abate Clandestino 	<ul style="list-style-type: none"> - Consolidação do Processo de Rastreabilidade - Normatização dos Processos de Certificação - Reestruturação do Serviço de Inspeção dos Frigoríficos - Normatização da expansão da pecuária sobre a Floresta Amazônica 	<ul style="list-style-type: none"> - Acordos de Comércio Bilaterais - Acordos de Comércio Multi-laterais - Programas de Divulgação em Potenciais Mercados Consumidores - Eliminação/redução de barreiras comerciais (cotas/tarifas)

DOCUMENTO NÃO EDITORADO

	<ul style="list-style-type: none"> - Abertura de representações/escritórios em novos mercados - Financiamento para o desenvolvimento de novos produtos 	<ul style="list-style-type: none"> - Normatização de ações de bem-estar animal - Reforma tributária 	
Mudanças na Demanda Mundial	<ul style="list-style-type: none"> - Financiamento para Investimentos para a aquisição de empresas (mesmo setor ou diversificação) - Financiamento para Investimentos na modernização/ampliação das empresas - Melhoria da infra-estrutura logística (estradas e portos) - Erradicação da Febre Aftosa/Brucelose - Abertura de representações/escritórios em novos mercados - Financiamento para o desenvolvimento de novos produtos 	<ul style="list-style-type: none"> - Consolidação do Processo de Rastreabilidade - Normatização dos Processos de Certificação - Reestruturação do Serviço de Inspeção dos Frigoríficos - Normatização da expansão da pecuária sobre a Floresta Amazônica - Normatização de ações de bem-estar animal - Reforma tributária 	<ul style="list-style-type: none"> - Acordos de Comércio Bilaterais - Acordos de Comércio Multi-laterais - Programas de Divulgação em Potenciais Mercados Consumidores - Eliminação/redução de barreiras comerciais (cotas/tarifas)

Bibliografia

ABEF. **Associação Brasileira de Exportadores de Frango: relatório 2007**. Paulo, 2008. Disponível em: <<http://www.abef.com.br>>

ABIPECS. **Relatório 2007**. Paulo, 2008. Disponível em: <<http://www.abipecs.com.br>>

ALÉM, A. C.; CAVALCANTI, C.E. O BNDES e o apoio à internacionalização das empresas Brasileiras: algumas reflexões. **Revista do BNDES**, v.12, n.24, p.43–76, dez. 2005.

ANDERSEN, Matt A.; BLANK, Steven C.; LAMENDOLA, Tiffany; SEXTON, Richard J. California's cattle and beef industry at the crossroads. **California Agriculture**, v. 56, n.5, p.152-156, september-october 2002. Disponível em: <http://calag.ucop.edu/0205SO/pdfs/crossroads.pdf>

BACCHI, Thiago B. de. CARVALHO, Mirian R. P. Estudo da elasticidade-renda da demanda de carne bovina, suína e de frango no Brasil. In: Encontro Nacional de Pós-Graduação em Economia, 2007, Recife-PE. **Anais...Recife-PE, 2007**

BAILEY, DeeVon. Political economy of the U.S. cattle and beef industry: innovation adoption and implications for the future. **Journal of Agricultural and Resource Economics**, v. 32, n.3, p. 403-416, 2007

BRASIL. Tribunal de Contas da União. Acórdão nº 1318. **Auditoria de Natureza Operacional no Programa de Segurança Fitozoosanitária no trânsito de produtos agropecuários**. Relator: Benjamin Zymler. Brasília; DF, 2, ago, 2006. Disponível em <[https://contas.tcu.gov.br/portaltextual/MostraDocumento?doc=1&p=0&lnk=\(1318/2006%20e%20plenario\)\[idtd\]\[b001\]&templ=formatado_99](https://contas.tcu.gov.br/portaltextual/MostraDocumento?doc=1&p=0&lnk=(1318/2006%20e%20plenario)[idtd][b001]&templ=formatado_99)>. Acesso em: agosto de 2006

BRESTER, Gary W.; MARSH, John M. The Effects of U.S. meat packing and livestock production technologies on marketing margins and prices. **Journal of Agricultural and Resource Economics**, v. 26, n.2, p. 445-462, 2001

CAVALCANTI, Miguel da R.; CAMARGO, André. **Pesquisa top Beefpoint de confinamentos 2007-2008: os 50 maiores confinamentos do Brasil em 2007**. Piracicaba: Agripoint, 2008. Disponível em: http://www.beefpoint.com.br/top50_08/Top_50_Confinamentos_BeefPoint_2007_08_Relatorio.pdf

CORREA, Daniela y LIMA, Gilberto Tadeu. O comportamento recente do investimento direto brasileiro no exterior em perspectiva. **Revista de Economia Política**. [online]. 2008, v. 28, n. 2, p. 249-268

DIAS, Fábio. Confinamento brasileiro. **FEICORTE 2007**, junho de 2007. Disponível em: http://www.assocon.com.br/pdf/confinamento_bras_feicorte.pdf.

DIAS, Frida. L. C. ; SOUZA, José G. de . Impacto da política cambial nas exportações de frango após a implantação do plano Real (1994-2004). In: XLIV CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 2006, Fortaleza-CE. **Anais...Fortaleza-CE : UFCE/SOBER, 2006**

FELIX, Antonio; JOHNSON, K. (editores) **Valor Especial: multinacionais brasileiras**. Valor Econômico, novembro de 2008.

FERRIER, Peyton; LAMB, Russell. Government regulation and quality in the US beef market. **Food Policy**, n. 32, p.84-97, 2007.

FRIBOI. **Relatório Trimestral 2008**. São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://www.friboi.com.br>>.

GILLESPIE, J., BASARIR, A. SCHUPP, A. Beef Producer Choice in Cattle Marketing. **Journal of Agribusiness**, n. 22, v2, p. 149-161, Fall 2004.

GIROTTI, A. F., MIELI, M. **Situação atual e tendências para a avicultura de corte nos próximos anos**. EMBRAPA, 2004. Disponível em: <http://www.aviculturaindustrial.com.br>

INDEPENDÊNCIA. **Relatório Trimestral 2008**. São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://www.independencia.com.br>>

JESUS Jr, Celso de. PAULA, Sergio R. L. de; ORMOND, Jose G. P.; BRAGA, Natalia M. A cadeia da carne de frango: tensões, desafios e oportunidades. **BNDES Setorial**, Rio de Janeiro, n. 26, p. 191-232, set. 2007

KOSHIYAMA, Daniel B.; MARTINS, Marcilene. Fusões e aquisições e concentração industrial na indústria brasileira de agroquímicos, no período 1990-04. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 29, n. 1, p. 207-236, jun. 2008

LIU, Hongbo; DEBLITZ, Claus. **Determinants of meat consumption in China..** Asian Agribusiness Research Centre (AARC), Working Paper 40, Austrália December 2007. Disponível em: <http://www.csu.edu.au/research/aarc/CN-meat.pdf>

MARFRIG. **Relatório Trimestral 2008**. São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://marfrig.com.br>>

MARSH, John M.; BRESTER, Gary W. Technological Changes in Beef and Pork Production: Effects on Marketing Margins and Prices. **Choices**, 4th Quarter 2003, p. 27-30. Disponível em: <http://www.meatami.com/ht/a/GetDocumentAction/i/2457>

MARTINELLI, O.; SOUZA J. M. **Relatório Setorial - Final DPP/FINEP**. São Paulo: DPP/FINEP, 2005.

MICKELSON, Gary. Tyson Enters Third Poultry Joint Venture in China. **Press Releases**, 10 de setembro de 2008a. Disponível em: <http://www.tyson.com/Corporate/PressRoom/ViewArticle.aspx?id=3035>

MICKELSON, Gary. Tyson Foods Enters Brazilian Poultry Industry **Press Releases**, 18 de setembro de 2008c. Disponível em: <http://www.tyson.com/Corporate/PressRoom/ViewArticle.aspx?id=3038>

MICKELSON, Gary. Tyson Foods Enters Joint Venture in India. **Press Releases**, 30 de junho de 2008b. Disponível em: <http://www.tyson.com/Corporate/PressRoom/ViewArticle.aspx?id=2977>

MINERVA. **Relatório Trimestral 2008**. São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://www.minerva.com.br>>

OIE- Organização Internacional de Epizootias. **Código Sanitário para los Animales Terrestres 2008**, 2008. Disponível em: http://www.oie.int/esp/normes/mcode/E_INDEX.HTM

OVERVIEW of the Chinese Meat Industry. Alberta China Office, July 2008.

Disponível em:

<<http://www.albertachina.com/upload/Overview%20of%20the%20Chinese%20Meat%20Industry.DOC>>

PACHECO, P.S.; RESTLE, J.; VAZ, F.N. et al. Avaliação econômica da terminação em confinamento de novilhos jovens e superjovens de diferentes grupos genéticos. **Revista Brasileira de Zootecnia**, v.35, n.1, p.309-320, 2006.

PERDIGÃO. **Relatório Trimestral 2008.** São Paulo, 2008. Disponível em:

PILGRIM'S PRIDE CORPORATION. **2007 Annual Report**, setembro de 2007.

Disponível em: <<http://phx.corporate-ir.net/phoenix.zhtml?c=68228&p=irol-reportsAnnual>>.

PLATANOW, Vladimir. Em dez anos, número de bois na Amazônia quase dobrou.

Agência Brasil, 19 de dezembro de 2007. Disponível em:

<www.agenciabrasil.gov.br/noticias/2007/12/19/materia.2007-12-19.1115382800/view>. Acesso em: abr/mai 2008.

RAE, Allan N. **China's Agriculture, Smallholders and Trade: Driven by the Livestock Revolution?**. Centre for Applied Economics and Policy Studies, Massey University, Palmerston North. New Zealand. Working Paper, february, 2008, 22 p. Disponível em: <http://econ.massey.ac.nz/caps/WP_Pres_address-AARES08.pdf>

RESTLE, J.;PACHECO, P.S.; CONSTA, E.C.; FREITAS, A.K.; VAZ, F.N.; BRONDANI, I.L.; FERNANDES, J.J.R. Apreciação Econômica da Terminação em Confinamento de Novilhos Red Angus Superjovens abatidos com Diferentes Pesos. **Revista Brasileira de Zootecnia**. v.36. n.4. p.978-986. 2007.

ROCHA, Alda do A. BNDES pode ter até 33% do capital do Independência. **Valor Econômico**, 27 de novembro de 2008.

SADIA. **Relatório Anual 2007.** São Paulo, 2008. Disponível em:

<<http://www.sadia.com.br>>

SADIA. **Relatório Trimestral 2008.** São Paulo, 2008. Disponível em:

<<http://sadia.com.br>>

SANTINI, Giuliana A.; SOUZA FILHO, Hildo M.; PIGATTO, Gessuir. Innovation of products in the brazilian poultry chain: the case of the insumes industry. **REAd**, ed. 46, v. 11, n. 4, jul-ago 2005.

SANTINI, Giuliana. A.; SOUZA FILHO, Hildo. M. Mudanças tecnológicas em cadeias agroindustriais: uma análise dos elos de processamento da pecuária de corte, avicultura de corte e suinocultura In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA RURAL, 42., 2004, Cuiabá. **Anais**. Cuiabá, SOBER, 2004a. p.1-12.

SANTINI, Giuliana. **Inovações no setor de insumos Aves.** Relatório Final do projeto DIRETORIA DA PESQUISA PRIVADA, Convênio FUNDUNESP/FINEP, 2004

SANTOS, Chico; ROCHA, Alda do A. Com BNDES, Bertin fará compras e ampliações. **Valor Econômico**, 02 de maio de 2008.

SIMONS, David; TAYLOR, David. Lean thinking in the UK red meat industry: A systems and contingency approach **International Journal of Production Economics**, v. 106, n.1, march 2007, Pages 70-81.

SMERALDI, Roberto; MAY, Peter H. **O Reino do Gado**: uma nova fase da pecuarização da Amazônia. São Paulo: Amigos da Terra – Amazônia Brasileira, 2008.

TYSON FOODS. **Fiscal 2008 Fact Book**, Tyson Foods, Inc. 2008. Disponível em: http://media.corporate-ir.net/media_files/irol/65/65476/FY08_Fact_Book_FINAL.pdf

USDA Agricultural Baseline Projections to 2015. Office of the Chief Economist, World Agricultural Outlook Board, U.S. Department of Agriculture. Prepared by the Interagency Agricultural Projections Committee. Baseline Report OCE-2006-1, 108 pp.

USDA. **Livestock and poultry**: world markets and trade. Foreign Agricultural Service/USDA, october, 2008. Disponível em: http://www.fas.usda.gov/psdonline/circulars/livestock_poultry.pdf

WOROSZ, Michelle R.; KNIGHT, Andrew J., HARRIS, Craig K.; CONNER, David S. Barriers to entry into the specialty red meat sector: the role of food safety regulation. **Southern Rural Sociology**, v. 23, n. 1, p. 170-207.2008.

ANEXO 1

AQUISIÇÕES FEITAS POR FRIGORÍFICOS BRASILEIROS

Ano	Empresa Compradora	Empresa Adquirida	País	Atuação
2005	JBS	Swift	Argentina	Bovinos
2006	Marfrig	Tacuarembó	Uruguai	Bovinos
2006	Marfrig	Elbio Perez Rodrigues	Uruguai	Bovinos
2006	JBS	Venado Tuerto	Argentina	Bovinos
2006	JBS	Pontevedra	Argentina	Bovinos
2007	Marfrig	La Caballada	Uruguai	Bovinos e ovinos
2007	Marfrig	Quikfood	Argentina	Bovinos
2007	Marfrig	Best Beef S.A. e Estâncias del Sur	Argentina	Bovinos
2007	Marfrig	Frigorífico Patagônia	Chile	Bovinos e ovinos
2007	Marfrig	Quinto Cuarto	Chile	Bovinos
2007	Marfrig	Establecimientos Colônia	Uruguai	Bovinos
2007	Mrafrig	Mirab	EUA	
2007	JBS	Berazategui	Argentina	Bovinos
2007	JBS	Colonia Caroya	Argentina	Bovinos
2007	JBS	SB Holdings	EUA	Bovinos
2007	JBS	Swift Foods Company	EUA	Bovinos e suínos
2008	JBS	Inalca S.p.A. (50%)	Itália	Bovinos
2008	JBS	Tasmangroup	Austrália	Bovinos
2008	JBS	National Beef	EUA	Bovinos
2008	JBS	Smithfield Beef	EUA	Bovinos
2008	Bertin	Riggamonti (50%)	Itália	Bovinos
2008	Minerva	Friasa S.A	Paraguai	Bovinos
2008	Marfrig	OSI	Europa	Frangos
2008	Independência	Fernando de la mora	Paraguai	Bovinos



SISTEMA PRODUTIVO: AGRONEGÓCIOS

PARTE II

SUBSISTEMA: LÁCTEOS

Raquel Pereira de Souza¹

Eduardo Martins Morais²

RIO DE JANEIRO

2009

1 Professora Assistente do Departamento de Engenharia de Agronegócios da Universidade Federal Fluminense e doutoranda em Desenvolvimento Econômico na Unicamp. Email: raquelsouza@metal.eeimvr.uff.br

2 Professor Assistente do Departamento de História e Economia do Instituto Multidisciplinar da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Email: eduardommorais@gmail.com

1. Capítulo - Dinâmica global do investimento

1.1. Panorama mundial das atividades do setor lácteo

1.1.1. A produção, consumo e comércio de leite no mercado mundial

Apesar do desenvolvimento de tecnologias de resfriamento e transporte, embalagem e processamento ter permitido o distanciamento entre a produção, processamento e consumo, no caso do leite, essa distância ainda é limitada, ao menos, no que diz respeito, ao primeiro processamento.

Pelo fato do leite ter algumas especificidades, tais como a perecibilidade e ser um produto volumoso (alto teor de água), torna-se interessante seu processamento inicial, próximo ao local de captação (Carvalho, 2007).

Assim, a produção primária, apesar de um papel subordinado, tem importância fundamental, pois as diferenças entre seus rendimentos físicos e custos de produção fazem ainda a diferença para escolha das regiões produtivas em escala global (Carvalho, 2007).

A tabela abaixo apresenta a produtividade e o tamanho do rebanho de vacas ordenhadas por país, em diferentes países que se destacam na produção de leite. Os dados apontam que, o Brasil, a Índia e a Indonésia são os três países de menor produtividade por vaca e com valores médios significativamente inferiores aos demais. Os dados apontam também, que tem havido uma melhora da produtividade nos diferentes países, e as estimativas até 2017 apontam que essa continuará sendo a tendência. Os países que serão destaques em ganhos de produtividade são o Brasil e a China, com aumento da produtividade de 38% no caso do Brasil e 26% no caso da China.

Os dados da tabela abaixo apontam ainda que, a princípio, a produção mundial de leite está e estará bastante relacionada ao aumento de produtividade dos rebanhos, ou seja, a intensificação da produção. Nos países desenvolvidos, o desempenho da produção atualmente e futuramente estará cada vez mais associado aos ganhos de produtividade dos animais do que relacionado ao aumento dos rebanhos. A intensificação crescente da produção nos países

desenvolvidos está associada à falta de áreas para ampliação da atividade nos países em desenvolvimento o aumento da produção está e continuará relacionado aos ganhos de produtividade, mas também, em grande medida, ao aumento do rebanho. Isso porque, ao contrário dos países desenvolvidos, ainda há espaço, de forma geral, para ampliação dos rebanhos de vacas leiteiras.

Tabela 1 - Projeções do Rebanho e da Produtividade das Vacas, em países selecionados

(mil cabeças, quilogramas por animal e variação percentual)

Países	Variáveis	2008	2012	2017	var. % 2008/20017
EUA	Número de vacas (mil cabeças)	9.153	9.199	9.156	0
	Produção por vaca (kg)	9.306	9.902	10.521	13
Argentina	Número de vacas (mil cabeças)	2.171	2.249	2.447	13
	Produção por vaca (kg)	4.652	4.912	5.237	13
Brasil	Número de vacas (mil cabeças)	16.701	17.377	17.530	10
	Produção por vaca (kg)	1.730	2.019	2.383	38
China	Número de vacas (mil cabeças)	17.104	18.075	18.241	7
	Produção por vaca (kg)	2.517	2.769	3.159	26
União Européia	Número de vacas (mil cabeças)	24.848	24.294	22.064	-11
	Produção por vaca (kg)	5.529	5.926	6.475	17
Índia	Número de vacas (mil cabeças)	38.118	39.193	41.015	8
	Produção por vaca (kg)	1.123	1.146	1.171	4
Nova Zelândia	Número de vacas (mil cabeças)	4.224	4.261	4.344	3
	Produção por vaca (kg)	3.772	3.900	4.099	9
Peru	Número de vacas (mil cabeças)	697	719	773	11
	Produção por vaca (kg)	2.022	2.104	2.335	15
Indonésia	Número de vacas (mil cabeças)	418	437	463	11
	Produção por vaca (kg)	1.438	1.465	1.523	6

Fonte: FAPRI 2008 Agricultural Outlook

Além disso, a tendência internacional em vários países, como Brasil, EUA, tem sido a especialização da produção, e por conseqüência, a redução do número de propriedades de baixa produtividade e a ampliação das propriedades com maior produtividade. Ressalte-se que no caso da realidade brasileira há um elevado grau de heterogeneidade dos produtores de leite, convivendo produtores altamente especializados, cujo leite é a atividade principal da

propriedade, ao lado de produtores de baixa escala, onde a produção de leite é trabalhada de forma complementar a outras atividades. Contudo, da mesma forma que em outros países, tem havido uma tendência de especialização da atividade, como consequência da busca das empresas por reduzir custos e ampliar a qualidade do leite captado. A tabela abaixo demonstra essa tendência. Entre as 16 maiores empresas em atividade no setor lácteo, considerando o período de 2001 a 2007, somente duas delas, sendo elas a Elegê e a Confepar apresentaram redução na produtividade média de seus fornecedores de leite, sendo essa redução de respectivamente -54,4% e 11,8%. Considerando o total das 16 empresas houve um aumento de cerca de 35% da produtividade média dos fornecedores de leite, o que demonstra uma tendência para o setor.

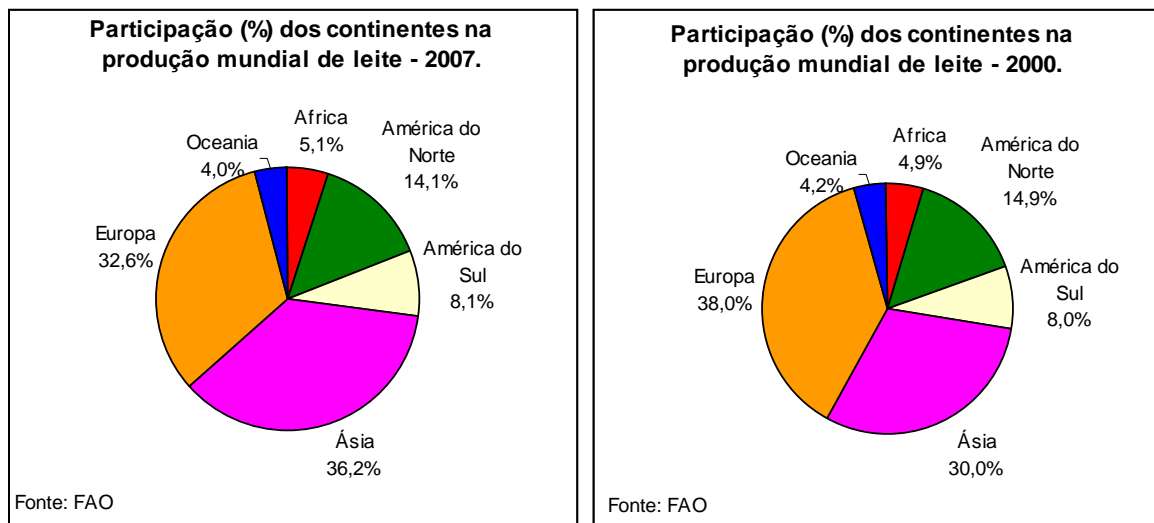
Tabela 2 - Maiores empresas brasileiras do setor lácteo: Produtividade média dos produtores

Empresas	(litros/dia/produtor)							
	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	Var. (%) 2007/2001
DPA(3)	567	569	558,7	676,4	574,0	567,2	457,6	23,9
ELEGÊ	130	105	367,3	374,8	343,0	333,7	285,3	-54,4
Itambé	284	274	80,8	91,9	67,0	68,0	68,5	314,6
Parmalat	286	247	241,7	244,0	254,0	206,1	168,6	69,6
Bom Gosto	138	126	–	–	–	–	–	
Laticínios Morrinhos	225	207	200,0	318,0	168,0	116,0	78,0	188,5
Embaré	395	360	289,0	192,0	136,0	183,0	154,0	156,5
Confepar	90	114	94,0	95,0	60,0	86,0	102,0	-11,8
Centroleite	156	148	140,0	128,0	132,0	119,0	128,0	21,9
Líder Alimentos	114	108	96,0	91,0	134,0	160,0	86,0	32,6
CCL	134	211	159,0	208,0	132,0	163,0	123,0	8,9
Batávia	160	161	153,0	147,0	155,0	69,0	91,0	75,8
Primeza	123	110	–	–	–	–	–	
Danone	865	909	609,0	513,0	484,0	302,0	277,0	212,3
Nilza Alimentos	131	278	–	–	–	–	–	
Grupo Vigor	313	301	470,0	356,0	297,0	277,0	282,0	11,0
Total	200	199	187,0	205,0	174,0	167,0	148,0	35,1
(1) Classificação base recepção (produtores + terceiros) no ano 2007								
(2) Posição em 31 de dezembro								
(3) Números referentes a compra de leite realizada pela DPA Manufacturing Brasil em nome da Nestlé, da Fonterra, da DPA Brasil e da Itasa								
(4) O total do ranking não inclui leite recebido pela ELEGÊ da CCL devido a duplicidade								
Fonte: LEITE BRASIL, CNA/Decon, OCB/CBCL e EMBRAPA/Gado de Leite								
Fonte: LEITE BRASIL, CNA/Decon, OCB/CBCL e EMBRAPA/Gado de Leite								

Dessa forma, a especialização permite ao mesmo tempo reduzir o número de propriedades e obter um aumento da produção. (Pritchard, 2001).

As projeções para a produção de leite apontam para a continuidade de um crescimento maior nos países em desenvolvimento, que se relaciona não somente ao aumento do consumo, mas também com as mudanças regulatórias em relação à redução dos subsídios por parte dos países da União Européia e Estados Unidos, bem como, a existência de cotas de produção na União Européia e devido aos níveis de poluição gerados pela intensificação da atividade leiteira em algumas regiões européias (Carvalho, 2007). Tais fatores têm contribuído para a migração da produção rumo aos países em desenvolvimento. Nesse sentido, principalmente o Brasil, como será visto posteriormente, tem grandes possibilidades de ampliar a sua produção, mas também países como o Uruguai e Argentina podem ser beneficiados por esse processo.

Os dados apresentados nos gráficos abaixo demonstram as mudanças geográficas da produção de leite, considerando os anos de 2000 e 2007. O grande destaque é a redução da participação da Europa na produção mundial (de 38% em 2000 para 32,6% em 2007) e ampliação da participação da Ásia (de 30% em 2000 para 36,2% em 2007), o que permitiu a ascensão da Ásia ao primeiro lugar de maior continente produtor de leite em 2007. Em relação aos demais continentes não houve mudanças significativas, somente a redução de 0,8% da produção na América do Norte. A América do Sul aumentou somente 0,1% sua participação, a Oceania reduziu em 0,2% e a África aumentou em 0,2%. O Caribe não aparece no gráfico abaixo, dado sua pequena produção de leite, que não expressa nem 0,5% da produção mundial.

Gráfico 1 – Participação Percentual dos Continentes na Produção de Leite

A tabela 3 demonstra a produção e a participação na produção mundial dos maiores países produtores de leite. Os dados da tabela corroboram as informações apresentadas pelos gráficos anteriores, à medida que os países de maior destaque no aumento da produção de leite foram asiáticos, Brasil e Nova Zelândia, bem como apontam, a redução da participação da União Europeia e de outros países desenvolvidos, tais como Canadá, Japão e Austrália³.

Juntos os 16 países que compõem a tabela perfazem mais de 80% da produção mundial, sendo que somente os quatro primeiros países juntos produzem mais de 50% da produção total mundial de leite, o que demonstra a concentração da produção num número reduzido de países.

Observando a variação (percentual) da produção de leite entre 2000 e 2007, a China obteve um aumento de 280,2% ,o Paquistão obteve o segundo maior crescimento mundial, que foi de 36,8%, a Nova Zelândia obteve um incremento no período da ordem de 29,5 %, a Índia de 27,8%, a Turquia de 26%, o Brasil de 24,3%. Estes são os países que ficaram acima da média

³ Na Austrália a redução da produção está fortemente relacionada à um período de forte estiagem que sofreu o país entre 2002 e 2007. Analistas afirmam que em virtude dos graves impactos causados pela estiagem à produção de leite nacional, a Austrália irá demorar muitos anos para atingir os níveis de produção de outrora.

mundial (14%,3) de crescimento da produção. Percebe-se claramente o predomínio do aumento da produção de leite na Ásia (China, Índia, Paquistão), na Nova Zelândia, que possui reconhecidamente competitividade na produção de leite e é o maior exportador mundial do produto e no Brasil.

Tabela 3 - Produção, Participação na Produção mundial e Variação da Produção, nos Maiores Países Produtores de Leite.

(toneladas, participação percentual e variação percentual)

Regiões	2000		2007		Variação (%) 2000/2007
	Produção (ton.)	Participação (%)	Produção (ton.)	Participação (%)	
Mundo	490.530.475	100	560.487.275	100	14,3
União Européia	150.716.156	30,7	146.962.827	26,2	-2,5
Estados Unidos	76.023.000	15,5	84.189.067	15,0	10,7
Índia	32.967.000	6,7	42.140.000	7,5	27,8
China	8.632.308	1,8	32.820.095	5,9	280,2
Rússia	31.959.246	6,5	31.950.000	5,7	-0,029
Brasil	20.379.988	4,2	25.327.000	4,5	24,3
Nova Zelândia	12.235.392	2,5	15.841.624	2,8	29,5
Ucrânia	12.436.000	2,5	12.300.000	2,2	-1,1
Paquistão	8.039.000	1,6	11.000.000	2,0	36,8
Turquia	8.732.041	1,8	11.000.000	2,0	26
Argentina	10.121.330	2,1	10.500.000	1,9	3,7
Austrália	11.183.000	2,3	10.350.000	1,8	-7,4
México	9.311.444	1,9	9.599.437	1,7	3,1
Japão	8.497.000	1,7	8.140.000	1,5	-4,2
Canadá	8.161.000	1,7	8.000.000	1,4	-2

Fonte: FAO

Por outro lado, destaca-se a redução da produção de leite em alguns países como na Rússia (-0,029%), Ucrânia (1,1%), União Européia (-2,5%), Austrália (-7,4%) e Japão (-4,2%), que são países desenvolvidos.

Além do aumento da produção estar concentrado em países emergentes, é também nesses países que tem se ampliado o consumo de lácteos, fortalecendo a tese que o mercado de leite interno dos países é abastecido prioritariamente pela produção nacional, portanto, torna-se de fundamental importância para as grandes empresas multinacionais buscarem se inserir nesses mercados.

A ampliação do consumo de produtos lácteos nos países em desenvolvimento está segundo Carvalho (2007), associada aos seguintes

fatores: a) incremento da renda e inclusão de consumidores; b) elevada elasticidade renda da demanda por produtos láteos; c) aumento populacional; d) ampliação do consumo de alimentos funcionais e com baixo teor de gordura e dietéticos; e) mudanças de hábitos; f) propriedades dos produtos lácteos (como por exemplo, alto teor de cálcio) e g) envelhecimento da população (uma das conseqüências do envelhecimento da população é a redução do consumo de leite, assim, países onde o envelhecimento é maior, tendem a ter um consumo menor do que aqueles países onde a população jovem é maior)⁴.

Dentre estes fatores podemos destacar as mudanças de hábito, onde a urbanização associada ao intenso ritmo de vida das cidades, tem ampliado a demanda por produtos tipos “fast food” e comidas semi-prontas, que em geral, contam com a presença de leite, sobretudo nos molhos ou queijos. Ademais, tem havido uma tendência a “ocidentalização” da alimentação na Ásia, tendo como conseqüência, a incorporação de leite e derivados na dieta desses países, mas que não fazem parte da sua cultura alimentar (o baixo consumo de lácteos no Oriente, em parte, é explicado pela alta incidência de intolerância à lactose em muitas regiões). Assim, há grandes disparidades no consumo de lácteos dentro dos países desenvolvidos ou mesmo dentro dos países em desenvolvimento, que são explicadas pela cultura alimentar destes (Pritchard, 2001). Portanto, trabalhar com a expectativa de que o consumo de produtos lácteos seja equiparado entre os países é irreal, dado que o fator cultural limita o consumo de lácteos em muitas regiões.

No caso dos países desenvolvidos, os mercados de leite já estão saturados, ou seja, o consumo de lácteos tem crescido na mesma proporção do crescimento populacional, sendo assim, o consumo não tem evoluído em termos de quantidade per capita, mas sim de qualidade. Nesses mercados, os determinantes do consumo de lácteos tem sido: a) a produtos de conveniência (*fast foods* e semi-prontas, como também, embalagens especiais, como por

4 A China é um destes exemplos. Ao longo dos últimos anos vem implementando uma abertura da sua economia. Tal medida possibilitou um aumento da renda per capita neste país, além da incorporação de novos hábitos alimentares. De acordo com a FAO, o consumo de leite neste país, entre 1990 e 2003, passou de 4kg/pessoa/ano para 14 kg/pessoa/ano

exemplo, para solteiros); b) produtos relacionados a uma saúde melhor (livre de hormônios, ou orgânicos, ou funcionais) e com baixo teor de gordura ou dietéticos; c) produtos diferenciados, como uma ampla gama de produtos, especialmente queijos e leites frescos com sabores, os quais fornecem sabores específicos (OCDE, 2007).

Como conseqüência dessas mudanças e associado à elevação da renda per capita nos países em desenvolvimento, houve um elevado crescimento da demanda mundial por produtos lácteos, que diante da oferta limitada desses produtos (dada à impossibilidade de aumento da oferta no curto prazo) levou o mercado mundial de lácteos a apresentar uma elevação vertiginosa dos preços desses produtos. Vale ressaltar, que atualmente houve uma reversão na tendência de aumento dos preços mundiais, à medida que a crise financeira que se instaurou internacionalmente na segunda metade de 2008 vem ocasionando a redução da demanda, portanto, tornado esta mais equilibrada a oferta mundial.

O ritmo acelerado de crescimento da demanda mundial foi impulsionado, principalmente, pelo aumento das importações da Rússia, países da Ásia e países exportadores de petróleo da África, América Latina e Caribe. Esses países apresentaram no ano passado e nesse ano elevado crescimento econômico, o que contribuiu para o aumento da demanda mundial.

Por outro lado, alguns fatores reduziram a oferta de lácteos no mundo. Entre estes estão às sucessivas secas na Austrália, que limitam suas exportações de lácteos, as tarifas de exportação da Argentina e uma suspensão de seis meses das exportações de leite em pó na Índia, que eliminou a presença deste país nos mercados mundiais (no ano de 2007). Além disso, os altos preços dos grãos usados nas rações também reduziram a lucratividade em muitos setores intensivos de produção. Finalmente, e talvez os fatores mais significantes nos últimos tempos, estão as atuais reformas políticas da UE, que resultaram em uma drástica redução nos estoques públicos de produtos lácteos, especialmente leites em pó, e o gradativo corte nos subsídios de exportação da UE, tanto em termos de valor como de quantidades. Além disso, segundo informações da FAO (2007) o aumento dos preços internacionais dos produtos

lácteos permitiu que tanto os EUA e a EU passassem a exportar seus derivados lácteos sem a necessidade de subsidiá-los, à medida que os preços pagos eram tão altos que tornavam sua produção competitiva sem a necessidade da intervenção para tanto.

A tendência é que a Ásia, América Latina e África na próxima década sejam as regiões no mundo onde a renda apresentará maior incremento. Segundo dados da OCDE, o crescimento médio anual da renda entre 2007 e 2016 será para a África de 4,3%, para a Ásia de 4% e para a América Latina e Caribe de 3,79%, enquanto a média anual mundial será 3%. Assim, pelo fato, dos lácteos terem uma elevada elasticidade renda, será nessas regiões onde o consumo per capita de lácteos aumentará. Além disso, o aumento populacional é outro fator que amplia o consumo de lácteos e este se dará em maior magnitude na África (2% ao ano), América Latina e Caribe (1,4%) e Oceania (1,36%). O fato de a Oceania ser uma grande produtora de produtos lácteos implica que o abastecimento do mercado nacional se dará, a partir da produção interna, não se constituindo um mercado em potencial para as exportações de lácteos brasileiros.

Segundo estimativas da OCDE para a evolução da produção de leite entre 2008 a 2017, o aumento de produção mundial será puxado pelos países que não fazem parte da OCDE. A estimativa é que haja um aumento da produção mundial de cerca de 17,6%, sendo que os países que não fazem parte da OCDE ampliarão sua produção em 26,6% e os países pertencentes a OCDE ampliarão sua produção em cerca de 6,4%. Como a OCDE é composta em sua grande maioria por países desenvolvidos, o aumento da produção se dará, preponderantemente, nos países em desenvolvimento.

Segundo a FAPRI, a produção projetada para 2016 é de 597,7 milhões de toneladas de leite. Desse total, 195,8 milhões de toneladas serão originários da Ásia, 137,6 milhões de toneladas da Europa e 110,45 milhões dos EUA. Estima-se que dentre os maiores produtores mundiais os países que terão maiores aumentos serão a China (33,9%), o Brasil (44,5%) e a Argentina (26,9%). Já os países que terão menor crescimento da produção, entre os maiores produtores,

serão a União Européia (4%), Canadá (4,5%) e Japão (redução de 7,7% da produção).

Tabela 4 - Produção e Variação da Produção nos Maiores Países Produtores de Leite

(mil toneladas métricas e percentagem)

Região	2008	2017	Variação (%) 2017/2008
União Européia	137.374	142.862	4,0
Estados Unidos	86.036	96.336	12,0
Índia	42.796	48.032	12,2
China	43.044	57.623	33,9
Rússia	32.142	37.395	16,3
Brasil	28.900	41.772	44,5
Nova Zelândia	15.934	17.804	11,7
Ucrânia	13.248	15.390	16,2
Argentina	10.098	12.816	26,9
Austrália	9.399	11.132	18,4
México	10.183	11.181	9,8
Japão	7.999	7.386	-7,7
Canadá	8.171	8.540	4,5

Fonte: FAPRI

Quando se considera as importações de produtos lácteos, apresentadas na tabela 5, é a União Européia quem ocupa a primeira posição (responsável por 50,3% das importações mundiais). Além desta, também são grandes importadores a China (3,7% das importações mundiais), México (3,5% das importações mundiais), Rússia (3% das importações mundiais), EUA (2,6% das importações mundiais), Argélia (2,6% das importações mundiais), Arábia Saudita (2,2% das importações mundiais), Japão (2 % das importações mundiais), Filipinas (2 % das importações mundiais), Indonésia (2 % das importações mundiais), Malásia (1,8% das importações mundiais), Singapura (1,7 % das importações mundiais), Tailândia (1,5% das importações mundiais). Todos esses países importaram em 2005 volumes acima de 1 milhão de toneladas de leite-equivalente. O Brasil responde por 0,6% das importações mundiais.

Muito dos países que figuram entre os maiores produtores mundiais de leite também estão dentre os maiores importadores de leite do mundo. São vários os exemplos: boa parte dos países da União Européia, EUA, China, Rússia, México e Japão. Além disso, as importações têm, relativamente às

exportações, um maior nível de desconcentração geográfica. Se tomarmos as 13 primeiras posições da tabela abaixo (da União Européia até a Tailândia), o percentual acumulado de participação é de cerca de 80% das importações mundiais. Enquanto, se tomarmos as 13 primeiras posições em relação às exportações, como será visto na seqüência, esse percentual é maior que 95,6%.

Além disso, as regiões que mais participam nas importações de produtos lácteos, segundo os dados abaixo, são a Europa, América do Norte, Ásia, Norte da África e Oriente Médio.

Tabela 5 - Maiores Países Importadores de Produtos Lácteos e Suas Participações nas Importações Mundiais em 2005

(toneladas de leite equivalente e participação percentual)

Região	Volume (ton)	Participação percentual
Mundo	80.999.456	100
União Européia	40.744.115	50,3
China	2.960.616	3,7
México	2.864.014	3,5
Federação Russa	2.415.258	3,0
Estados Unidos	2.127.187	2,6
Argélia	2.095.074	2,6
Arábia Saudita	1.744.961	2,2
Japão	1.630.023	2,0
Filipinas	1.602.658	2,0
Indonésia	1.597.214	2,0
Malásia	1.431.718	1,8
Singapura	1.391.962	1,7
Tailândia	1.255.381	1,5
Vietnam	806.325	1,0
Canadá	730.586	0,9
Nigéria	672.233	0,8
Coréia	637.623	0,8
Egito	628.961	0,8
Cuba	579.170	0,7
Hong Kong	537.502	0,7
Brasil	515.160	0,6
Chile	232.953	0,3
Omã	499.073	0,6
Venezuela	491.161	0,6
Iêmen	460.350	0,6
Iraque	428.979	0,5
Sirilanka	420.910	0,5
Austrália	410.066	0,5
Marrocos	392.441	0,5
Irã	357.184	0,4
Cazaquistão	356.509	0,4

DOCUMENTO NÃO EDITORADO

Bangladesh	306.914	0,4
Líbano	301.492	0,4
Jordânia	269.587	0,3
Emirados Árabes Unidos	263.856	0,3
Guatemala	237.980	0,3

Fonte: Faostat

Das 645 milhões de toneladas de leite-equivalente produzidos em 2005, cerca de 86 milhões foi objeto de exportações, o que corresponde a aproximadamente 13,4% da produção mundial, segundo dados da FAO. .

Quando consideramos as exportações mundiais de produtos lácteos é a União Européia novamente quem se destaca (responde por cerca de 61,7% das exportações mundiais), seguido da Nova Zelândia (11,8% das exportações mundiais), EUA (5,5% das exportações mundiais), Austrália (5,4 % das exportações mundiais), Argentina (2,0% das exportações mundiais), Bielarússia (1,8% das exportações mundiais), Ucrânia (com 1,7% da exportações mundiais) e Arábia Saudita (1,2% das exportações mundiais). O Brasil detém somente 0,4% das exportações mundiais.

Contudo, no caso das exportações mundiais, há uma forte concentração das exportações de produtos lácteos por parte dos países desenvolvidos, ao contrário do que acontece com as importações. Portanto, o comércio internacional de produtos lácteos ainda está fortemente vinculado na origem aos países desenvolvidos (exportadores) e no destino aos países em desenvolvimento (importadores). Como, a tendência (já apontada anteriormente) é que a produção cresça, preponderantemente, nos próximos anos nos países em desenvolvimento, já que seriam estes os países que teriam condições de ampliar a oferta, e como a expectativa é de ampliação do consumo per capita de lácteos mundialmente, entende-se que serão os países em desenvolvimento os mais preparados para atender esse crescimento da demanda mundial. Assim, os países desenvolvidos podem vir a perder fatias das exportações mundiais de produtos lácteos para os países em desenvolvimento.

Tabela 6 - Maiores Países Exportadores de Produtos Lácteos e Suas Participações nas Exportações Mundiais em 2005

(toneladas de leite equivalente e participação percentual)

Região	Volume (ton)	Participação percentual
Mundo	86.260.510	100
União Européia	53.255.079	61,7
Nova Zelândia	10.147.481	11,8
Estados Unidos	4.715.446	5,5
Austrália	4.664.215	5,4
Argentina	1.755.284	2,0
Bielarússia	1.576.658	1,8
Ucrânia	1.505.539	1,7
Arábia Saudita	1.005.964	1,2
Uruguai	708.957	0,8
Singapura	640.000	0,7
Índia	633.753	0,7
Canadá	418.613	0,5
Omã	399.077	0,5
Tailândia	355.925	0,4
Brasil	328.826	0,4
Indonésia	290.214	0,3
Federação Russa	257.789	0,3
China	252.145	0,3
Chile	234.199	0,3

Fonte: Faostat

Além disso, as exportações de lácteos estão fortemente concentradas num conjunto de países. Se tomarmos as 13 primeiras posições da tabela acima (da União Européia até o Canadá), estes respondem por mais de 95,6%% das exportações mundiais de lácteos. Nesse sentido, fatores de caráter climático, econômicos ou sociais que possam vir a afetar a produção de lácteos num desses países interferem diretamente na oferta e, portanto, nos preços dos produtos lácteos no mercado mundial. Isso, por exemplo, aconteceu nos últimos anos, com a Austrália, que enfrentou uma forte estiagem, o que por sua vez, repercutiu sobre a oferta mundial de lácteos, sendo este um dos fatores que contribuiu para o aumento dos preços dos produtos lácteos no mercado mundial.

1.1.2. Produção, consumo e comércio mundial dos principais derivados lácteos

a) Manteiga

A produção de manteiga, segundo dados da FAO, está fortemente concentrada em três regiões do planeta. São elas, tendo em vista as participações da produção em 2005, o Sul da Ásia (43,3%) onde estão

localizados a Índia, Paquistão e Irã que são grandes consumidores de lácteos, a Europa Ocidental (13,8%) e América do Norte (4,9%).

As estimativas de produção e consumo de manteiga no mundo, feita pela OCDE, apontam que os países que não fazem parte deste grupo (portanto, os países em desenvolvimento e menos desenvolvidos) são e continuarão sendo os maiores produtores e consumidores de manteiga do mundo. Além disso, são eles que serão os responsáveis pelo aumento da produção e consumo de manteiga no mundo, como demonstra tabela abaixo. Os países da OCDE terão um aumento de 1,3% da produção de manteiga entre 2008 a 2017, sendo, porém que seu consumo terá uma redução de 1,6%. Nesse sentido, esse aumento da produção terá como destino os países da não-OCDE ou a formação de estoques do produto. No caso, dos países da não-OCDE a produção continuará abaixo do consumo até 2017. Sendo necessário recorrer a importações para atender o aumento do consumo.

Tabela 7 - Estimativas do Consumo e Produção de Manteiga

Região	Variável	2008	2017	(mil toneladas) var.% 2008/2017
MUNDO	Produção	9.556	11.452	19,8
	Consumo	9.575	11.462	19,7
OCDE	Produção	3.580	3.628	1,3
	Consumo	3.189	3.138	-1,6
NÃO-OCDE	Produção	5.976	7.824	30,9
	Consumo	6.386	8.323	30,3

Fonte: OCDE

No caso das importações e exportações mundiais de manteiga, a tendência é o crescimento das exportações de origem dos países da não- OCDE em percentuais bem acima daqueles calculados para os países da OCDE (39,3% contra 16,7%), demonstrando que o aumento mundial do consumo de manteiga será atendido basicamente pelo aumento das exportações mundiais de manteiga dos países da não-OCDE.

Porém, em termos de volume total das exportações, prevalecerá o domínio dos países da OCDE, enquanto, no caso as importações, em termos de

volumes totais, a tendência é continuar o predomínio dos países da não-OCDE. Assim, podemos inferir que a tendência geral é os países da OCDE permanecerem, ao menos até 2017, sendo exportadores líquidos de manteiga, enquanto, no caso dos países da não-OCDE serem importadores líquidos de manteiga, porém com gradativo aumento da participação dos países em desenvolvimento nas exportações.

Tabela 8 - Estimativas das Importações e Exportações de Manteiga

		(mil toneladas)		
Região	Variável	2008	2017	var.% 2008/2017
MUNDO	Exportações	745	916,3	23
	Importações	745	916,3	23
OCDE	Exportações	537,2	626,8	16,7
	Importações	137,8	132,5	-3,8
NÃO-OCDE	Exportações	207,8	289,4	39,3
	Importações	607,1	783,7	29,1

Fonte: OCDE

Em termos de consumo per capita de manteiga, segundo dados da OCDE, a média mundial é de 1,4kg/ano em 2008, passando para 1,5kg/ano em 2017. Contudo, quando se observa o consumo per capita por países percebe-se a disparidade existente. Na Nova Zelândia, por exemplo, o consumo per capita de manteiga em 2008 é de 7,75 kg/ano, enquanto, na China e na Coreia esse valor é 0,1 kg/ano. Essa disparidade é decorrente dos hábitos e cultura alimentar, que apesar de estarem se transformando na Ásia, rumo a uma ampliação do consumo de lácteos, ainda é fator limitante para ampliações significativas do mesmo.

b) Queijo

O queijo, juntamente com o leite em pó, são os dois principais derivados do leite objeto do comércio entre os países.

Quando se considera o comércio internacional de queijos, observa-se que, do lado das exportações, há uma elevada concentração em duas regiões: Europa e Oceania. A União Européia detém cerca de 74% das exportações de queijos mundiais, enquanto, a Nova Zelândia cerca de 6,2% e a Austrália 5%.

Isso significa que, juntas, Europa e Oceania concentram cerca de 85% das exportações mundiais de queijos. Assim, mudanças nas políticas nestes dois países, assim como fatores externos que influenciem a produção de queijo nestas regiões afetam diretamente a oferta mundial de queijos.

O Brasil tem uma baixa participação nas exportações mundiais de queijo (cerca de 0,3%), ficando atrás de países parceiros no Mercosul, como a Argentina (detentor de cerca de 2,5%) e Uruguai (0,7% das exportações mundiais).

Tabela 9 - Maiores Países Exportadores de queijo e Suas Participações nas Importações Mundiais em 2005

(toneladas e participação %)

Região	Volume (ton)	Participação percentual
Mundo	4.241.956	100
União Européia	3.143.707	74,1
Nova Zelândia	263.103	6,2
Austrália	208.043	4,9
Ucrânia	116.230	2,7
Argentina	104.162	2,5
Arábia Saudita	74.070	1,7
Bielarussia	65.059	1,5
EUA	58.367	1,4
Suíça	51.404	1,2
Uruguai	31.688	0,7
Marrocos	22.859	0,5
Noruega	18.218	0,4
Egito	17.866	0,4
Chile	17.594	0,4
Nicarágua	15.648	0,4
Turquia	12.761	0,3
Brasil	10.988	0,3
Canadá	10.646	0,3

Fonte: Faostat

Do lado das importações mundiais de queijo, novamente, a União Européia desponta, sendo responsável por 63,5% das importações mundiais. Contudo, ao contrário das exportações, o restante das importações mundiais são realizadas por diferentes países. Destacam-se a Rússia como segundo importador mundial (cerca de 6,6% das importações mundiais), seguido do Japão (5,4%), dos EUA (4,5%), da Arábia Saudita (2,6%) e do México (2%).

Esses dados apontam que, entre os principais importadores de queijos, figuram os países asiáticos, que vem adotando cada vez mais os derivados lácteos em sua dieta (sendo o queijo sua maior expressão), fruto da ocidentalização dos hábitos alimentares.

O Brasil, como também nenhum outro país que faça parte do Mercosul, não figura entre os principais importadores de queijo, isto implica que a demanda interna desses países tem sido atendida pelas respectivas produções nacionais.

Tabela 10 - Maiores Países Importadores de queijo e Suas Participações nas Importações Mundiais em 2005

(toneladas e participação %)

Região	Volume (ton)	Participação percentual
Mundo	3.916.150	100
União Européia	2.486.650	63,5
Rússia	259.706	6,6
Japão	211.692	5,4
EUA	175.064	4,5
Arábia Saudita	102.748	2,6
México	78.300	2,0
Austrália	54.127	1,4
Coréia	44.033	1,1
Suíça	31.508	0,8
Líbano	29.628	0,8
Canadá	25.264	0,6
China	23.245	0,6
Argélia	23.137	0,6
El Salvador	17.868	0,5
Emirados Árabes	16.425	0,4
Líbia	16.181	0,4
Iêmen	14.001	0,4
Filipinas	13.335	0,3
Jordânia	12.730	0,3
Hong Kong	11.625	0,3
Iraque	11.448	0,3
Omã	10.703	0,3
Croácia	10.612	0,3
Kuwait	10.142	0,3
Egito	9.944	0,3
Indonésia	9.883	0,3

Fonte: Faostat

A produção mundial de queijos está concentrada principalmente em duas regiões: América do Norte com 26% da produção mundial e Europa com 53% da produção mundial em 2005, segundo dados da FAO.

Tomando as estimativas de produção e consumo mundiais, observa-se que os países membros da OCDE são os maiores produtores e consumidores de queijos no mundo, sendo que esta tendência permanecerá até 2017. No caso dos países da OCDE a ampliação do consumo de queijo (11,6%) será um pouco menor que o aumento de produção (10,7%) esperado até 2017, abrindo espaço para um aumento das importações. Já a tendência é que nos países não pertencentes a OCDE, onde a produção já é inferior ao consumo, persista a necessidade de importações, mesmo considerando uma expectativa de aumento do consumo da ordem de 17% e um uma ampliação da produção da ordem de 20,9%. Novamente, como no caso da manteiga os países não-pertencentes a OCDE serão os grandes responsáveis pela ampliação do consumo e produção no mundo.

Tabela 11 - Estimativas do Consumo e Produção de Queijo

Região	Variável	2008	2017	(mil toneladas)
				var.% 2008/2017
MUNDO	Produção	19.752,40	22.324,60	13
	Consumo	19.766,60	22.326,20	12,9
OCDE	Produção	15.332,20	16.980,00	10,7
	Consumo	14.918,90	16.648,50	11,6
NÃO-OCDE	Produção	4.420,20	5.344,60	20,9
	Consumo	4.847,70	5.677,70	17,1

Fonte: OCDE

As estimativas de exportações e importações apontam que, em relação às exportações de queijos, tanto em 2008 quanto em 2017, estarão sendo realizadas preponderantemente pelos países da OCDE, enquanto, as importações de queijos são e serão realizadas preponderantemente pelos países da não-OCDE, portanto, pelos países subdesenvolvidos e menos desenvolvidos. Porém, tanto em termos de importações como de exportações, o crescimento mundial será puxado pelos países da não OCDE, principalmente no caso das exportações, onde a média mundial de crescimento até 2017 será de

30,2%, enquanto para os países da não-OCDE será de 93,4%. Nesse sentido, a ampliação das exportações de queijos terá uma participação cada vez maior dos países em desenvolvimento e menos desenvolvidos, sendo que no caso das importações haverá aumento significativo tanto por parte dos países da OCDE como da não OCDE.

Tabela 12 - Estimativas de Exportações e Importações de Queijo

		(mil toneladas)		
Região	Variável	2008	2017	var.% 2008/2017
MUNDO	Exportação	1.623,20	2.113,50	30,2
	Importação	1.623,20	2.113,50	30,2
OCDE	Exportação	1.213,01	1.320,01	8,8
	Importação	792,48	993,95	25,4
NÃO-OCDE	Exportação	410,19	793,48	93,4
	Importação	830,73	1.119,54	34,8

Fonte: OCDE

Tomando as estimativas de consumo per capita de queijo, segundo dados da OCDE, o consumo per capita médio mundial é de 2,9 kg/ano em 2008 e aumentará para 3 kg/ano em 2017. Os países asiáticos têm um consumo per capita de queijo bem abaixo da média mundial (em torno de 1 a 1,5 kg/ano), enquanto, os países europeus e norte americanos o consumo fica bem acima da média mundial (de 15 kg a 20kg/ano). A tendência é que haja um crescimento de consumo per capita de queijos para os países asiáticos, o que demonstra a ocidentalização da dieta alimentar daqueles países. Como coloca Pritchard (2001), o queijo é o “ícone” desse processo de mudança da dieta alimentar dos países orientais, à medida que está presente na grande maioria dos pratos de *fast food*.

c) Leite em pó

A importância do leite em pó no comércio internacional de derivados lácteos advém da sua vasta utilização no preparo de uma série de alimentos, tais como, bolachas, tortas, chocolates, dentre outros.

Tomando os principais exportadores mundiais de leite, a União Européia é o principal exportador (detém cerca de 38%), seguido pela Nova Zelândia (22%),

Austrália (8,5%) e EUA (8%). Novamente, destacam-se, Europa, Oceania e EUA como principais fornecedores de leite em pó para o mercado mundial.

O Brasil responde por 0,8% das exportações mundiais de leite em pó, ficando em posição inferior a da Argentina (4,7%) e Uruguai (1,3%) países parceiros no Mercosul.

Tabela 13 - Maiores Países Exportadores de leite em pó e Suas Participações nas Importações Mundiais em 2005

(toneladas e participação %)

Região	Volume (ton)	Participação percentual
Mundo	3.790.618	100
União Européia	1.461.104	38,5
Nova Zelândia	845.804	22,3
Austrália	322.400	8,5
EUA	299.586	7,9
Argentina	178.761	4,7
Ucrânia	76.369	2,0
Bielarússia	75.541	2,0
Índia	62.067	1,6
Omã	50.357	1,3
Uruguai	47.715	1,3
Singapura	46.028	1,2
Indonésia	34.905	0,9
Arábia Saudita	33.772	0,9
Brasil	28.640	0,8
Malásia	23.867	0,6
Jordânia	20.218	0,5
Emirados Árabes	20.139	0,5
Filipinas	19.123	0,5
China	17.790	0,5
Suíça	16.780	0,4
Colômbia	13.850	0,4
Cazaquistão	11.289	0,3
México	10.820	0,3
Tailândia	10.518	0,3

Fonte: Faostat

Quando se observa as importações mundiais de leite em pó, novamente a União Européia é o destaque, respondendo por 24,4% das importações mundiais de leite em pó. Porém, as posições seguintes são ocupadas preponderantemente por países asiáticos, exceto no caso da Argélia, México e Cuba. Esses dados corroboram a tendência de aumento do consumo de

derivados lácteos por parte dos países asiáticos, ou seja, a ocidentalização da dieta nesse continente, à medida que o consumo de leite e derivados não fazia parte da cultura alimentar desses países.

O Brasil responde por cerca de 1% das importações mundiais de leite em pó, sendo somente, este país do Mercosul que figura entre os maiores países importadores de leite em pó.

Tabela 14 - Maiores Países Importadores de leite em pó e Suas Participações nas Importações Mundiais em 2005

(toneladas e participação %)

Região	Volume (ton)	Participação percentual
Mundo	3501162	100
União Européia	853261	24,4
Argélia	249549	7,1
México	199208	5,7
China	154507	4,4
Indonésia	153961	4,4
Filipinas	133851	3,8
Arábia Saudita	127409	3,6
Malásia	124576	3,6
Singapura	122553	3,5
Tailândia	102687	2,9
Vietnam	77105	2,2
Nigéria	75762	2,2
Cuba	71928	2,1
Srilanka	52790	1,5
Omã	49914	1,4
Iraque	49441	1,4
Venezuela	48357	1,4
Iêmen	46162	1,3
Bangladesh	37607	1,1
Japão	34261	1,0
Brasil	34149	1,0
Egito	31837	0,9

Fonte: Faostat

Dado o destaque que o leite em pó tem entre os derivados lácteos, optou-se por analisar-se mais aprofundadamente a produção e mercado mundial desse derivado, segmentando esse mercado em: i) leite em pó desnatado, ii) leite em pó integral.

i) Leite em pó desnatado

Segundo dados da FAO, o leite em pó desnatado foi produzido principalmente no Sul da Ásia (24,2% da produção mundial), Europa Ocidental (17,2%), e Europa do Sul (10,8%) em 2005, segundo dados da FAO.

A produção e consumo mundial de leite em pó estão concentrados nos países da OCDE e assim permanecerão até 2017. Contudo, a tendência é de ampliação da produção (31,3%) e consumo (27,6%) por parte dos países da não-OCDE até 2017, em níveis superiores aos dos países da OCDE. Dessa forma, o aumento mundial da produção e consumo de lácteos será puxado pelos países que não fazem parte da OCDE. Como a produção aumentará menos que proporcionalmente ao consumo, haverá a tendência a ampliação das importações para atender o mercado desses países.

Tabela 15 - Estimativas do Consumo e Produção de Leite em Pó Desnatado
(mil toneladas)

Região	Variável	2008	2017	var.% 2008/2017
MUNDO	Produção	3.362,20	3.832,90	14
	Consumo	3.297,30	3.816,60	15,8
OCDE	Produção	2.581,30	2.807,90	8,8
	Consumo	1.850,10	1.970,30	6,5
NÃO OCDE	Produção	780,9	1.025,00	31,3
	Consumo	1.447,20	1.846,30	27,6

Fonte: OCDE

Em relação às exportações de lácteos, em 2008, estas são maiores nos países da OCDE do que aquelas provenientes da não-OCDE. Contudo, em termos de importações, as originárias dos países da não-OCDE são superiores aquelas de origem dos países da OCDE. Essa tendência permanecerá até 2017.

Novamente, como no caso da manteiga e queijo, serão os países subdesenvolvidos e menos desenvolvidos, que serão os responsáveis pelo aumento do comércio internacional de leite em pó desnatado (à medida que eles aumentarão o consumo em 27,6% e a produção em 31,3%, valores estes bem acima da média mundial). Nesse sentido, os países da não-OCDE tenderão a ganhar espaço nas exportações mundiais de leite em pó desnatado.

Tabela 16 - Estimativas de Exportações e Importações de Leite em Pó Desnatado

		(mil toneladas)		
Região	Variável	2008	2017	var.% 2008/2017
MUNDO	Exportação	1.191,90	1.548,60	29,9
	Importação	1.191,90	1.548,60	29,9
OCDE	Exportação	880,8	1.053,00	19,5
	Importação	212,8	230	8,1
NÃO OCDE	Exportação	311,1	495,6	59,3
	Importação	979,1	1.318,60	34,7

Fonte: OCDE

ii) Leite em pó integral

Em 2005 foram quatro as regiões que se destacaram na produção de leite em pó integral, segundo dados da FAO: Ásia – Sul Oriental (17,7% da produção mundial), onde se encontram países como a Indonésia, Filipinas, a Ásia Ocidental (14,7% da produção mundial). Nesse caso, excepcionalmente não há superioridade da produção por parte dos europeus.

Tomando as estimativas de produção e consumo de leite em pó integral, observa-se a superioridade tanto na produção quanto no consumo por parte dos países da não-OCDE. Além disso, os aumentos esperados para o consumo e produção mundial até 2017 (respectivamente 20,4% e 20,4%) serão puxados pelo aumento da produção e do consumo desses países (respectivamente 25,1% e 27,9%). No caso, dos países da OCDE, há a expectativa que a produção aumente em 9,7%, enquanto o consumo será reduzido em 1,5%. Nesse sentido, a tendência é que esse aumento da produção da OCDE tenha como destino o mercado internacional ou a formação de estoques.

No caso dos países da não-OCDE, como o consumo aumentará menos que proporcionalmente à produção (respectivamente 9,7% e -1,5%), a expectativa é que não haja ampliação significativa no volume de importações por parte desses países.

Tabela 17 - Estimativas do Consumo e Produção de Leite em Pó Integral

		(mil toneladas)		
Região	Variável	2008	2017	var.% 2008/2017
MUNDO	Produção	4.068,80	4.897,50	20,4
	Consumo	4.070,70	4.899,40	20,4
OCDE	Produção	1.690,20	1.854,00	9,7

DOCUMENTO NÃO EDITORADO

NÃO- OCDE	Consumo	724,2	713	-1,5
	Produção	2.378,70	3.043,40	27,9
	Consumo	3.346,50	4.186,40	25,1

Fonte: OCDE

As exportações de leite em pó integral originárias de países da OCDE são e continuarão sendo até 2017 superiores, em termos de volume, aquelas originárias de países da não-OCDE. Já no caso das importações estas são e continuarão sendo predominantemente dos países da não-OCDE. Contudo, tanto em termos de importações quanto de exportações, a tendência é o maior crescimento nos países da não-OCDE, sendo, portanto, a ampliação das exportações e importações por parte desses países que ampliará o comércio mundial de leite em pó integral. Vale ressaltar, que a ampliação das exportações dos países da não- OCDE (68%) a níveis bem superiores aos dos países da OCDE (17%), indicam que cada vez mais os países subdesenvolvidos e em desenvolvimento ampliarão sua participação nas exportações mundiais desse produto.

Tabela 18 - Estimativas de Exportações e Importações de Leite em Pó Integral

Região	Variável	2008	2017	(mil toneladas) var.% 2008/2017
MUNDO	Exportação	1.623,70	2.195,80	35,2
	Importação	1.624,70	2.196,80	35,2
OCDE	Exportação	1.042,70	1.218,90	16,9
	Importação	77,4	78,6	1,5
NÃO- OCDE	Exportação	581,1	976,9	68,1
	Importação	1.547,40	2.118,20	36,9

Fonte: OCDE

1.2. Dinâmica dos investimentos

A reestruturação do mercado internacional de produtos lácteos tem levado as empresas a reverem suas formas de inserção no mercado.

O fato da produção e consumo de produtos lácteos crescerem preponderantemente nos países em desenvolvimento tem implicado num redirecionamento dos investimentos das grandes empresas multinacionais para

esses países. Uma das justificativas para esse fenômeno, como destaca Carvalho (2007), seria que o volume do comércio internacional de produtos lácteos é reduzido (dada suas características físicas), ou seja, de forma geral, os países têm grande parte de seu consumo abastecido pela produção interna e não por exportações. Quanto maior for a perecibilidade do tipo de produto e/ou o volume de água presente no produto, maior será o abastecimento do mercado interno com a produção interna do país. Assim, torna-se fundamental para as empresas estrangeiras investirem nos países subdesenvolvidos, à medida que irão se beneficiar do crescimento do seu mercado interno.

Assim, as empresas transnacionais têm buscado se inserir, nesses mercados através de fusões e aquisições (F&A) e parcerias com empresas nacionais e não com a implantação de novas empresas ou novas marcas. A explicação principal para esse fenômeno estaria associada ao fato de os mercados de lácteos não serem maduros suficientemente, principalmente nos países em desenvolvimento, gerando instabilidade da oferta de leite, aumentando, por sua vez, o risco dos investimentos (Carvalho, 2007). Assim, as F&A e parcerias reduziram esse risco, à medida que se aproveitaram das marcas já estabelecidas nos mercados, bem como, do conhecimento das mesmas sobre o funcionamento do mercado local e da oferta de leite. Segundo apontam especialistas no setor, a tendência é os processos de F&A e parcerias continuarem nos próximos anos.

Várias dessas parcerias têm sido feitas entre as grandes empresas do setor, como a *joint venture* entre a Fonterra e a Nestlé, que resultou na Dairy Partners of América, ou da Nestlé com a Lactalis. Em ambos os casos a Nestlé buscou se beneficiar das competências específicas de ambas as empresas (no primeiro caso a coleta e produção de leite em pó nas Américas e no segundo caso a produção e comercialização de produtos frescos na Europa), reduzindo assim, sua participação, sem deixar de atuar diretamente, em segmentos onde não era especialmente forte (Carvalho, 2007). Outro fator que também tem levado as grandes empresas do setor a estabelecerem parcerias é o desenvolvimento de tecnologias. Como ressalta Carvalho (2007), as grandes

empresas de capital estrangeiro atuam, predominantemente, em produtos não comoditizados, ou seja, de maior valor agregado. No caso brasileiro, o mercado de produtos comoditizados tem sido atendido, preponderantemente por empresas de capital nacional.

Por outro lado, se consideramos os países onde os produtores são pouco especializados, a tendência seria a concentração das empresas processadoras próximas aos locais de produção do leite, como tem acontecido no Brasil. Enquanto, em países onde a especialização dos produtores é maior, as indústrias podem se localizar mais distante de onde a produção ocorre, como assinala Pritchard (2001). Isso, porque a especialização dos produtores reduz o custo de transporte, portanto, as empresas podem se localizar em locais mais estratégicos, como por exemplo, mais próximos aos centros consumidores ou onde os demais fatores de produção necessários a produção de lácteos tenha maior disponibilidade.

A melhora da renda da população nos mercados dos países em desenvolvimento tem permitido a ampliação do consumo de lácteos. Esse aumento tem se dado principalmente no consumo de produtos com menor valor agregado, tais como leites em pó, queijos, manteiga, soro de leite e leite fluido, mas também, em alguma medida, de produtos de maior valor agregado, como queijos especiais, bebidas a base de leite com sabores diferenciados, sobremesas, além de produtos direcionados a mercados de nicho, como produtos orgânicos, livres de hormônios ou de baixa caloria. O mercado de produtos para controle do peso ou de baixa caloria (tais como bebidas e sobremesas livre de gorduras, queijos de baixo valor, bebidas lácteas para controle de peso) tem se expandido de forma crescente. De acordo com a OMS (Organização Mundial de Saúde), as projeções mostram que em 2015 aproximadamente 2,3 bilhões de adultos estarão acima do peso e mais do que 700 milhões serão obesos, o que abre um grande mercado para esse tipo de produto.

Já nos países, desenvolvidos, como o consumo per capita encontra-se estagnado, as empresas têm direcionado seus esforços de vendas sobre os

produtos de maior valor agregado, ou seja, buscando a diferenciação de produtos. O fato dos produtos de maior valor agregado ser, principalmente, direcionados ao público dos países desenvolvidos e o fato de os países em desenvolvimento terem grande instabilidade nos setores lácteos nacionais, justificam a predileção por parte das grandes empresas estrangeiras do setor concentrarem seus investimentos em pesquisa e desenvolvimento nos países de origem, como constata Carvalho (2008). Segundo essa autora, em termos tecnológicos, as atividades desenvolvidas pelas grandes empresas de capital estrangeiro no Brasil são do tipo adaptativas, não havendo o desenvolvimento de P&D no Brasil.

Das 20 maiores empresas de lácteos do mundo (a partir do valor das vendas), todas são de origem de países desenvolvidos, como se pode observar a partir da tabela abaixo.

Tabela 19 – Maiores Empresas de Lácteos do Mundo, Segundo Valor das Vendas

Ranking	Empresa	País	Bilhões de €
1	Nestlé	Suíça	16.9
2	Danone	França	10.2
3	Lactalis	França	9.6
4	Friesland & Campina	Holanda	8.8
5	Dairy Farmers of America	EUA	8.1
6	Dean Foods	EUA	7.6
7	Fonterra	Nova Zelândia	7.6
8	Arla Foods	Suécia/Dinamarca	6.4
9	Kraft Foods	EUA	4.7
10	Unilever	Holanda/Inglaterra	4.4
11	Parmalat	Itália	3.5
12	Bongrain	França	3.4
13	Saputo	Canadá	3.3
14	Land O'Lakes	EUA	3.1
15	Meiji Dairies	Japão	3.0
16	Morinaga Milk Industry	Japão	2.8
17	Schreiber Foods	EUA	2.4
18	Nordmilch	Alemanha	2.3
19	Dairy Crest	Inglaterra	2.3
20	Müller	Alemanha	2.2

1) estimativa

Turnover 2007 (inclusive fusões propostas em 2008)

Fonte: Rabobank International, 2008

1.3 Ambiente Institucional

Não somente as mudanças em relação à demanda e oferta de produtos lácteos tem afetado e determinado as novas configurações do setor internacionalmente, mas também o ambiente institucional, em nível internacional, tem contribuído para tais mudanças.

Essas mudanças no ambiente institucional mundial afetam a geografia internacional da produção de leite, mas também, o mercado internacional, e por consequência, preços e decisões de investimentos industriais.

1.3.1 Os subsídios

O leite é um dos produtos que recebe maior volume de subsídios e ajudas financeiras em todo o mundo, bem como, um dos produtos com maior nível de proteção. Contudo, a pressão internacional, em relação à redução de práticas distorcidas do mercado internacional, tem levado à redução no nível de suporte aplicado aos produtores, através das políticas agrícolas desenvolvidas por parte dos países desenvolvidos. No caso das práticas de subsídios às exportações (as que mais afetam os preços internacionais desses produtos), a tendência tem sido a redução. A tabela abaixo demonstra os gastos realizados pela União Européia e EUA com subsídios às exportações. Os países da Oceania não estão presentes na tabela, à medida que eliminaram a prática de subsídios às exportações de sua política agrícola.

A União Européia é quem aplica os maiores volumes de subsídios às exportações para derivados lácteos, seguida pelos EUA. Até 2001, tanto os EUA como a União Européia vinham apresentado sensíveis reduções nos volumes de subsídios, contudo, no ano de 2002, essa tendência foi revertida, havendo um aumento de ambos na aplicação de subsídios. Pelo fato, de não haverem dados disponíveis sobre os subsídios de 2003 em diante, torna-se impossível determinar se esta continuou sendo a tendência ou não.

Tabela 20 - Gastos com Subsídios às Exportações para Diferentes Países, 1999- 2002

País	Commodity	Quantidade em milhões de dólares (EUA)	1999	2000	2001	2002
EU	Manteiga	Gastos permitidos	1.081,00	863,2	840,2	989,0
		Gastos Notificados	347,7	307,7	304	568,8
		% usada dos gastos permitidos	32,2	35,7	36,2	57,51
	Queijo	Gastos permitidos	408,9	311,2	302,9	356,5
		Gastos Notificados	245,9	216,8	167,2	279,3
		% usada dos gastos permitidos	60,1	69,7	55,2	78,34
	Outros produtos de leite	Gastos permitidos	795,7	635,4	618,5	728
		Gastos Notificados	944,1	373,5	356,6	622,1
		% usada dos gastos permitidos	118,6	58,8	57,6	85,45
	Leite em pó desnatado	Gastos permitidos	314,8	251,2	244,5	287,8
		Gastos Notificados	352,2	23,9	32,5	170,1
		% usada dos gastos permitidos	111,9	9,5	13,3	59,1
	Manteiga	Gastos permitidos	33,4	30,5	30,5	30,50
		Gastos Notificados	7,3	0	0	15,50
		% usada dos gastos permitidos	21,9	0	0	50,85
Queijo	Gastos permitidos	4	3,6	3,6	3,6	
	Gastos Notificados	5,6	1,8	0,9	1,2	
	% usada dos gastos permitidos	139,9	48,4	25,6	33,62	
Outros produtos de leite	Gastos permitidos	2,9	0	0	20,9	
	Gastos Notificados	20,3	0	0	0	
	% usada dos gastos permitidos	702,2	0	0	0	
Leite em pó desnatado	Gastos permitidos	90,2	82,5	82,5	82,4	
	Gastos Notificados	45,3	6,7	53,7	14,8	
	% usada dos gastos permitidos	50,3	8,2	65,1	17,94	

Fonte: ERS/USDA; Knips (2005)

Nota: os valores igual a 0 significam, que os valores não foram notificados pelos países.

Os subsídios às exportações têm sido questionados, principalmente, pelos países em desenvolvimento, que tem defendido na Rodada de Doha, a eliminação dos mesmos. Porém, o fato das negociações no âmbito da OMC (Organização Mundial do Comércio) estarem travadas há alguns anos (7 anos),

torna difícil fazer conjecturas sobre a eliminação, ou não, dos subsídios às exportações.

1.3.2. Os picos tarifários

Na mesma situação que os subsídios estão os picos tarifários que incidem sobre as importações de produtos lácteos. A tabela abaixo traz exemplos dos picos tarifários existentes sobre as exportações de lácteos. Tomando como exemplo a União Européia, esta exige que as importações de manteiga paguem um imposto de importação de 107,28%.

Tabela 21 – Tarifas de Exportação por Países Selecionados

Países	Derivados	Tarifas de importação (%)
União Européia*	Manteiga	107,28
	Queijo fresco	107,85
	Gorduras e óleos de leite	161,20
	Leite em pó desnatado	132,10
México	Leite em pó integral adoçado	136,20
	Queijo processado	125,00
	Queijo fresco	60,00
Tailândia	Queijo processado	60,00
	Gorduras e óleos de leite	60,00

* Essas tarifas não são aplicadas de importações provenientes dos países de menor desenvolvimento relativo

Fonte: OCDE, 2003. Tariffs and Trade database. 1998 data

Elaboração: Knips (2005)

No caso dos picos tarifários, como no caso dos subsídios, os países em desenvolvimento defendido junto a OMC a eliminação destes para uma série de produtos, entre estes, os lácteos. Contudo, a incerteza sobre quais serão os termos do novo acordo não permite arriscar previsões sobre os impactos no comércio mundial de lácteos.

Como tem sido ressaltado pela literatura sobre o assunto (OCDE, 2007; Knips 2005), a tendência de redução dos estoques internacionais de produtos lácteos, bem como, a redução dos subsídios às exportações tem levado a redução do impacto dessas práticas sobre os preços internacionais.

1.3.3 As quotas tarifárias

Por outro lado, a União Europeia instituiu nos anos 80 a prática de quotas de produção por país pertencente ao bloco, com o objetivo de reduzir a produção, bem como, os gastos crescentes que tinham que incorrer com o aumento da produção. Desde então, as quotas sofreram alterações, sendo que a última delas ocorreu em 2008. A União Europeia aumentou em 2% as quotas de produção dos estados membros, o que significa um aumento de 2,84 milhões de toneladas. O objetivo dessa ampliação foi aproveitar o aumento da demanda internacional de produtos lácteos, que elevou os preços mundiais dos derivados lácteos. Além disso, segundo a Comissão Europeia, essa prática permitiria uma “aterrissagem suave” para a supressão das quotas de leite em 2015. De acordo com a análise da Comissão, entre 2007 e 2014 seria necessária uma oferta adicional de cerca de 8,0 milhões de toneladas para satisfazer a crescente procura interna, particularmente de queijo. Entretanto, as perspectivas do mercado mundial são positivas, com uma procura de produtos alimentares comunitários em expansão, em especial nos mercados emergentes. Se as quotas não forem alteradas, a UE não poderá explorar essa procura em alta, nem a correspondente pujança de preços. A análise da Comissão mostra que o mercado oferece amplas oportunidades de absorção de um aumento de 2% das quotas. Embora essa análise assente no pressuposto de que o referido aumento será inteiramente utilizado, o impacto real na produção será provavelmente mais limitado, uma vez que, na situação atual, as quotas nacionais não são inteiramente utilizadas em alguns Estados-Membros (CONFAGRI, 2008).

Assim, a existência de quotas tarifárias controla, em grande medida, a produção por parte dos Estados membros da União Europeia. A previsão é que em 2015 essas quotas sejam eliminadas, o que abre a possibilidade, de que haja a ampliação da produção a partir do citado ano, caso não haja a eliminação dos subsídios e redução do apoio doméstico aos agricultores desses países.

1.3.4 Normas internacionais de preparação dos derivados lácteos

Outras formas de intervenção na dinâmica internacional são as normas internacionais que buscam garantir a segurança dos alimentos, o que implica em garantir qualidade e composição dos mesmos, rotulagem adequada, bem como, adequado processo produtivo e seu controle.

Essas normas internacionais têm afetado diretamente o comércio internacional de produtos lácteos, à medida que, utilizando a premissa de segurança dos alimentos, diversos países, destacadamente, os desenvolvidos têm limitado o acesso de importações de derivados lácteos de outros países. O fato de não haver uma padronização internacional dessas regras de produção colabora para isso. Os *standards* sobre a produção de lácteos são aplicados em diferentes níveis. O mais genericamente aplicado em nível internacional é o *Codex Alimentarius*. Porém, aqueles países que são mais atuantes no comércio internacional de lácteos, principalmente os países desenvolvidos, possuem referências nacionais de padrões, o que é permitido no âmbito do comércio internacional. Esse padrão nacional pode estar acima ou abaixo do padrão internacional. No caso dos países desenvolvidos, o padrão nacional está freqüentemente acima do padrão internacional, ou seja, do *Codex Alimentarius*, o que acaba se constituindo uma barreira para os países que desejam exportar lácteos para os países desenvolvidos.

Além disso, pode-se dizer, que há um terceiro nível de padronização, que é aplicado pelo setor privado, pelos processadores ou varejistas, se eles percebem que a qualidade dos produtos é inadequada. Novamente, esse terceiro nível de normas, limita o acesso às importações de produtos lácteos, se constituindo também, uma barreira às importações. Nesse sentido, o que tem sido defendido, principalmente, pelos países em desenvolvimento que tem interesse em acessar os mercados dos países desenvolvidos é a padronização dessas regras de produção de lácteos, à medida que isso eliminaria diferenciais de padronização.

Dois acordos nos marcos da OMC têm buscado padronizar essas regras, justamente com o objetivo, de garantir a segurança dos alimentos objetos de comercio internacional, bem como, eliminar as restrições de comércio

decorrentes das diferenças de padrões de produção. O primeiro é o Acordo Sanitário e Fitossanitário (SPS) que busca harmonizar os padrões nacionais, o que envolve reconhecer as diferenças entre medidas equivalentes, que dão o mesmo nível de proteção, permitindo a adaptação regional. Ele pretende regular e resolver diferenças internacionais resultantes dessas diferenças de normas de segurança relacionadas a alimentos e controle de doenças.

O segundo é o Acordo de Barreiras Técnicas (TBT), que cobre as regras não inseridas no SPS. As regras do TBT para a produção de leite dizem respeito à embalagem, composição e rotulagem e qualidade de produção e processamento, produto final e características nutricionais. Nesse sentido, diferenças internacionais em relação a esses padrões, também se constituem como sendo barreiras ao comércio internacional. Um exemplo disso é o que acontece na União Européia: as condições aplicáveis para as importações de terceiros países pelo bloco, em relação à matéria-prima leite ou leite tratado, ou produtos baseados em leite, precisam no mínimo ser equivalentes as condições aplicadas internamente (padrões internos) na União Européia, que em geral são bem superiores ao padrão médio mundial (ver referência - Estratégia global – setor lácteo). Como no caso do SPS, o TBT também tem a pretensão de dirimir conflitos entre países que possam surgir em relação a diferenças de padronização, bem como, buscar harmonizar tais práticas entre os países. Contudo, da mesma forma que os temas dos subsídios e dos picos tarifários, a paralisação das negociações no âmbito da OMC não tem permitido avanços sobre esses temas, o que torna difícil fazer conjecturas sobre o tema.

2 CAPÍTULO - TENDÊNCIAS DO INVESTIMENTO NO BRASIL

A produção brasileira de leite é a 6.^a maior do mundo. Observando-se os últimos anos verifica-se que a participação brasileira na produção mundial aumentou. Embora seja um dos maiores produtores de leite do mundo, a produção brasileira de leite, como visto anteriormente, é altamente heterogênea, convivendo produtores de baixíssima escala de produção e produtores

altamente especializados. Mas, apesar de ainda manter-se com números aquém dos principais produtores mundiais a produtividade brasileira vem aumentando.

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), encontrados na Pesquisa Pecuária Municipal (PPM) o comportamento da produção brasileira de leite entre 1990 e 2006 pode ser resumido nos seguintes números. A produção brasileira teve um crescimento de 75,35%, o rebanho um aumento de 39,96%, o número de vacas ordenhadas, 9,80%, e a produtividade nacional, 59,69%.

Tabela 22 – Participação da Produção Regional Brasileira 1990-2006

Ano	Brasil	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	(em percentagem)
						Centro-oeste
1990	100,00	3,83	14,12	47,80	22,52	11,73
1991	100,00	4,54	14,42	46,36	22,48	12,20
1992	100,00	4,60	14,36	45,72	22,72	12,60
1993	100,00	4,59	10,79	47,11	23,64	13,87
1994	100,00	4,13	11,23	46,58	24,27	13,79
1995	100,00	4,29	11,45	45,76	24,90	13,59
1996	100,00	4,16	12,72	45,03	22,91	15,18
1997	100,00	4,50	12,80	44,98	23,28	14,44
1998	100,00	4,83	11,07	45,28	23,59	15,22
1999	100,00	5,03	10,71	44,78	24,15	15,33
2000	100,00	5,31	10,92	43,37	24,81	15,58
2001	100,00	6,03	11,05	41,80	25,29	15,83
2002	100,00	7,24	10,92	40,41	25,45	15,99
2003	100,00	6,73	11,27	40,14	25,97	15,88
2004	100,00	7,08	11,52	39,37	26,61	15,42
2005	100,00	7,08	12,07	38,73	26,77	15,35
2006	100,00	6,69	12,59	38,35	27,71	14,65

Fonte: elaborado pelos autores a partir de dados da Pesquisa Pecuária Municipal (PPM) do IBGE

A tabela acima apresenta as participações das regiões brasileiras na produção de leite nacional. Três regiões aumentaram sua participação diante da produção nacional: Norte (74,56%), Centro-Oeste (24,98%) e Sul (23,04%). As outras duas tiveram sua participação reduzida: Sudeste (19,77%) e Nordeste (10,83%). Pode-se inferir que o crescimento da produção brasileira, entre 1990 e 2006 está diretamente ligado aos estados localizados nas regiões Norte, Centro-Oeste e Sul.

Tabela 23 - Variação Percentual do Plantel de Vacas Ordenhadas entre 1990 e 2006

DOCUMENTO NÃO EDITORADO

Região	Percentual
Brasil	9,80
Região Norte	96,47
Rondônia	259,76
Acre	303,90
Amazonas	56,51
Roraima (1)	-80,36
Pará	68,76
Amapá	40,54
Tocantins	16,94
Região Nordeste	9,70
Maranhão	67,21
Piauí	-1,52
Ceará	0,73
Rio Grande do Norte	32,48
Paraíba	-35,77
Pernambuco	17,25
Alagoas	4,82
Sergipe	20,65
Bahia	6,27
Região Sudeste	-7,11
Minas Gerais	-0,84
Espírito Santo	-1,71
Rio de Janeiro	12,65
São Paulo	-25,49
Região Sul	20,47
Paraná	26,82
Santa Catarina	39,25
Rio Grande do Sul	5,55
Região Centro-Oeste	2,31
Mato Grosso do Sul	-13,88
Mato Grosso	66,59
Goiás	-2,04
Distrito Federal	-12,74

Fonte: elaborado pelos autores a partir de dados da Pesquisa Pecuária Municipal (PPM) do IBGE

O número de vacas ordenhadas no Brasil experimentou um aumento nos últimos anos, contribuindo para o aumento da produção. Ressalte-se que este aumento na produção não ocorreu de modo uniforme, variando de acordo com a região, pois as características do rebanho contribuem para estas disparidades.

No período 1990/2006, verifica-se que o plantel produtivo de leite, de um modo geral, aumentou nos estados. Uma exceção são os estados da região Sudeste onde apenas o estado do Rio de Janeiro apresenta aumento do número de vacas ordenhadas. Minas Gerais, o principal estado produtor brasileiro em 2006, de acordo com dados do IBGE, apresentou queda no número de vacas ordenhadas, conforme visto na tabela acima. Paraná, Rio Grande do Sul e Santa

Catarina são, respectivamente, o segundo, terceiro e quarto maiores produtores brasileiros. Nestes estados o número de vacas ordenhadas aumentou entre 1990 e 2006.

Tabela 24 - Produtividade Média das Vacas Ordenhadas, segundo regiões e estados

Região	(litro/vaca ordenhada/ano)		
	1990	2006	Varição percentual
Brasil	759,42	1.212,74	59,69
Região Norte	383,43	597,34	55,80
Rondônia	601,78	672,74	11,79
Acre	533,72	604,88	13,33
Amazonas	714,31	565,47	-20,84
Roraima (1)	139,64	309,34	-8,03
Pará	336,36	595,03	76,90
Amapá	311,63	583,37	87,20
Tocantins	264,03	465,05	76,14
Região Nordeste	538,46	767,47	42,53
Maranhão	405,97	652,61	60,76
Piauí	282,24	394,83	39,89
Ceará	621,22	798,39	28,52
Rio Grande do Norte	561,08	932,29	66,16
Paraíba	492,13	763,78	55,20
Pernambuco	791,16	1.361,01	72,03
Alagoas	983,46	1.441,27	46,55
Sergipe	612,80	1.233,76	101,33
Bahia	466,91	535,03	14,59
Região Sudeste	894,90	1.355,33	51,45
Minas Gerais	885,41	1.476,28	66,73
Espírito Santo	712,03	1.117,18	56,90
Rio de Janeiro	1.112,86	1.184,99	6,48
São Paulo	914,40	1.091,57	19,38
Região Sul	1.153,65	2.066,14	79,09
Paraná	1.063,50	1.954,34	83,76
Santa Catarina	1.154,97	2.180,43	88,79
Rio Grande do Sul	1.236,77	2.118,65	71,31
Região Centro-Oeste	520,60	1.115,11	114,20
Mato Grosso do Sul	681,74	973,35	42,77
Mato Grosso	685,53	1.124,57	64,04
Goiás	457,92	1.139,77	148,90
Distrito Federal	564,53	1.572,80	178,60

Fonte: Elaborada pelos autores a partir de dados do IBGE.

Nota: (1) Para o estado de Roraima foi utilizado o ano de 1991 como base.

Em quase todos os estados, entre 1990 e 2006, houve aumento do volume de produção. Uma exceção é o estado de São Paulo, quinto maior produtor brasileiro em 2006, onde houve queda no volume de produção da ordem de 11,05%. Observando-se a variação da produtividade nos cinco maiores estados produtores brasileiros entre 1990 e 2006, todos apresentaram

aumento. Este, percentualmente, foi maior do que o aumento do plantel produtivo.

Os ganhos de produtividade, de um modo geral, foram mais significativos que o aumento do plantel produtivo. Isto fica evidente ao compararem-se os dados referentes à variação de um e outro. Pode-se inferir, desta forma, que os ganhos de produtividade brasileiros foram decorrentes de uma maior especialização. Ressalte-se ainda que a produtividade brasileira encontra-se muito aquém dos principais produtores mundiais.

A produtividade nacional não se apresenta de modo uniforme pelo território. Há diferenças significativas entre as regiões do país, e mesmo dentro dos estados da federação encontram-se disparidades entre as regiões produtivas (mesorregiões). Uma parte do aumento da produtividade deveu-se a expansão da fronteira agrícola, porém parte deste crescimento pode ser creditada a maior especialização do produtor.

Com a Instrução Normativa 51, 18/12/2002, torna-se obrigatória a coleta a granel. De acordo com Carvalho (2008, p. 81) “essa legislação passa a vigorar nas regiões sul, sudeste e centro-oeste 01/07/2005 e nas regiões norte e nordeste a partir de 01/07/2008, determinando que o único meio de transporte possível para o leite é na forma a granel, em carro-tanque isotérmico”.

A indústria de laticínios tradicionalmente é composta por empresas multinacionais, por grupos nacionais, por cooperativas e também por pequenos laticínios. De acordo com Carvalho (2008, p. 87), “no período compreendido entre 1985 e 2003 ocorreram 48 operações de fusões e aquisições envolvendo empresas processadoras de leite. Essa movimentação é entendida como parte integrante e decisiva das estratégias de crescimento das empresas, condicionante dos demais movimentos dessa indústria”.

Deve-se ressaltar, também, que o início dos anos 1990 caracterizou-se pela total ausência de regulação e pela falta de diretrizes para produtores e empresas do setor lácteo em contraponto às décadas anteriores onde havia um alto nível de intervencionismo. As transformações ocorridas nas cadeias agroindustriais são consequência direta da rápida abertura do mercado interno,

em 1990, e das medidas tomadas contra a inflação, em 1994. O objetivo destas políticas eram controlar a inflação e submeter à economia como um todo a um "choque de competitividade", através do tripé das políticas tarifárias, cambiais e de regionalização.

O novo ambiente no setor levou-o a transformações fundamentais. “Em virtude da forte concentração no segmento de industrialização do leite, causada pela entrada de novas indústrias de processamento e pelas ocorrências de fusões e aquisições, as estratégias de produção e comercialização adotadas pela indústria de processamento levaram à intensa competição por matéria-prima, resultando no deslocamento geográfico da indústria de lácteos em função de condições mais favoráveis para aquisição de leite “*in natura*”. Em consequência deste deslocamento, o segmento industrial tem provocado incrementos de produção e produtividade para além das bacias leiteiras tradicionais” (Jank & Galan, 1999; Rufino, 1994 *in* Lopes, 2006, p.11).

As facilidades de transporte e armazenamento oriundas da coleta a granel e do tanque de resfriamento, propiciaram a incorporação de áreas produtivas mais distantes dos grandes centros consumidores. Em grande parte, este êxito deve-se, também, a popularização do leite UHT.

De acordo com Lopes (2006. p. 15), “observa-se, atualmente, uma tendência à concentração de mercado no segmento da indústria de laticínios, com a predominância de empresas multinacionais. Outra tendência verificada no setor refere-se ao fato das indústrias laticinistas buscarem aumentar o volume de captação e, ao mesmo tempo, reduzir o número de fornecedores de matéria-prima”.

Tabela 25 – Número de Produtores das Maiores Empresas de Laticínios no Brasil 2002/2007

Classe	Empresa / Marca	Número de produtores						Variação % 2007/2006
		2002	2003	2004	2005	2006	2007	
1 ^a	DPA	7.192	7.163	6.112	6.110	6.000	5.800	-3.3
2 ^a	ELEGÊ	28.665	27.676	21.402	25.001	19.641	18.801	-4.3
3 ^a	ITAMBÉ	6.010	5.991	6.063	7.325	9.700	9.067	-6.5
4 ^a	PARMALAT	9.996	6.920	4.566	4.400	4.640	4.457	-3.9
5 ^a	BOM GOSTO	-	-	-	-	5.050	9.690	91.9
6 ^a	LATICÍNIOS	4.990	3.128	2.178	3.200	4.100	4.500	9.8

DOCUMENTO NÃO EDITADO

	MORRINHOS							
7ª	EMBARÉ	2.884	4.413	3.666	2.380	1.992	2.208	10.8
8ª	CONFEPAR	3.743	5.256	5.467	6.152	5.740	7.393	28.8
9ª	CENTROLEITE LÍDER	4.905	5.438	4.920	5.049	4.850	5.265	8.6
10ª	ALIMENTOS	2.807	2.634	4.557	5.243	5.320	5.390	1.3
11ª	CCL	4.512	6.402	4.461	4.388	2.846	2.439	-14.3
12ª	BATÁVIA	6.529	5.111	3.907	4.019	4.104	4.215	2.7
13ª	FRIMESA					5.434	4.847	-10.8
14ª	DANONE NILZA	2.470	1.274	1.072	605	496	418	-15.7
15ª	ALIMENTOS GRUPO	-	-	-	-	143	872	509.8
16ª	VIGOR	1.525	1.413	1.510	996	1.245	1.213	-2.6
	TOTAL	93.221	89.553	76.753	80.866	81.301	86.575	6.5

Fonte: Leite Brasil, CNA/Decon, OCB/CBCL, Embrapa Gado Leite

(1) Classificação base recepção (produtores + terceiros) no ano 2007

Atualizado em maio/2008

In: <http://www.cnppl.embrapa.br/>

Das 16 empresas apresentadas na tabela acima, observe-se que 8 empresas (50%) diminuíram o número de produtores entre 2006-2007. Ao expandir-se a observação para o período 2002-2007, este número aumenta para 11 empresas (68,75%).

Ao observar-se a recepção de leite das mesmas empresas na tabela abaixo, apenas duas (12,5%) apresentaram queda entre 2006-2007. Entre 2002-2007, apenas uma empresa (CCL) apresenta diminuição na recepção anual de leite.

Tabela 26 – Recepção Anual de Leite por Empresas Seleccionadas – 2004/2007

Classe	Empresa / Marca	Recepção Anual de Leite (mil litros)				(em litros)	Variação % (*) 2007/2006
		2004	2005	2006	2007		
1ª	DPA	1.509.067	1.708.000	1.702.000	1.800.000	5,76	
2ª	ELEGÊ	717.707	841.549	897.965	1.324.007	47,45	
3ª	ITAMBÉ	829.500	1.005.000	1.039.000	1.090.000	4,91	
4ª	PARMALAT	406.688	591.847	612.070	725.021	18,45	
5ª	BOM GOSTO LATICÍNIOS	-	-	231.673	632.735	173,12	
6ª	MORRINHOS	252.702	299.444	338.098	387.140	14,51	
7ª	EMBARÉ	256.398	306.249	309.453	336.573	8,76	
8ª	CONFEPAR	189.308	262.233	288.482	333.490	15,60	
9ª	CENTROLEITE LÍDER	229.135	268.268	263.128	300.095	14,05	
10ª	ALIMENTOS	151.482	202.679	226.535	248.725	9,80	
11ª	CCL	338.437	360.124	316.045	247.950	-21,55	
12ª	BATÁVIA	209.893	224.561	241.601	246.459	2,01	

DOCUMENTO NÃO EDITADO

13ª	FRIMESA	-	-	225.995	225.804	-0,08
14ª	DANONE NILZA	200.737	196.399	221.905	222.091	0,08
15ª	ALIMENTOS	-	-	196.500	219.449	11,68
16ª	GRUPO VIGOR	196.425	191.922	201.498	201.300	-0,10
	T O T A L	5.487.479	6.458.275	7.311.948	8.292.889	13,42

1 - Classificação base recepção (produtores + terceiros) no ano 2007

2 - Posição em 31 de dezembro

3 - Números referentes a compra de leite realizada pela DPA Manufacturing Brasil em nome da Nestlé, da Fonterra, da DPA Brasil e da Itasa

4 - O total do ranking não inclui leite recebido pela ELEGÊ da CCL devido a duplicidade

Fonte: LEITE BRASIL, CNA/Decon, OCB/CBCL e Embrapa Gado de Leite. In: <http://www.cnpqi.embrapa.br/>

(*) Dados criados pelos autores

Neste processo, uma parcela significativa dos produtores excluídos do processo industrial migra para a informalidade, atuando de forma desarticulada e não mantendo relações sistemáticas com o mercado, originando outros problemas, sejam socioeconômicos ou de saúde pública, pois fica a margem do setor produtivo inspecionado.

De acordo com Rabobank International (2008) do total de leite produzido no Brasil somente 66% é formalmente inspecionado pelo poder público local enquanto 20% é estimado de não ser controlado, e 14% sendo consumido na fazenda, principalmente pelos bezerros.

Nos últimos anos o consumo brasileiro de produtos lácteos experimentou um salto. No segmento de leite fluido, o leite UHT experimentou um aumento expressivo em suas vendas. Por se tratar de um produto com maior prazo de validade, gerando maior tempo de exposição nas gôndolas do supermercado, e de fácil armazenamento, passou de um inexpressivo 4,4% do total do leite fluido vendido no país em 1990 para 75,8% em 2008, conforme tabela abaixo.

Tabela 27 – Vendas de Leite Fluido e Leite Longa Vida no Brasil – 1990/2006

Ano	Leite Fluido	(milhões de litros e percentagem)	
		Leite Longa Vida (milhões de Litros)	% do Total Longa Vida/total
1990	4.241	187	4,4
1991	3.951	204	5,2
1992	3.693	355	9,6
1993	3.162	456	14,4
1994	3.615	730	20,2
1995	4.200	1.050	25,0
1996	4.535	1.700	37,5

DOCUMENTO NÃO EDITORADO

1997	4.720	2.450	51,9
1998	5.080	3.100	61,0
1999	5.125	3.425	66,8
2000	5.230	3.600	68,8
2001	5.390	3.950	73,3
2002	5.700	4.220	74,0
2003	5.767	4.227	73,3
2004	5.993	4.403	73,5
2005	6.352	4.802	75,6
2006	6.660	5.050	75,8

Fonte: Associação Brasileira do Leite Longa Vida – ABLV

Atualizado em maio/2008

In: Embrapa gado de Leite

O consumo de leite UHT passou da ordem de 184 milhões de litros em 1990 para 5,05 bilhões de litros. Este novo produto mudou o mapa do setor lácteo no país, pois dado suas características permite-se que o mercado de leite fluido, antes regional, passe a ter uma cobertura nacional. Desta forma, as empresas passam a atuar em todo o território nacional e não mais ficam limitadas ao seu entorno.

No segmento de queijos tradicionais, no período entre 1995 e 2004, o aumento na produção acompanhou o crescimento do segmento de leite fluido. Tal movimento é oriundo do aumento do poder aquisitivo da sociedade e da mudança nos hábitos de consumo. Com relação a este último, nos últimos anos a população brasileira, principalmente a urbana, vem se alimentando cada vez mais em locais que ofereçam um alimento preparado de forma mais rápida possível. Destaque para os sanduíches e pizzas. Este novo comportamento tornou-se comum nos centros urbanos, principalmente com o aumento do número de *Shopping Centers*, que tem em sua maioria pelo menos uma praça de alimentação. Além disso, o gasto das empresas deste segmento com propaganda aumenta a cada ano, ratificando o seu crescimento.

Tabela 28 – Produção Brasileira de Queijo

Tipo queijo	1991	1995	2000	(toneladas)	
				2004	Dif. % 2004/95 *
COMMODITIES					
Mussarela	60.000	84.180	125.000	144.690	71,88
Prato	44.200	59.400	88.500	102.480	72,53
Requeijão culinário	6.970	41.000	70.200	90.720	121,27

DOCUMENTO NÃO EDITORADO

SUB TOTAL	111.170	184.580	283.700	337.890	83,06
FUNDIDOS					
Fatias	1.500	1.900	3.500	4.400	131,58
Porções	1.480	1.700	2.400	3.045	79,12
Tablete	63	78	102	114	46,15
Cremosos	485	570	800	820	43,86
SUB TOTAL	3.528	4.248	6.802	8.379	97,25
PROCESSADOS					
Cream cheese	485	570	1.417	1.815	218,42
Requeijão cremoso	9.350	19.000	26.700	30.907	62,67
Petit suisse	14.314	14.427	20.800	22.932	58,95
SUB TOTAL	24.149	33.997	48.917	55.654	63,70
Frescos (massa crua)					
Minas frescal	14.900	19.086	25.900	28.875	51,29
M. F. ultrafiltrado	350	1.350	2.900	4.515	234,44
Cottage	80	175	350	578	230,29
Ricota	4.125	5.582	7.523	8.610	54,25
TOTAL ESPECIAIS	7.337	8.266	12.363	-	-
SUB TOTAL	19.455	26.193	36.673	42.578	62,55
TOTAL	158.302	249.018	376.092	444.501	78,50

Fonte: SIPA/ABIQ/DATAMARK/DESK RESEARCH

* dados elaborados pelos autores

In: Embrapa Gado de Leite

Na produção de queijos artesanais⁵, conforme tabela abaixo, a sua produção aumenta em torno de 50%, entre 1995 e 2004. Estes produtos, assim como os outros queijos, têm maior volume agregados sendo suas vendas associadas aos consumidores das classes média e alta da sociedade.

Tabela 29 – Produção Brasileira de Queijo Artesanal Especial

QUEIJOS ARTESANAIS (ESPECIAIS)	(toneladas)			
	1991	1995	2000	2004
Parmesão Forma	6.738	8.096	11.000	12.733
Parmesão Ralado	6.063	7.284	9.900	11.550
Provolone	3.626	4.500	6.500	7.220
Minas Padrão	3.374	3.840	5.200	6.020
Montanhês	1.797	2.045	2.785	3.224
Reino	1.700	1.700	2.750	3.100
Gorgonzo	1.000	1.310	1.700	2.266
Estepe	1.397	1.391	1.856	2.153
Gouda	993	1.068	1.372	1.663
Gruyère	401	490	1.092	1.386

5 O que caracteriza um queijo artesanal é a maior utilização do fator trabalho na produção. Por sua vez, a formalidade está relacionada a produção sob a inspeção dos órgãos públicos. Deve-se deixar claro que os dados apresentados referem-se a produção de queijo artesanal sob inspeção, ou seja, produção formal. Ressalte-se que no caso brasileiro ainda existe uma boa parte da produção sendo realizada de maneira informal.

DOCUMENTO NÃO EDITORADO

Camembert	230	345	500	551
Brie	160	260	360	437
Quartiolo	255	273	350	385
Caccio/cav./provola	81	220	327	360
Colonial	190	240	317	350
Parmesão Fração	114	139	220	315
St.Paulin	130	139	208	229
Quark	146	158	197	216
Edam	85	110	144	176
tilsit (1)	2.708	2.500	108	120
Emental	54	72	92	110
Sansoe	38	41	50	55
Cheddar	11	12	19	24
Port Salut	65	69	18	20
Limburgo	6	7	10	12
Itálico	90	102	#	#
La Cabana	40	32	#	#
Raclete	10	11	15	#
St. Claire	35	36	#	#
OUTROS ESPECIAIS	644	692	625	688
SUBTOTAL	32.181	37.182	47.715	55.363
TOTAL: IMPORTADOS ESPECIAIS	Não Obt.	55.500	15.710	9.678
TOTAL GERAL	190.483	341.700	439.517	509.542

Fonte: SIPA/ABIQ/DATAMARK/DESK RESEARCH

(1) Fugindo ao tabelamento o Queijo Prato foi relançado com o nome tilsit+A26

Queijos Descontinuados

In: Embrapa Gado de Leite

Apesar de o consumo de leite por habitante ano no Brasil ter crescido ao longo das últimas décadas, sua média em 2007 foi de 131 litros por habitante (incluindo os derivados), ainda muito abaixo do recomendado pela Organização Mundial da Saúde (OMS), 175 litros por habitante ano. Um dos desafios do setor é reduzir essa diferença nos próximos anos o mais rápido possível. Isto significa que até a extinção desta diferença deve-se crescer cerca de 35% em relação ao consumo atual.

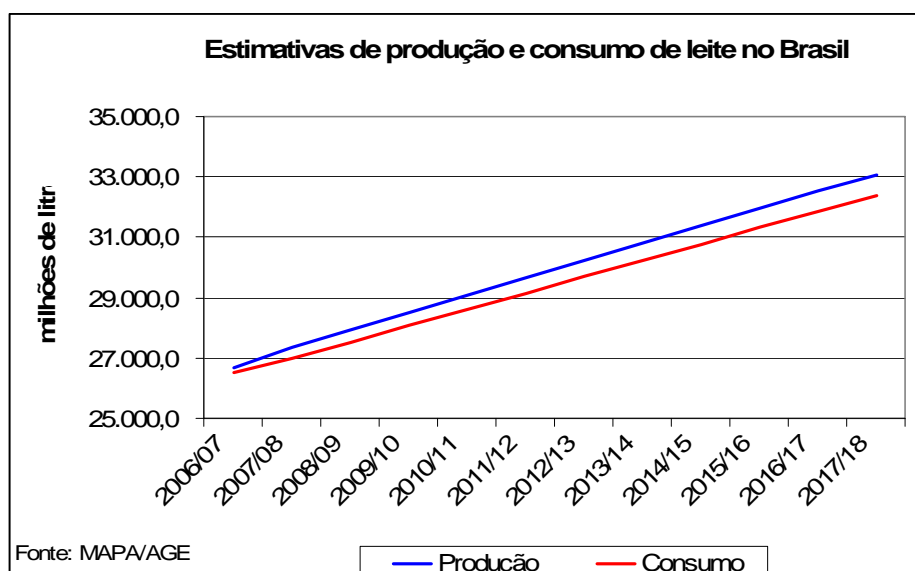
Entretanto muitos obstáculos encontram-se no caminho. O maior destes está relacionado em convencer a população que o leite é um produto essencial a saúde e deve ser mais consumido. Atualmente, de acordo com a Revista Exame (11-08-2008) “os brasileiros consomem, em média, 40 litros de leite líquido por ano -- comparados com 68 de cerveja e 55 de refrigerante”. Percebe-se que não é uma tarefa fácil a conquista de maior espaço no mercado de bebidas.

A expectativa é de ampliação da produção e consumo nos próximos anos. Segundo projeções da Assessoria de Gestão Estratégica do MAPA, a produção

de leite deverá crescer a uma taxa anual de 1,92% no período 2007/2008 a 2017/2018. A produção projetada para o final do período é de 33,1 bilhões de litros, isto representa um acréscimo de 6,41 bilhões de litros em relação ao período 2006/2007. Já o consumo crescerá a uma taxa anual de 1,84% no período projetado, atingindo 32,4 bilhões de litros em 2017/2018.

Dessa forma, como demonstra o gráfico abaixo, a projeção para o período é que a produção esteja num patamar superior ao da demanda, porém isto não significa que não haverá incrementos significativos nas importações de lácteos. O excesso de produção tenderá a ser exportado ou ampliará os estoques nacionais dos derivados lácteos.

Gráfico 2 – Estimativas de Produção e Consumo de leite no Brasil



Em termos de consumo de derivados lácteos, as estimativas da OCDE indicam que em 2017, o consumo de manteiga e de leite em pó integral serão maiores que as produções esperadas. Contudo, a diferença de crescimento esperado entre produção e consumo, em ambos os casos (para leite em pó é de 0,5% e no caso da manteiga de 11%), não é tão significativa, o que corrobora a

afirmação anterior de que um incremento significativo das importações não deverá ocorrer.

Tabela 30 - Brasil: consumo e produção de derivados lácteos

Produto	Variável	2008	2017	(mil toneladas)	
				var. % 2017/2008	
Manteiga	Produção	80,9	105,7	30,7	
	Consumo	79,2	112,2	41,7	
Queijos	Produção	513,6	615,8	19,9	
	Consumo	507,5	602,3	18,7	
Leite em pó desnatado	Produção	129	150,7	16,8	
	Consumo	129,1	145,7	12,9	
Leite em pó integral	Produção	495,8	565,4	14,0	
	Consumo	511,9	586,3	14,5	

Fonte: OCDE

Em relação ao consumo per capita de derivados lácteos, a tabela abaixo indica que o Brasil tem e continuará tendo até 2017 o consumo de manteiga bem abaixo da média mundial. No caso dos queijos, o consumo brasileiro per capita é menor que o mundial, contudo, a diferença é bem pequena. Para os leites em pó, no caso do desnatado o consumo brasileiro está acima da média mundial, enquanto, no caso do integral o consumo brasileiro é bem superior ao mundial.

Tabela 31- Consumo per capita de derivados lácteos - Mundo e Brasil

Derivados	Brasil		Mundo	
	2008	2017	2008	2017
Manteiga	0,4	0,5	1,4	1,5
Queijos	2,6	2,8	2,9	3
Leite em pó desnatado	0,67	0,68	0,49	0,51
Leite em pó integral	2,65	2,74	0,6	0,65

Fonte: OCDE

A mudança nos hábitos alimentares em nível mundial, como destacado anteriormente, tem elevado o consumo e a produção mundial de lácteos.

A mudança dos hábitos alimentares é resultado direto do aumento do poder aquisitivo das famílias. De acordo com a POF 2003 do IBGE, o brasileiro já gasta 26% de seu orçamento com alimentação fora do domicílio, um mercado de alimentos fora do lar representava 2,4% do PIB brasileiro. Tais resultados são

oriundos do aumento da participação da mulher no mercado de trabalho que fez crescer o setor de *food service*.

A POF 2003 mostrou que, em 30 anos, o brasileiro diversificou sua alimentação, reduzindo o consumo de gêneros tradicionais como arroz, feijão, batata, pão e açúcar e aumentando, por exemplo, o consumo per capita de iogurte, que passou de 0,4kg para 2,9kg, ou de refrigerante sabor guaraná, que saiu de 1,7kg por pessoa/ano para quase 8kg (7,7kg).

O maior poder aquisitivo, a extensão de programas sociais (como o Bolsa-Família) e a estabilização da economia, com aumentos de preços de gêneros de primeira necessidade abaixo da inflação em geral, mudaram alguns hábitos alimentares dos brasileiros e também a distribuição do investimento publicitário na categoria, que atingiu 332 milhões de reais no segundo trimestre de 2007 (cerca de 2,8% do investimento publicitário total no Brasil no mesmo período).

2.1 A inserção brasileira no comércio internacional de derivados lácteos

Ao analisar-se os dados de importação do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), constata-se que 3 produtos tiveram aumento no seu volume de importações entre 1999 e 2006. Foram eles, os produtos fermentados/iogurtes (aumento de 29,35%), leite em pó modificado/farinha láctea (aumento de 1.106,32%) e doce de leite (aumento de 5.493,42). A quantidade importada de soro de leite manteve-se praticamente igual no período.

Apesar de o Brasil ser um país eminentemente importador, ele vem experimentando nos últimos anos uma mudança neste quadro. Salvo os produtos citados no parágrafo anterior, todos os outros tiveram queda na sua quantidade importada no período entre 1999 a 2006.

Vale ressaltar que até 2003 a tendência geral, em relação às importações de lácteos, foi a redução. Porém, a partir de 2004, o incremento da renda per capita elevou o consumo de produtos lácteos no Brasil, se revertendo em ampliação das importações. Contudo, apesar do crescimento observado até

2006, a recuperação das importações não voltou a patamares do final dos anos 90, pelo contrário, em 2006 foi 46,5% menor que em 1999. Ressalte-se que a taxa de câmbio média do dólar em 1999 era maior que a mesma taxa em 2006.

Tabela 32 - Importação Brasileira de Lácteos – entre 1999 e 2006

Produto	(quantidade em toneladas)							
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Leite Longa Vida	122.644	94.494	38.488	27.359	1.805	564	2.040	15.322
Leite Fluido	2.659	592	76	200	126	108	274	203
Leite em Pó Integral	140.328	106.012	41.436	107.637	36.291	22.175	28.092	29.925
Leite em Pó Desnatado	51.655	32.761	12.034	12.759	3.060	2.984	6.056	8.394
Leite Condensado	1.240	246	88	35	0	11	4	110
Creme de Leite	337	850	565	50	0	0	0	0
Prods. Ferm./Iogurtes	486.155	416	350	8.628	6.788	833	678	629
Soro de Leite	30.470	43.129	37.447	36.631	25.987	24.022	31.774	30.547
Manteiga	11.405	10.297	1.886	7.659	3.192	648	203	778
Óleo de Manteiga	2.414	2.546	788	3.618	317	493	384	452
Queijos	20.036	15.745	8.030	10.754	5.990	4.045	3.313	6.163
TOTAL	383.673	307.089	141.189	215.331	83.557	55.884	72.820	92.521
Lactose, Xarope de								
Lactose	4.996	4.509	5.791	5.420	4.054	5.142	5.953	5.735
L. Pó Modificado,								
Farinha Láctea	13	180	75	51	22	0	65	162
Doce de Leite	1.941	4.443	656	306	19.765	78.789	111.917	108.578
Caseínas,								
Lactalbuminas	3.075	2.725	3.931	3.771	4.604	3.440	2.973	3.345
TOTAL	10.026	11.857	10.454	9.548	28.445	87.371	120.908	117.820
TOTAL GERAL	393.699	318.946	151.642	224.878	112.002	143.254	193.728	210.341

Fonte: MDIC

In: Terra Viva

Tabela elaborada pelos autores

A exportação brasileira apresentou no período entre 2002 e 2006 sinais de crescimento. Observe-se, entretanto, que os principais produtos da pauta de exportações brasileiras são de baixa agregação de valor. O destaque foi o leite em pó modificado/farinha láctea com crescimento de 1.849,81% no período e o leite em pó integral com crescimento de 640%. No mesmo período o leite longa vida apresentou uma queda na quantidade exportada de 35,88%.

Tabela 33 - Exportação Brasileira de Lácteos entre 2002 e 2006

Produto	(quantidade em toneladas)				
	2002	2003	2004	2005	2006
Leite Longa Vida	75	240	91	372	48
Leite Fluido	4.327	1.563	2.973	1.532	4.978
Leite em Pó Integral	1.886	2.696	20.547	21.800	13.953
Leite em Pó Desnatado	2.997	3.074	3.122	6.840	6.989
Leite Condensado	23.130	29.807	31.643	33.151	52.448

DOCUMENTO NÃO EDITORADO

Creme de Leite	0	0	0	0	0
Prods. Ferm./Iogurtes	5.991	2.199	2.378	1.844	1.492
Soro de Leite	25	30	12	23	21
Manteiga	370	79	98	1.616	1.251
Óleo de Manteiga	0	1.576	970	200	295
Queijos	2.122	3.180	6.406	10.987	7.576
SUBTOTAL	40.123	44.444	68.248	78.366	89.052
Lactose, Xarope de Lactose	5	3	10	2	1
L. Pó Modificado, Farinha Láctea	502	4.722	8.943	7.308	9.791
Doce de Leite	1.333	1.830	2.187	6.567	4.471
Caseínas, Lactalbuminas	108	105	67	65	18
SUBTOTAL	1.948	5.861	11.208	13.942	14.280
TOTAL GERAL	42.071	50.305	79.447	92.308	103.332

Fonte: MDIC

In: Terra Viva

Tabela elaborada pelos autores

As exportações de derivados lácteos do Brasil têm se destinado aos países da América Latina e Oriente Médio, como se observa na tabela abaixo, que são como já observados anteriormente, regiões onde a perspectiva é que o consumo continue crescendo, o que permitiria uma ampliação das exportações brasileiras. Vale ressaltar, que Venezuela e Cuba foram o destino de mais da metade (56,3%) das exportações de produtos lácteos

Tabela 34 - Exportações Brasileiras de Lácteos, por destino: jan-jul/2008
(US\$ milhões e porcentagem)

País	US\$ milhões	Participação (%)	Participação acumulada (%)
Venezuela	140,8	48,5	48,5
Cuba	22,7	7,8	56,3
Senegal	16,6	5,7	62
Sudão	14,2	4,9	66,9
Argélia	13,9	4,8	71,6
Angola	10	3,4	75,1
Argentina	8	2,8	77,8
Chile	4,4	1,5	79,4
Arábia Saudita	3,9	1,4	80,7
Colômbia	3,1	1,1	81,8
Outros	52,9	18,2	100
Total	290,6	100	

Fonte: MDIC/AliceWeb. Elaboração: Carvalho, Yamagushi, Carneiro (2008)

Vale ressaltar que o Mercosul é historicamente um importante parceiro comercial no setor de lácteos do Brasil. Apesar de nos anos 1990 o Brasil ter sido prejudicado com essa parceria, seja por causa da valorização cambial que

ocorreu naquele período, o que por sua vez, implicou em elevados níveis de importações, seja por causa da triangulação de produtos lácteos vindos da Europa que esses países faziam para o Brasil, se valendo da condição privilegiada gerada pelo Mercosul, atualmente essas relações comerciais se apresentam menos conturbadas. Tomando o conjunto das importações de produtos lácteos do Brasil (em valor), segundo dados do MDIC, de janeiro a outubro de 2008, cerca de 63,5% tiveram origem nos países do Mercosul, enquanto que se tomarmos as exportações de lácteos esse valor se reduz para 7,5%. Nesse sentido, a existência de tarifa zero ou reduzida internamente ao Mercosul, de fato, contribui para que este bloco se constitua o principal fornecedor de lácteos para o Brasil. Os demais países não pertencentes ao bloco pagam uma tarifa em média de 27% para colocar seus produtos no mercado brasileiro e nos demais países do Mercosul. Atualmente, a Argentina tem sido acusada de fazer triangulação de leite de origem européia para o Brasil, se privilegiando da posição de parceria comercial viabilizada pelo Mercosul (não há tarifas de importação entre os países pertencentes ao bloco).

2.2 Perspectivas para o setor lácteo

Atualmente, o setor de lácteos encontra-se em plena ebulição. Há uma gama enorme de negócios e novos investimentos no setor. De acordo com Marcos Elias (Exame, 01/05/2008) presidente da Laep, fundo de investimento que controla a Parmalat e marcas como Poços de Caldas e Glória, o setor de leite deve ser a próxima fronteira do agronegócio brasileiro a conquistar relevância global, tendo a possibilidade de se tornar o maior produtor e exportador de leite do mundo.

Tal euforia deve-se a alguns fatos: a entrada de novos investidores no mercado lácteo brasileiro, mudança nos hábitos alimentares e novo perfil da população urbana, e baixa produtividade e fronteira agrícola. Associado a isso tudo se encontra o crescimento econômico experimentado pelos países em desenvolvimento.

Para exemplificar esta euforia, observem-se os dados da tabela 31. O consumo de queijos segundo a OCDE passará no Brasil de 2,6kg para 2,8kg, entre 2008 e 2017. Isso equivale dizer que se tomarmos a população atual do país significa um aumento do consumo total em 36.000.000kg por ano. Para o mesmo produto, no mesmo período, o consumo mundial aumentaria em 600.000.000kg por ano, levando em consideração a população atual.

Novos investimentos no setor

A entrada de novos atores no mercado de lácteos está respaldada em dois pontos: a diversificação da produção, principalmente das empresas do setor de carnes, aproveitando as sinergias na distribuição por um lado, e o preço internacional e a mudança nos padrões de consumo dos países em desenvolvimento, principalmente os países da Ásia Oriental.

O Quadro 1 apresenta os processos de F&A que aconteceram no setor lácteo nacional de 2006 a 2008, demonstrando assim, o intenso processo de reorganização pelo qual vem passando o mesmo. O atual processo de reorganização apresenta algumas singularidades, quando comparado a períodos anteriores. Em primeiro lugar a realização de F&A entre empresas nacionais, e não somente entre empresas de capital estrangeiro e nacionais. São exemplos a aquisição da Só Nata e Saga Laticínios pela empresa Líder, ou a aquisição da Nutrilat ou DaMata pela empresa Bom Gosto.

Em segundo lugar, observa-se a entrada de dois novos grupos de atores no setor nacional. O primeiro deles são as empresas do segmento de carnes, como a Perdigão e o Grupo Bertin, que têm buscado a diversificação de suas atividades aproveitando as sinergias existentes entre os setores de carne e leite, bem como, de olho na ampliação do mercado mundial de lácteos, têm investido na aquisição de laticínios. Além disso, tais empresas já detêm expertise em vendas para o mercado externo, o que contribui para a inserção destas no mercado internacional. O segundo grupo são os fundos de investimento, tais como a Laep investimentos que comprou a Parmalat e a GP Investimentos que comprou a empresa Laticínios Morrinhos. A entrada desses atores no mercado

se justifica pelas expectativas positivas que o setor demonstra para os próximos anos.

QUADRO 1 - NOVAS F&A E PARCERIAS NO SETOR LÁCTEO

EMPRESA NEGOCIADA	EMPRESA COMPRADORA	MÊS/ANO DO NEGÓCIO	TIPO DE NEGÓCIO
Parmalat Brasil	LAEP ¹	2006	Aquisição
CCL	Perdigão	2007	Aliança estratégica ²
Laticínios Sarandi (RS)	Italac	2007	Aquisição
Laticínio Só Nata (SP)	LAEP	2007	Aquisição
Vigor (SP)	Grupo Bertin	2007	Aquisição parcial da controladora da marca
Eleva ³	Perdigão	2007	Aquisição
Batávia (PR)	Perdigão	2007	Aquisição parcial
Nutrilat (RS)	Bom Gôsto	2007	Aquisição
DaMatta (MG)	Bom Gôsto	2007	Aquisição
Laticínios Morrinhos (GO)	GP Investimentos ⁴	2008	Aquisição
Laticínios Cotochés (MG)	Perdigão	2008	Aquisição
Coorlac (RS)	Bom Gôsto	2008	Controle da marca e da indústria ⁵
Laticínios Santa Rita (MG)	Bom Gôsto	2008	Aquisição
CCPL (RJ)	Perdigão	2008	Aliança estratégica ⁶
Poços de Caldas (MG)	LAEP	2008	Aquisição
Paulista (SP)	LAEP	2008	Licenciamento da marca
Cooperativa Vale do Rio Doce (MG)	LAEP	2008	Aquisição
Saga laticínios (MT)	Líder	2008	Aquisição
Só Nata (MG)	Líder	2008	Aquisição
Kraft	Sadia	2008	Aliança estratégica para produzir queijos

1- Latin American Equity Partners (fundo de investimentos)

2- O acordo prevê que a CCL produzirá leite para a Perdigão em São Paulo. Além disso, adquiriu uma das indústrias da CCL em Goiás.

3- Proprietária da marca Elegê

4- Fundo de investimento

5- Controle da marca e da indústria por um período de 3 anos renováveis.

3- O acordo prevê que a CCPL produzirá leite com a marca Elegê no Rio de Janeiro. Pode vir a ser adquirida pela Perdigão.

Fonte: Consultas a diversos sites e jornais

Elaboração: dos autores

A seguir são apresentadas, segundo a Revista Exame, as maiores empresas do segmento de leite e derivados. Como pode ser observado, dentre as grandes empresas consideradas como sendo do segmento, há empresas que

não são produtoras de lácteos, mas possuem o leite como importante ingrediente de seus produtos finais, como é o caso da Garoto, cujos principais produtos são chocolates e a Kibon cujo principal produto é sorvete. Nesse sentido, a importância do setor não diz respeito somente a produção de lácteos *stricto sensu*, mas também como ingrediente importante na formulação de outros preparados alimentares.

Tabela 36 – Ranking das 500 maiores empresas em 2007

Ranking	Empresa/Sede	Segmento	Vendas Valor (em R\$ milhões)	Vendas Crescimento (%)
7	Nestlé (1) São Paulo, SP	Leite e Derivados	6.612,90	0,00
39	Itambé (2)(6) Belo Horizonte, MG	Leite e Derivados	1.835,00	21,90
48	Garoto (3)(6) Vila Velha, ES	Leite e Derivados	1.551,30	10,60
61	Parmalat (3)(6) São Paulo, SP	Leite e Derivados	1.295,70	21,10
73	Danone (10) São Paulo, SP	Leite e Derivados	1.070,10	0,00
74	DPA (1) São Paulo, SP	Leite e Derivados	1.036,40	0,00
83	Batávia (2)(6) Carambaí, PR	Leite e Derivados	889,90	8,50
100	Vigor (3)(6) São Paulo, SP	Leite e Derivados	771,00	9,20
118	Cooperativa Batavo (2)(6) Carambeí, PR	Leite e Derivados	620,80	32,10
140	Embaré (2)(6) Lagoa da Prata, MG	Leite e Derivados	481,20	25,90
145	Leitbom (1) Goiânia, GO	Leite e Derivados	469,20	0,00
174	Tangará (2)(6) Vila Velha, ES	Leite e Derivados	380,30	72,40
178	Leco (3)(6) São Paulo, SP	Leite e Derivados	366,20	7,00
185	Kibon Sorvete (1) Jaboatão dos Guararapes, PE	Leite e Derivados	356,70	0,00
186	Confepar (2)(6) Londrina, PR	Leite e Derivados	353,80	43,20
199	Bom Gosto (2)(6) Tapejara, RS	Leite e Derivados	327,50	39,10
208	Yakult (3)(6) São Bernardo do Campo, SP	Leite e Derivados	313,10	3,10
254	Barry Callebaut (3)(6)(7) Salvador, BA	Leite e Derivados	234,20	-4,20
263	Laticínios Jussara (2)(6) Patrocínio Paulista, SP	Leite e Derivados	223,20	32,30
279	Ibitiruna (2)(6) Governador Valadares, MG	Leite e Derivados	196,30	-4,90
321	Leitesol (2) Bragança Paulista, SP	Leite e Derivados	157,60	15,90
337	Leite Betânia (3)(6) Fortaleza, CE	Leite e Derivados	146,70	49,50
387	Cooprata (2)(6) Prata, MG	Leite e Derivados	99,80	43,10
395	Calu (3)(6) Uberlândia, MG	Leite e Derivados	93,90	36,50

1. Vendas estimadas pela revista.
2. Vendas informadas por meio de questionário.
3. Vendas extraídas da demonstração contábil.
4. Vendas em moeda constante.
5. Controle acionário em maio/2008.
6. Informações ajustadas calculadas pela revista.

7. Data do balanço diferente de 31/12/2007.

NI – Não Informado

NA – Não aplicável.

OBS.: *as empresas cujas demonstrações não foram encerradas em dezembro tiveram o valor de suas vendas, o patrimônio e outros indicadores ajustados para o nível de preços de dezembro de 2007.*

Fonte: Revista Exame.

O aumento dos preços internacionais dos derivados lácteos associados às expectativas de crescimento da demanda nacional e internacional, bem como, a possibilidade de expansão competitiva da produção nacional fez com que fosse projetada uma série de investimentos em aumento de capacidade produtiva, seja ampliando plantas industriais existentes, seja construindo novas plantas.

A tabela 37 apresenta os investimentos previstos (parte já realizados) entre 2007 e 2010. As estimativas apontam investimentos acima de R\$ 2,2 bilhões nesse período que permitirão uma ampliação do processamento de leite da ordem de 20,4 milhões de litros/dia.

Além disso, a tabela também aponta que os investimentos estão concentrados nos três estados da região Sul e em Minas Gerais. Estes estados estão entre os de maior participação da produção nacional de leite. Nesse sentido, reforça-se a tese de que, apesar dos avanços tecnológicos relativos ao processamento de leite, continua forte o vínculo entre produção e processamento, ou seja, o fato de o leite ser um produto altamente perecível e com alto teor de água, torna menos custoso o processamento do mesmo próximo de onde se dá a coleta.

Ademais, a partir da tabela 37, confirma-se a posição secundária que o Norte e Nordeste possuem na produção e industrialização de leite, à medida que dos 27 novos investimentos, somente 4 destes estão sendo (ou já foram) realizados naquelas regiões, sendo 2 deles em Pernambuco e 2 no Amazonas.

Tendo em vista os investimentos industriais que estão programados para acontecer (e aqueles que já foram efetivados), observa-se a existência de uma forte concentração regional no Sul do país, onde a produção de leite possui duas particularidades que são: a produção de leite predominantemente realizada por agricultores familiares e fortemente centrada na produção à pasto. A junção

desses dois fatores torna o custo de produção nessa região menor do que naquelas regiões onde a produção é especializada e realizada de forma intensiva, como por exemplo, na região Sudeste. A literatura (Souza 2007; Ferrari et al, 2005, Wilkinson, 1997) aponta que a produção de leite nas propriedades tidas como da agricultura familiar alcança um baixo custo, em virtude de uma série de características inerentes ao sistema de produção destas. Nesse sentido, haveria uma sinergia entre as atividades produtivas realizadas dentro da propriedade, que associada à baixa tecnificação das mesmas permitiria um baixo custo de produção. A produção à pasto, ou seja, centrada no pastejo como forma principal de alimentação do gado vem a reforçar o baixo custo, à medida que reduz sensivelmente a utilização de insumos externos à propriedade voltados a alimentação do gado.

Porém, do ponto de vista das empresas, a produção de leite nas propriedades da agricultura familiar possui três tipos de “problemas”, que acabam elevando os custos. Estes se referem à captação da produção, a qualidade do leite produzido e a questão da regularidade da produção. Sob o primeiro aspecto, o fato de as propriedades familiares terem uma baixa escala de produção eleva os custos de captação, à medida que torna-se necessário buscar a produção num elevado número de propriedades, quando comparado, ao número de propriedades que seria necessário para obter o mesmo volume de leite se os produtores tivessem uma maior escala de produção. Além disso, as indústrias colocam que, em geral, o fato de os agricultores familiares não terem o leite como atividade principal da propriedade, torna-os mais relapsos em relação à qualidade do produto, o que traria um alto grau de perdas do mesmo ao longo do processo de industrialização ou mesmo produtos de menor qualidade, onerando os custos da empresa. Vale ressaltar que, a organização dos produtores na forma de associações e cooperativas, bem como, a disseminação da utilização de resfriadores de leite a granel tem contribuído para a superação destas questões. Em relação à questão da regularidade da produção, o fato é que os agricultores familiares por considerarem o leite uma atividade complementar na renda da propriedade não teriam interesse em

manter uma regularidade da produção, ou seja, em certas épocas do ano os mesmos ofertariam uma elevada produção (período de safra), sendo muitas vezes superior à necessidade da empresa, enquanto em outros períodos do ano (na entressafra), os mesmos reduziriam sensivelmente sua produção, o que torna-se um problema para as empresas, já que estas necessitam de uma quantidade regular de leite para manter a produção nas fábricas. Nesse sentido, os produtores especializados se destacariam, à medida que realizariam maiores investimentos para manter a produção de leite de forma regular ao longo do ano.

Portanto, a produção de leite centrada em propriedades de agricultores familiares, torna-se, por um lado, competitiva, dado seu baixo custo de produção, mas por outro lado, onera os custos de industrialização das empresas, dada a menor qualidade em relação aos produtores mais especializados e a baixa escala de produção. Além disso, a irregularidade no fornecimento do leite ao longo do ano, por parte dos agricultores familiares, também comprometeria a manutenção das atividades nas indústrias. Nesse sentido, as empresas optam por compor seu quadro de fornecedores de matéria-prima, tendo em vista essas vantagens e desvantagens dos agricultores familiares em relação aos mais especializados.

Em detrimento desses “problemas” encontrados na produção de leite originada nas propriedades de agricultores familiares, as empresas têm tendido a incorporar ao seu quadro de fornecedores um número maior de produtores especializados em detrimento dos agricultores familiares, como já demonstrado anteriormente na Tabela 2.

Porém, como explicar a ida para a região Sul, principalmente o Rio Grande do Sul, da maior parte dos investimentos em capacidade produtiva que aconteceram nos últimos anos, à medida que nessa região é onde se encontram as bacias leiteiras formadas, preponderantemente, por agricultores familiares?

Uma justificativa disso poderia estar no fato de que os agricultores familiares teriam maiores condições de responder a incentivos para elevação da oferta de leite. Os novos investimentos em capacidade produtiva foram realizados com a expectativa de que houvesse uma explosão da demanda nos

próximos anos, nesse sentido, a oferta de produção de leite teria que ser elevada ao mesmo tempo e na mesma magnitude que o aumento da demanda. Pelo fato de os produtores de leite da agricultura familiar não necessitarem de grandes investimentos para elevação da produção, à medida que não utilizam tecnologias modernas de forma intensiva, teriam a capacidade de aumentar a produção com baixos investimentos (por exemplo, com a compra de um ou dois animais a mais), quando comparados aos produtores de leite mais especializados que responderiam a esse incentivo a longo prazo, já que utilizam tecnologia mais moderna, o que necessitaria de maiores fundos para investir. Nesse sentido, as virtudes da produção de leite da agricultura familiar se sobreporiam aos “problemas” que a mesma tem, quando se considera o ponto de vista das indústrias.

Essa constatação sugere uma reflexão: a tendência de especialização na produção de leite estaria chegando a um limite, não sendo, portanto, a exclusão dos produtores de leite da agricultura familiar um processo inexorável, dado que estes possuem vantagens a serem exploradas pelas indústrias e os seus “problemas” passíveis de serem amenizados, como colocado anteriormente? Infelizmente no momento atual não há elementos suficientes para responder a esse questionamento, contudo, o fortalecimento das principais empresas de processamento de leite na região Sul é mais um elemento que sugere que o processo de exclusão estaria chegando próximo do fim.

Além do que, o aumento dos custos de produção na região Sudeste, principalmente em São Paulo e Minas Gerais, estados que são grandes produtores de leite, estaria desincentivando as empresas a se estabelecerem nessas regiões. O aumento do preço da terra e mesmo o elevado nível de especialização nessas regiões estaria contribuindo para a elevação dos custos de produção, tornando a produção, em termos de custo, cada vez menos competitiva em relação ao sistema de produção praticado nos estados da região Sul.

Tabela 37 - Estimativa de investimentos realizados e previstos de ampliação da capacidade instalada de processamento de leite no Brasil de 2007 a 2010

Empresa	Valor do investimento (R\$)	Aumento da capacidade instalada (litros/dia)	Local
Aurora	68.100.000	600.000	SC
Aurora	160.000.000	2.000.000	SC
Bom Gosto	35.000.000	600.000	RS
Canaã Laticínios	28.000.000	Não divulgado	AM
CCGL	120.000.000	2.250.000	RS
Cedrense	120.000.000	3.000.000	SC
Cemil	45.000.000	400.000	MG
Cemil	40.000.000	200.000	PE
Confepar	71.000.000	600.000	PR
Cooperativa Castrolanda	52.000.000	Não divulgado	PR
Cosulati	20.000.000	420.000	RS
Cotochés (Perdigão)	30.000.000	200.000	MG
Embaré	237.000.000	2.000.000	RS
Embaré	32.000.000	600.000	MG
Italac	70.000.000	1.000.000	RS
Itambé	120.000.000	1.300.000	MG
Itambé	120.000.000	Não divulgado	MG
LAEP	350.000.000	700.000	MG
Latco	20.000.000	600.000	PR
Latco	20.000.000	400.000	PR
Laticínio Jussara	50.000.000	500.000	MG
Leite Nilza	25.000.000	500.000	MG
Marajoara do Norte	12.000.000	150.000	AM
Nestlé	70.000.000	1.000.000	RS
Perdigão	130.000.000	300.000	PE
Perdigão	80.000.000	500.000	MG
Perdigão	65.000.000	600.000	RS
TOTAL	2.190.100.000	20.420.000	

Fonte: diversos sites e jornais

Elaboração: dos autores

Como pode se observar a partir da tabela acima, as novas empresas possuem localização regional semelhante, cobrindo regiões onde estão localizados os principais mercados e onde está a produção de leite. Segundo Carvalho (2008), esta estratégia tem vários motivos. Dentre estes se destacam:

maior capacidade de lidar com diferenças regionais de oferta em função de ocorrências climáticas e diferenças de safra, fazendo com que a empresa possa otimizar o processo de suprimento de leite;

maior agilidade no abastecimento dos diversos mercados;

exploração de marcas regionais fortes, no caso de aquisições de outras empresas/cooperativas, bem como marcas posicionadas em diferentes faixas de preço; maior flexibilidade em função de alterações na legislação fiscal e tributária, o que pode prejudicar empresas totalmente concentradas em determinada região; e eventualmente, busca por locais com menor concorrência na compra de matéria-prima e/ou potencial de aquisição de matéria-prima a custo mais competitivo.

O gráfico abaixo apresenta os preços pagos aos produtores por litro de leite. É visível a escalada dos preços do leite entre 2007 e 2008 e a partir de julho de 2008, os preços passam a apresentar queda. Os analistas do setor (Gazeta Mercantil, 2008; O Estado de Minas, 2008) argumentam que os aumentos dos preços do ano passado e início desse ano foram somente mais uma oscilação de preços que é freqüente no mercado, a diferença teria sido somente a maior intensidade do aumento (como pode ser observado no gráfico entre os meses de julho e outubro de 2007).

A redução dos preços está vinculada à retração da demanda causada tanto pela crise internacional, mas também pelos altos preços que os derivados lácteos atingiram no varejo. Por outro lado, o aumento dos preços, consequência da expansão da demanda em maior magnitude que a oferta, e a expectativa de ampliação ainda maior dessa demanda fez com que houvesse uma significativa ampliação da oferta. A ampliação da oferta e a não consolidação das expectativas de ampliação da demanda, fez com que a produção se tornasse maior que a demanda, este fator tem puxando os preços para baixo e ampliando os estoques brasileiros de derivados lácteos. (Gazeta Mercantil, 2008). Contudo, esse problema não é somente nacional, mas também internacional, o que reduz as possibilidades de exportação desse excedente produzido internamente.

Gráfico 3 – Preços Deflacionados do Leite C pago ao Produtor



Nesse sentido, os últimos movimentos, em termos de preços do leite, estariam de acordo com os movimentos cíclicos que caracterizam a produção de leite, principalmente no Brasil, não sendo, portanto, nenhum movimento persistente que poderia ter maiores implicações para além daquelas que já ocorreram. Vale ressaltar que há de fato uma ampliação do consumo mundial de lácteos e que esse movimento certamente influenciará os preços dos mesmos. Porém, não a níveis tão altos, como foram observados em fins de 2007.

Contudo, essa mudança de conjuntura do setor pode colocar em difícil situação aquelas empresas que vem empreendendo investimentos no sentido de ampliação de capacidade produtiva, já que as expectativas em relação à demanda foram superestimadas.

2.3 Produtividade e fronteira agrícola

De acordo com Roberto Jank (Exame, 01-05-2008) "O país está entre as pouquíssimas opções do mundo para atender ao crescimento da demanda". Para ele, "os maiores exportadores -- Nova Zelândia, União Européia, Austrália e Estados Unidos -- não terão como dar conta do aumento do consumo devido a limitações de espaço físico e de custos de produção, além de estarem próximos do limite da produtividade". No Brasil há ainda muito espaço sobrando e também

custos baixos de produção, além da produtividade ser muito baixa, assim qualquer ganho causa um impacto imenso. Prova disso foi o que aconteceu nos últimos dez anos, quando a produção nacional aumentou em 10 bilhões de litros -- volume superior à produção da Argentina -- quase com o mesmo rebanho.

O Brasil está entre os países com mais baixa produtividade no leite. A produção brasileira diária de leite por vaca em litros é de 3,3, muito inferior a dos Estados Unidos, 24 litros/vaca/dia, e do Canadá, 21 litros/vaca/dia. A nova Zelândia, maior exportador de leite do mundo, tem uma produtividade de 10 litros/vacas/dia. Sob esse aspecto é importante ter presente que esses países possuem sistemas de produção bastante diferentes, o que por sua vez, tem impacto sobre os custos de produção e sobre a produtividade. Enquanto os EUA e Canadá possuem um sistema de produção intensivo, que implica no confinamento ou semi-confinamento do gado, sendo a alimentação basicamente proveniente de silagem e ração, o que acaba tornando o custo de produção desse sistema mais elevado, no caso da Nova Zelândia a produção é a pasto, ou seja, a alimentação animal é altamente concentrada no uso de pastagens e o regime de produção organizado de forma a superar ou controlar a sazonalidade na produção, dessa forma, a baixa utilização de insumos neste sistema torna-o de baixo custo quando comparado ao sistema intensivo.

No caso brasileiro, a produção de leite se aproxima mais do sistema neozelandês (cerca de 80% das propriedades adotam o sistema de pastagem), o que justifica o baixo custo de produção de leite no país..

A baixa produtividade brasileira, associada às expectativas de ampliação de lácteos e os limites de produção por parte dos históricos exportadores mundiais de lácteos (Europa, EUA e Oceania) abre a possibilidade para a inserção de novos países exportadores, como seria o caso do Brasil. De acordo com a Revista Exame (29-05-2008), o Brasil tem a maior fronteira agrícola do mundo — isso sem avançar na floresta Amazônica. São 133 milhões de hectares⁶, dos quais 30% ainda não explorados e 70% que estão sendo usados

6

pela pecuária. Somadas, essas áreas equivalem a quatro vezes o território da Alemanha ou 12% das terras que ainda podem ser ocupadas com a agricultura em todo o mundo.

Observando-se os custos de produção, verifica-se que os custos brasileiros encontram-se entre os menores do mundo. Sendo menor que os custos de outros países com maior produção mundial, caso dos Estados Unidos.

Quadro 2 - Custos de produção de leite no mundo

	(US\$/ litro)
< 0,18 US\$	Polônia, Argentina, Paquistão, Vietnã, Oeste Australiano, Centro-Oeste Brasileiro, Chile, Grandes Fazendas da Índia, Norte da China
0,18 / 0,23 US\$	Ucrânia, Bangladesh, Fazenda moderna da República Tcheca, Fazenda de custo elevado no Brasil, Fazenda de custo elevado no Chile, Fazenda de custo elevado na Índia, Fazenda de custo elevado na Nova Zelândia
0,23 – 0,30 US\$	Fazenda antiga da República Tcheca, grandes fazendas dos Estados Unidos, Peru, Sul da China, Tailândia, Austrália
0,30 – 0,37 US\$	Reino Unido, Irlanda, Hungria, Israel, Fazendas pequenas dos Estados Unidos, Grandes fazendas da Alemanha, Espanha, Dinamarca
> 0,37 US\$	Suíça, Áustria, Luxemburgo, França, Itália, Dinamarca, Suécia, Finlândia, Noruega, Canadá, Fazendas pequenas da Alemanha

Fonte: International Farm Comparison Network, 2005
In: Cot51

Todos estes fatores contribuem para o Brasil ganhar maior participação nas exportações mundiais de lácteos

3 CAPÍTULO - PERSPECTIVAS DE MÉDIO E LONGO PRAZOS PARA OS INVESTIMENTOS NOS SISTEMAS PRODUTIVOS.

3.1 CENÁRIO POSSÍVEL

A partir das informações apresentadas pelo cenário denominado “Noviça Rebelde” formulado pelo BNDES, bem como, das características que vem apresentando o setor, torna-se possível tecer, em linhas gerais, o que se espera para o setor lácteo nos próximos anos.

□ Estes dados foram extraídos do Mapa da Expansão da Agricultura , elaborado pelo professor Navin Ramankutty , da Universidade de McGill (Canadá).

3.1.1 Determinantes das Dinâmicas dos Investimentos Esperados

É possível identificar uma série de determinantes que influenciarão a dinâmica dos investimentos do setor lácteo nos próximos anos. O primeiro deles seria a renda per capita mundial. Do ponto de vista da ampliação da renda, a expectativa de que haja um aumento da renda per capita mundial em torno de 2% ao ano para os próximos anos, não implicará num elevado crescimento do consumo per capita mundial, tanto de produtos lácteos considerados como commodities, quanto de produtos lácteos de maior valor agregado.

Porém, há outros fatores que podem vir a influenciar positivamente o consumo de lácteos, dentre estes destacam-se a perspectiva de manutenção e ampliação de programas sociais no Brasil, bem como, a mudança no padrão de consumo que vem ocorrendo nos países em desenvolvimento. A tendência de um aumento rápido da urbanização nesses países acompanhada da ocidentalização da dieta alimentar na Ásia, bem como a maior preocupação com a saúde influenciarão positivamente a demanda de produtos lácteos, tanto dos produtos considerados commodities como dos produtos diferenciados de maior valor agregado e maior conteúdo tecnológico. Contudo, como se espera que as exportações de lácteos de origem brasileira não se elevem, dado o ambiente hostil à ampliação do comércio exterior, a produção brasileira será beneficiada, principalmente, por essas alterações no padrão de consumo que ocorrem e continuarão ocorrendo em nível nacional.

Outra mudança esperada é em relação à localização geográfica da produção de leite no mundo. A existência de possibilidades de ampliação do rebanho de vacas leiteiras e as possibilidades de aumento da produtividade serão fundamentais para determinar a localização geográfica das bacias leiteiras no futuro. Dentre os países capazes de ampliar futuramente a produção estão o Brasil, China e Argentina. Europa, América do Norte e Oceania tenderão a ter suas participações na produção mundial reduzidas, à medida que não dispõem de áreas para ampliação do rebanho, bem como, já possuem elevada produtividade, o que dificulta ganhos advindos desta.

Por outro lado, a expectativa é que a oferta mundial de leite tenda a se tornar cada vez mais oscilante, principalmente em decorrência de fenômenos climáticos (secas e inundações, principalmente), que tende a se tornar mais recorrentes em virtude das mudanças climáticas. Essas oscilações inevitavelmente afetarão os preços dos derivados lácteos, fortalecendo sua característica sazonal.

Ainda do ponto de vista da oferta. A tendência será a de manutenção dos subsídios às exportações já existentes, bem como, a recomposição dos estoques de derivados lácteos, o que por sua vez, implicará em distorção dos preços internacionais, permitindo a continuidade de uma “competitividade construída” tanto por parte dos países europeus como norte-americano o que por sua vez garante a permanência dessas regiões com uma elevada participação nas exportações mundiais.

O enfraquecimento do multilateralismo nas negociações comerciais contribuirá para a permanência dos picos tarifários, barreiras sanitárias e a não harmonização das normas de produção e industrialização internacionais, que dificultarão ainda mais as exportações dos derivados lácteos brasileiros. Além disso, a tendência de ampliação do protecionismo em nível internacional e o não aprofundamento das negociações comerciais bilaterais e multilaterais contribuirão para a manutenção das medidas anti-dumping praticadas pelo Brasil que incidem sobre alguns produtos lácteos, principalmente leite em pó, de origem européia e neo zelandesa.

Os mercados nacionais de derivados lácteos são, na maioria das vezes, abastecidos pela produção interna. Dado o acirramento dos conflitos comerciais entre países e o aprofundamento do protecionismo, a tendência será a ampliação da presença das empresas transnacionais nos países subdesenvolvidos, que serão as regiões onde haverá maior ampliação do consumo, bem como, as regiões capazes de aumentar a produção de leite.

O aumento da capacidade industrial de processamento de leite ocorrida no Brasil nos últimos anos, demonstrado no capítulo anterior, associada à expectativa de que não haja um crescimento tão significativo da demanda por

derivados lácteos, tornam pouco provável novos investimentos no setor para os próximos anos, à medida que o mesmo tornou-se pouco atrativo, encontrando-se atualmente com capacidade ociosa.

3.1.2 Transformações Engendradas pelos Investimentos

A partir dos determinantes anteriormente abordados é possível sugerir diversos impactos sobre o setor de leite e derivados lácteos.

Em primeiro lugar, a expectativa é de que os novos investimentos inclusive externos que venham a ocorrer no setor serão realizados, principalmente, através de Fusões e Aquisições no Brasil havendo, assim, a continuidade e possível fortalecimento desse processo já em andamento no país, com o objetivo de se fortalecerem no mercado brasileiro e terem acesso às bacias leiteiras. Como o ainda detém espaço para o crescimento da produção, este se torna um alvo para o investimento das grandes empresas.

Os principais atores nessa nova etapa do processo de F&A serão não somente as empresas estrangeiras do setor, mas também fundos de investimento, bem como, empresas de outros setores alimentares que vem buscando diversificação de suas atividades (como por exemplo, a Perdigão).

Assim, a tendência é de que não haja alterações significativas na localização regional da produção de leite no Brasil, permanecendo a centralização da produção nos três estados da região Sul, Minas Gerais e Goiás. Quanto as regiões Norte e Nordeste permanecerão tendo uma posição secundária na produção de leite no país.

A ampliação da demanda por produtos de maior valor agregado (relacionados à nutrição, dietéticos, baixo valor calórico, funcionais, a partir de subprodutos do leite, de conveniência, orgânicos, livres de hormônios etc) ocasionarão ampliação do esforço tecnológico para o desenvolvimento de novos produtos. Contudo, o aumento com gastos em pesquisa e desenvolvimento (P&D) por parte das empresas estará centralizado nos países de origem destas, à medida que são as grandes empresas desse setor que possuem condições financeiras de investir no desenvolvimento de tecnologias. Nesse sentido, as

empresas nacionais tenderão a se tornarem defasadas tecnologicamente caso não invistam na geração de tecnologia, o que poderá, no longo prazo, comprometer a sua manutenção no mercado.

3.1.3 Efeitos dos Investimentos sobre a Economia

Os efeitos dessas mudanças sobre a economia brasileira são vários. Espera-se que não haja importantes desenvolvimentos tecnológicos do setor, dado que os investimentos realizados no Brasil serão, preponderantemente, em ampliação da capacidade produtiva, enquanto, os referentes ao desenvolvimento tecnológico serão realizados nos países de base da empresa.

Prevê-se ainda, a ampliação da produtividade do rebanho brasileiro, sem, contudo, atingir padrões internacionais. Isso, por sua vez, não implicará em acelerada exclusão dos produtores com baixa escala de produção, à medida que esse processo não acontecerá de forma acelerada.

A tendência será de concentração no mercado de derivados lácteos. A continuidade do processo de fusões e aquisições (F&A) terá como agente principal as empresas transnacionais, mas também, as empresas brasileiras, que terão suas participações aumentadas no mercado de derivados lácteos.

Haverá ampliação, no curto prazo, do número de empregos e do PIB do setor, à medida que uma série de investimentos em ampliação da capacidade produtiva está em andamento ou previstos. Porém, no longo prazo o crescimento de ambos não será tão significativo, à medida que se espera que a demanda não cresça acentuadamente, portanto, os atuais investimentos realizados no setor dariam conta do aumento da demanda.

As exportações também não serão ampliadas de forma significativa, à medida que o crescimento econômico mundial não será elevado, bem como, o ambiente comercial conflituoso não contribuirá para ampliação dos compradores de produtos lácteos.

A ampliação do consumo interno de lácteos deverá ser atendida, principalmente, pela produção nacional, não sendo, portanto, esperado aumentos significativos nos volumes de importação. A esperada valorização do

Real contribuirá para que os níveis de importação não cresçam de forma significativa.

3.2 CENÁRIO DESEJÁVEL

De forma mais ousada pode-se pensar o cenário ideal para o setor lácteo brasileiro a partir de modificações desejáveis no ambiente econômico, regulatório e institucional. Para tanto, este cenário tem um visão, e assim uma análise, de longo prazo, observando a evolução dos investimentos nos próximos 14 anos e partindo do pressuposto de situação ótima em termos de políticas setoriais.

3.2.1 Efeitos dos Investimentos sobre a Economia

Com o aumento da população mundial, principalmente nos países em desenvolvimento, bem como, a ampliação da urbanização nesses países, o consumo de alimentos crescerá a taxas elevadas. O setor de lácteos se beneficiará muito deste crescimento. A população mundial através de campanhas institucionais se conscientizará da necessidade da ingestão destes produtos.

O Brasil como um grande produtor mundial de leite, posição conquistada após a modernização e expansão do seu parque produtivo, se beneficiará muito deste novo cenário. O comércio internacional de lácteos gira em torno de 7% da produção mundial de lácteos, diante do novo ambiente econômico no Brasil, a partir dos investimentos realizados pelos setores públicos e privados, o país será responsável por cerca de 5% deste comércio. A inserção do Brasil no mercado internacional se dará através dos produtos de maior valor agregado. Seus produtos terão maior aceitação, pois preencherão todos os pré-requisitos impostos pelos importadores, seja no âmbito da qualidade da matéria – prima, sanidade do rebanho, responsabilidade social e no tocante as questões de respeito ao meio ambiente. A inserção destes novos produtos deve-se a investimentos específicos que aumentaram a produtividade tanto na produção de leite quanto nas indústrias de derivados lácteos.

Além deste cenário internacional favorável, a produção brasileira também encontrará uma alta demanda no mercado interno. Tal situação é fruto, além das campanhas institucionais massivas dos benefícios de consumo de leite, da melhora na distribuição de renda no país e do elevado crescimento econômico esperado. Na segunda década deste século a população com mais acesso a cursos técnicos e com a maior especialização do trabalho conquistou melhores salários médios, diminuindo sobremaneira a diferença de distribuição de renda, porém não sendo ainda ideal.

Diante deste quadro, a balança comercial do setor lácteo apresenta superávits ano após ano. Tal situação é oriunda das exportações. Mais que isso o PIB do setor lácteo aumenta a cada ano fruto das exportações e do aumento do consumo interno.

Altos investimentos em pesquisa e desenvolvimento serão realizados no setor lácteo brasileiro, promovendo um desenvolvimento tecnológico no setor nacionalmente. Para isso a participação do setor público em parceria com os grupos nacionais serão de fundamental importância. As agências de pesquisa terão papel preponderante na criação de novos produtos e processos. Ademais, a criação de parcerias entre os grupos nacionais e o setor público servirá para alavancar o setor no país. Some-se a isso a desoneração fiscal promovida pelo governo para as empresas empenhadas na modernização do seu parque produtivo, incluindo grandes, médias e pequenas empresas.

Como um efeito encadeado os investimentos realizados no setor lácteo e nas empresas que dão suporte a este setor permitirão que novos postos de empregos sejam criados direta ou indiretamente. Deve-se ressaltar que os empregos no campo serão mantidos graças a políticas específicas para estes trabalhadores.

3.2.2 Transformação Engendradas pelos Investimentos

Na busca pela melhoria do seu parque produtivo, fomentar-se-á no Brasil uma política de médio/longo prazo visando o aumento da especialização dos produtores de leite, sem, contudo, excluir os não especializados da atividade.

Para que este objetivo seja alcançado alguns pré-requisitos devem ser atendidos: a modernização do parque nacional deveria ser um esforço dos setores privado e público; a entrada de investimentos internacionais deveria ser direcionada para a construção de novas plantas industriais; os investimentos nas regiões Centro-Oeste e Norte teriam maior apoio do setor público; e as instituições de pesquisa se concentrariam na busca por novas tecnologias de processos e produtos no setor.

A modernização do setor produtivo é a base para o salto na indústria de lácteos. Porém para se atingir aquela se faz necessário um alto grau de investimento de todos os atores envolvidos. Como dito anteriormente o setor público, principalmente as agências de pesquisa, serão o apoio para a modernização do setor. Neste caso, os setores privado e público deverão trabalhar de forma conjunta para viabilizar esta modernização. De um lado, o setor privado entraria com o aporte financeiro junto a instituições de pesquisa e por outro, o setor público daria incentivos para estes aportes.

A modernização deve passar tanto pelos produtores especializados como pelos produtores menos especializados. Os produtores menos especializados, muitas vezes são marginalizados pelas indústrias de leite. Nesse sentido, políticas que busquem agregar valor à produção, cuja matéria-prima seja de origem desses produtores menos especializados, torna-se importante para gerar renda para esses produtores.

Não apenas os esforços internos são suficientes para a modernização de um setor. Por isso, a entrada de investimentos externos torna-se importante para o crescimento deste. Porém, no caso do setor lácteo a entrada de investimento externo deverá ocorrer na construção de novas plantas e não na aquisição ou fusão de empresas já existentes, à medida que o setor já se encontra com um elevado grau de concentração. Dessa forma, o objetivo principal seria a implantação de novas indústrias, ou mesmo a ampliação daquelas existentes, bem como, a introdução de novas marcas no mercado, o que acirraria a concorrência industrial trazendo benefícios para a sociedade como um todo.

Os investimentos no setor lácteo poderão acontecer, principalmente, nas Regiões Sul, Sudeste e Centro Oeste. As demais regiões e as regiões de menor produtividade receberão investimentos específicos para elas. Cada uma delas guarda em si características particulares que somente a pesquisa poderá definir qual a melhor forma de produção e processo para elas. A identificação de qual o melhor tipo de animal para a produção láctea em cada região do país é condição ímpar se conseguir a maior produtividade possível. Destaque-se que devem ser programadas linhas de financiamentos para os produtores do segmento de leite e derivados, do pequeno ao grande, com o objetivo de atender determinados pontos específicos desta atividade

Para o sucesso da modernização do parque produtivo a geração de tecnologias de processos e produtos no setor lácteo nacional é imprescindível. Para isso as instituições de pesquisas, com o apoio do setor privado, devem continuamente buscar novos processos produtivos, bem como novos produtos, que abriam novos mercados possibilitando lucros extraordinários.

3.2.3 Determinantes da Dinâmica dos Investimentos Esperados

Para a consolidação do setor lácteo de acordo com o que foi visto nos itens 3.2.1 e 3.2.2 alguns pré-requisitos têm que ser verificados. O primeiro deles é a existência de câmaras setoriais de negociações de preços entre produtores e indústrias. Com a disparidade existente entre eles torna-se necessário a figura de um terceiro ator para minimizar o poder de um frente ao outro na hora da negociação.

O segundo pré-requisito é a redução do poder das grandes redes varejistas sobre os preços e condições de oferta. Com a distribuição dos produtos cada vez mais dependendo das grandes redes, estas impõem cada vez mais condições sobre os produtores, e em última instância determinam os rumos do setor, inclusive influenciando de forma decisiva na estipulação de preços no setor de laticínios.

O terceiro pré-requisito é uma campanha institucional massiva falando dos benefícios do consumo de leite em todas as faixas etárias. Nesta campanha,

além da busca pela ampliação do consumo de produtos lácteos, enfatiza-se a importância do consumo de produtos funcionais, de baixo valor calórico, dietéticos, orgânicos e outras bebidas de base láctea. Desta forma, buscar-se-á minimizar a defasagem entre o consumo de lácteos e de outras bebidas. Ressalte-se que a campanha é a favor do leite e não contra as outras bebidas, pois estas desempenham um papel econômico importante.

O quarto pré-requisito é a expansão nacional da renda per capita. Para isso um programa de transferência de renda, através da redistribuição progressiva dos tributos arrecadados é o ponto de partida. Ademais, a capacitação da mão-de-obra é a segunda etapa deste pré-requisito, pois os salários de mão-de-obra mais qualificada são mais altos.

O quinto pré-requisito refere-se ao âmbito internacional, a busca junto a OMC pela eliminação/redução dos subsídios e barreiras não tarifárias que incidem sobre o mercado de lácteos. Cabe ressaltar que no cenário internacional, principalmente nos países em desenvolvimento, a melhora na distribuição de renda seria significativa para o setor lácteo. Ainda no âmbito internacional a harmonização das normas de produção e industrialização de lácteos entre os países possibilitaria uma maior competição entre os produtores e a ampliação do mercado internacional para os produtos brasileiros.

O sexto pré-requisito é a criação de condições para os produtores, principalmente os pequenos, saírem da informalidade na produção e processamento de leite.

Por fim, o sétimo pré-requisito é a intensificação da pesquisa, seja pelos institutos de origem estatal ou privado. As pesquisas devem ser orientadas para a redução da sazonalidade na oferta nacional de leite e a manutenção da competitividade na produção, via baixos custos.

4 CAPÍTULO – PROPOSTAS DE POLÍTICA SETORIAL

Para que o cenário desejável, apresentado no capítulo anterior, seja alcançado torna-se necessário uma atuação em conjunto dos setores público e privado, com uma participação ativa de todos. A concretização de um projeto passa necessariamente pelo empenho dos atores envolvidos.

Assim sendo, com o objetivo de viabilizar o cenário desejado exposto no capítulo anterior, a seguir são feitas sugestões de políticas setoriais.

TIPOS DE INVESTIMENTO

Segundo a matriz proposta pelo documento base, podemos distinguir propostas setoriais relativas a dois tipos de investimentos: induzido ou estratégico.

1) INDUZIDO

Os investimentos do tipo induzido seriam aqueles decorrentes da influencia da demanda. Nesse caso, poderiam ser subdivididos entre aqueles voltados para: (a) incentivos e (b) regulação.

a) Incentivos

1) Linhas de financiamento para ampliação da capacidade produtiva de empresas brasileiras já instaladas e construção de novas plantas indústrias. Nesse sentido, destaque deve ser dado às cooperativas de produtores que fazem o processamento do leite, com o objetivo de que os retornos desse processo sejam mais bem distribuídos entre os produtores. Além disso, sugerem-se também linhas de financiamento diferenciadas para pequenas agroindústrias. O incentivo a esses empreendimentos ajuda a ampliar a concorrência no setor e a dinamizar o comércio local e a suprir o aumento da demanda que se espera para os próximos anos.

2) Isenção tributária para indústrias de pequeno e médio porte, com o objetivo de incentivar sua manutenção/ampliação no mercado, aumentando assim, a concorrência e melhorando a distribuição dos ganhos dentro do setor.

3) Realizar estudos que evidenciem como se estrutura a incidência de impostos ao longo da cadeia produtiva do leite, com o objetivo de, se necessário, realizar ajustes para ampliar a competitividade da cadeia produtiva.

b) Regulação

1) Adequação das normas nacionais de produção de lácteos àquelas vigentes no mercado internacional, com o objetivo de que a produção nacional seja capaz de competir em mercados internacionais.

2) ESTRATÉGICO

Os investimentos estratégicos estariam relacionados à conduta ativa das empresas visando à disputa ou preservação de fatias do mercado. Podem ser classificados em três tipos: (i): ligados às mudanças tecnológicas; (ii) ligados às mudanças no padrão de concorrência ou regulação da indústria; (iii) ligados às mudanças no padrão da demanda mundial. Sendo que as políticas dentro de cada um desses tipos podem ser classificadas como sendo: (a) de incentivo; (b) de coordenação; (c) de regulação.

i) Mudanças Tecnológicas

a) Incentivos

1) Financiamento de pesquisas através de instituições públicas de pesquisa, federais (ex: Embrapa, Universidades) e estaduais, para a realização de P&D. Por um lado, para novos produtos lácteos de diferentes linhas, tais como, queijos e iogurtes com sabores especiais, produtos light e dietéticos, alimentos funcionais, e para utilização de subprodutos do leite, tais como a caseína e o soro do leite, e por outro, devem ser orientadas para a redução da sazonalidade

na oferta nacional de leite e a manutenção da competitividade na produção, via baixos custos. Vale ressaltar neste sentido, a necessidade da geração de tecnologias diferentes para categorias de produtores diferentes (grande escala ou pequena escala). Nesse mesmo sentido, sugere-se também o estabelecimento de parcerias com organizações privadas, para a realização de P&D tendo também como objetivo desenvolver novos produtos e novas utilizações para os subprodutos do leite.

2) Ampliação do acesso dos produtores de leite a tecnologias apropriadas, através de financiamentos, que levem em consideração o tipo de produtor (pequeno ou de grande escala). Sob esse aspecto vale ressaltar que espera-se não somente a ampliação dos recursos voltados ao financiamento da produção, mas principalmente, facilitar o acesso à esses recursos.

b) Coordenação

1) Melhoria e ampliação dos instrumentos de disseminação de informações para os produtores de leite e suas organizações, no que diz respeito à existência e disponibilidade de novas tecnologias.

2) Criação de núcleos de produtores com o objetivo de realizar a troca de experiências tanto em relação ao desenvolvimento da produção, mas também em relação a alternativas de escoamento da produção, principalmente para os pequenos produtores.

3) Criação de programas e cursos voltados especificamente para o setor, com o apoio de instituições de ensino e pesquisa e órgãos especializados, como por exemplo, o SEBRAE, cujo objetivo seria formar mão-de-obra qualificada para trabalhar nas indústrias e agroindústrias.

c) Regulação

1) Estabelecimento de metas para a padronização da produção em nível nacional, com o objetivo de torná-la apta para competir no setor exportador.

ii) Mudanças na Concorrência

a) Incentivos

1) Instrumentos financeiros que viabilizem o aumento da produtividade do rebanho brasileiro. Isso pode ser feito através de financiamento ou subsídio para viabilizar: a) de assistência técnica aos produtores, com o objetivo de garantir um manejo alimentar, reprodutivo e sanitário adequado do rebanho; b) inseminação artificial, com o objetivo de garantir o desenvolvimento do rebanho de forma adequada; c) aquisição dos fatores de produção necessários à produção leiteira (desde sementes e adubos para composição das pastagens até ordenhadeira e resfriador para os produtores); d) capacitação dos produtores, com o objetivo destes terem a sua disposição conhecimento suficiente para ter uma melhor gestão de suas propriedades, isso passa por capacitação relacionada à gestão financeira, mas também, relacionadas a manejo reprodutivo, alimentar e sanitário.

2) Incentivos econômicos e financeiros para ampliar o nível de organização dos produtores, principalmente, daqueles que seriam potenciais excluídos da atividade, com a realização do zoneamento e especialização dos produtores nas áreas aptas a produção de leite. Esses incentivos poderiam ser realizados em três frentes: a) onde há agroindústrias, cujos fornecedores são, principalmente, agricultores que seriam excluídos da especialização para as grandes empresas, incentivando seu fortalecimento através da regularização de suas atividades (caso não estejam adequadas), bem como, viabilizando uma melhor articulação destas com os mercados consumidores; b) incentivar a criação de agroindústrias, que tenham por objetivo produzir e comercializar produtos voltados para mercados de nichos (coloniais, orgânicos, dentre outros), cujos fornecedores sejam agricultores que seriam excluídos da especialização para as

grandes empresas; c) incentivar a criação, nas cooperativas já existentes de linhas de produtores que seriam excluídos da especialização para as grandes empresas.

3) Instituir programas de incentivo econômicos para as cooperativas que estabelecerem programas de incentivo aos produtores para melhoria da qualidade do leite. Um leite de melhor qualidade reduz perdas e fornece produtos de melhor qualidade

4) Instituir programas que incentivem a migração daqueles produtores que estão no mercado informal de produção para o mercado formal, tais como linhas de crédito diferenciadas para aqueles que aderirem ao programa, disponibilizar atividades de formação para esses agricultores se adequarem à legislação vigente, dentre outras.

b) Coordenação

1) Realização de um zoneamento técnico-econômico-ambiental, com o objetivo de identificar as áreas de maior aptidão para a produção de leite (incentivar a especialização dos produtores nessas áreas).

2) Incentivar a criação de câmaras setoriais de negociação de preço e contratos de compra e venda entre empresas e organizações dos produtores, com o objetivo de ampliar o poder de barganha dos produtores na definição dos preços.

c) Regulação

1) Criação de instrumentos legais mais eficientes que os atuais (aprimorar a legislação atual e aumentar o nível de fiscalização) para coibir a produção industrial fora dos padrões estipulados pela lei.

2) Ampliação das medidas de fiscalização em relação do mercado informal de leite e produtos lácteos, bem como, o combate à sonegação fiscal, que acaba distorcendo a concorrência dentro do mercado.

3) Ampliação das medidas que combatam o poder de mercado exercido pelas grandes redes de varejo. Nesse sentido, o CADE (Conselho de Administrativo de Defesa Econômicas) deve ter um papel mais eficiente nesse combate, mas também, a criação de outros tipos de instituições que controlem esse poder.

4) Defesa (nas organizações competentes internacionais) pela harmonização das legislações nacionais no que tange a sanidade do rebanho e qualidade do leite, bem como, na produção e industrialização dos lácteos.

5) Defesa junto a OMC e outras organizações internacionais de compromissos que levem ao fim das barreiras tarifárias existentes contra os produtos lácteos, bem como, ao fim dos subsídios às exportações e outras medidas de apoio interno, que distorcem o mercado mundial desses produtos, bem como fortalecer a busca desses objetivos, através da participação de organizações, entidades, fóruns internacionais, como o G 20 e a OMC, que almejam o mesmo.

6) Buscar fortalecer nos fóruns internacionais a defesa pela manutenção das quotas de produção de leite nos países pertencentes à União Européia, que tem término previsto para 2015.

7) Buscar o acompanhamento da importação derivados lácteos, principalmente, leite em pó, bem como, o acompanhamento das tarifas de importação, com o objetivo de colocar em prática, quando necessário, medidas que ajudem a limitar o nível de importações. Vale ressaltar, nesse sentido, que tais medidas devem ser compatíveis com o estabelecido no âmbito da Organização Mundial de Comércio.

iii) Mudanças na Demanda Mundial

a) Incentivos

1) Criação de uma campanha institucional massiva com o objetivo de ampliar o consumo de produtos lácteos, enfatizando a importância do consumo de produtos funcionais, de baixo valor calórico, dietéticos, orgânicos e outras bebidas de base láctea. Desta forma, busca-se minimizar a defasagem entre o consumo de lácteos e de outras bebidas.

O Papel do BNDES

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) terá um papel fundamental na dinâmica dos investimentos a se realizarem no setor. Caberia ao BNDES o papel de incentivar os novos investimentos em vários segmentos da cadeia produtiva, o que viria a contribuir para que haja uma modernização da atividade produtiva. Neste sentido, engloba-se desde o financiamento aos produtores rurais, seja no acesso a tecnologias apropriadas e também na capacitação dos mesmos, incluindo a produção de leite com qualidade, gestão da empresa rural, redução de custos, dentre outros. Vale ressaltar, que a parceria com a iniciativa privada é de vital importância para o sucesso desse processo de modernização.

Um primeiro aspecto do papel do BNDES nesse processo de modernização da cadeia seria a criação de linhas de financiamento que tenham por objetivo a ampliação da capacidade produtiva nacional, seja a partir da ampliação de indústrias já existentes, seja o financiamento de novas plantas, sendo necessário, a diferenciação dos termos da concessão de crédito, segundo o porte das indústrias. Além dos recursos oriundos do BNDES e dos bancos nacionais, os investimentos para o setor poderiam ser obtidos, através do incentivo à entrada de capital estrangeiro que tivessem por objetivo a criação de novas plantas e novas marcas (o incentivo seria vedado a investimentos que tivessem por objetivo a realização de processos de fusões e aquisições). Desta

forma, a concorrência industrial torna-se mais acirrada trazendo benefícios para a sociedade como um todo.

Outra questão importante dentro da cadeia produtiva do leite é a questão tributária. Segundo as organizações representativas dos diferentes elos da cadeia produtiva, a elevada carga tributária um maior desenvolvimento das atividades. Assim, sugere-se que o BNDES capitaneie a realização de estudos que evidenciem como se estrutura a incidência de impostos ao longo da cadeia produtiva do leite, com o objetivo de, se necessário, realizar ajustes para ampliar a competitividade da cadeia produtiva.

O financiamento à pesquisa vem a ser outra vertente de atuação importante. O fomento a realização de pesquisas através de instituições públicas de pesquisa, bem como estaduais, e até mesmo privadas é de fundamental importância para o setor. O financiamento para atividades de P&D deve ser direcionado para o desenvolvimento de novos produtos e novos processos, bem como, para o financiamento da pesquisa dedicada à geração de novas tecnologias que ampliem a qualidade do leite produzido, elevem a produtividade e reduzam os custos de produção. Vale ressaltar, sob esse aspecto, que a geração de P&D deva atender aos diferentes públicos de produtores de leite, ou seja, buscar-se à que a pesquisa desenvolvida atenda às necessidades tecnológicas dos diferentes tipos de produtores, sejam eles pequenos ou de grande escala.

Cabe também ao BNDES fomentar o financiamento para projetos e compras de equipamentos para dentro da porteira, o que pode ser considerado de crucial importância para a manutenção dos pequenos produtores no campo. O sucesso desta empreitada passa necessariamente pelos prazos e taxas que serão cobrados pelos empréstimos. Tais medidas não devem ser direcionadas unicamente aos pequenos produtores. Os demais produtores também devem ter linhas de financiamentos específicas para seus projetos.

Além disso, o fomento a capacitação da mão-de-obra que atua, seja para dentro da porteira, seja para fora da porteira também é importante. Dentro das

propriedades produtoras de leite constata-se a falta de oportunidades de obtenção de maiores rendimentos ligada ao treinamento da mão-de-obra. A adoção das novas tecnologias – granelização e ordenha mecânica – bem como de tecnologias genéticas – como o melhoramento das raças leiteiras e a inseminação artificial – necessitam de certo treinamento básico. Nesse sentido, o incentivo financeiro ao desenvolvimento de atividades de formação que vão nesse sentido seria interessante para o desenvolvimento da cadeia produtiva.

Além disso, o fomento a realização de atividades de capacitação que dêem suporte técnico ao gerenciamento na fazenda através de organismos especializados, como o SEBRAE, é de fundamental importância. Tais medidas proporcionariam ao produtor, principalmente o pequeno, uma maior capacidade de gerir sua produção oferecendo-lhe condições para, não só, melhorar sua administração, mas também dar-lhe subsídios para negociar seus produtos junto às grandes indústrias.

A criação de cursos em instituições especializadas, tais como SENAI, SENAC e SENAR, para melhorar o nível da qualidade da mão-de-obra industrial também são outro incentivo ao desenvolvimento da cadeia produtiva. Poucos cursos técnicos que formem profissionais para atuar nas indústrias lácteas são oferecidos nacionalmente.

Outra forma que o BNDES tem para intervir, no sentido de aumentar de produtividade do setor, especificamente porteira para dentro, é financiar: a) de assistência técnica aos produtores, com o objetivo de garantir um manejo alimentar, reprodutivo e sanitário adequado do rebanho; b) inseminação artificial, com o objetivo de garantir o desenvolvimento do rebanho de forma adequada; c) aquisição dos fatores de produção necessários à produção leiteira (desde sementes e adubos para composição das pastagens até ordenhadeira e resfriador para os produtores).

Por outro lado, a existência de mercados de nichos relacionados a produtos orgânicos e coloniais abre novas possibilidades para os produtores de baixa escala. Assim, buscando aproveitar esse tipo de oportunidade o BNDES

poderia levar a cabo medidas de incentivo econômico que ampliassem o nível de organização dos produtores em cooperativas de produção e agroindústrias que atendessem ao mercado local, bem como, que produzissem produtos voltados para nichos de mercado, tais como produtos orgânicos e coloniais de alto padrão.

Outra possibilidade é o de estabelecimento de canais de articulação entre produtores e pequenas usinas ou cooperativas regionais e os consumidores urbanos, através de suas associações. Trata-se de avaliar a possibilidade de ocupação de nichos de mercado novos como de produtos artesanais ou "da fazenda", produtos "ecologicamente corretos" e produtos que podem ser associados a um rótulo ou marca "natural" de modo que o produto dispute um nicho de mercado específico junto aos consumidores. Para isso poder-se-ia, inicialmente, estimular os contatos dos pequenos produtores, ou suas associações e cooperativas, com agentes representantes dos consumidores finais uma vez que estes últimos estão nitidamente interessados em comprar produtos "naturais" de boa qualidade, sem passar pelas grandes redes comerciais e supermercados e que a única alternativa que dispõe, atualmente, são as *boutiques* de produtos naturais.

Além disso, buscando incentivar elevar a qualidade do leite nacional, poderia-se sugerir: a) programas de financiamento para as cooperativas que estabelecerem programas de incentivo aos produtores para melhoria da qualidade do leite; b) programas de financiamento que incentivem a migração daqueles produtores que estão no mercado informal de produção para o mercado formal, isso incluiria, o financiamento diferenciado para esse produtores ao adquirem máquinas e implementos, bem como, o desenvolvimento de atividades de formação.

Papel do Plano de Aceleração do Crescimento (PAC) e da Infra-estrutura

O aumento da produção de leite tem como destino tanto o mercado interno como o mercado externo. Apesar de o comércio mundial de lácteos ser

uma parcela pequena da produção mundial, há o surgimento de novos mercados, e com as mudanças de hábitos alimentares, espera-se que nos próximos anos ao comércio mundial de lácteos venha a ser incrementado. Atualmente, a maior parte da produção nacional fica no país.

Com o PAC, a infra-estrutura necessária para o país alcançar uma maior projeção no cenário internacional, bem como, ampliar o seu mercado interno são as melhores possíveis. De um lado temos a possibilidade de elevar a renda nacional, decorrente da maior disponibilidade de empregos, associado aos investimentos. De outro lado com a modernização gerada pelo PAC há melhores perspectivas de se atender o mercado externo quanto o interno e suas novas demandas. Em ambos os casos a melhoria se daria em decorrência da redução dos custos de transporte, bem como, em relação à manutenção da qualidade dos produtos lácteos.

A melhoria da malha rodoviária, ferroviária e modernização dos portos permite a redução dos custos de transporte, o que, por sua vez, tende a se reverter em redução dos preços finais dos produtos, beneficiando o mercado consumidor e contribuindo para sua ampliação.

Os produtos lácteos são, em geral, altamente perecíveis, o que torna a questão do tempo de transporte questão fundamental para manutenção da qualidade dos produtos. Nesse sentido, a melhoria do sistema de transporte garante a qualidade para o consumidor, bem como, redução das perdas de produto, o que também reduz custos para a indústria.

Perspectivas da Política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior e de mudanças no aparato institucional e regulatório.

A Política Industrial voltada para o setor lácteo deve priorizar a modernização da cadeia produtiva, isso quer dizer desde a geração dos insumos para a produção da matéria-prima até o escoamento da produção industrial. Contudo, esse processo de modernização deve ocorrer de tal forma que,

minimize a exclusão de produtores da atividade e que incentive a formação de agroindústrias voltadas para atender mercados de nicho e o mercado local.

Uma primeira mudança relacionada ao aparato regulatório seria a alteração do sistema tributário. Poder-se-ia buscar junto aos governos estaduais a diminuição do ICMS para os produtos agroindustriais e do segmento de leite e derivados. Embora esta seja uma medida de difícil execução, dado que a arrecadação deste imposto é extremamente importante para as administrações regionais e estaduais.

Outra mudança no marco regulatório seria a harmonização das normas de produção de leite e produto lácteos de forma compatível ao estabelecido em âmbito internacional. Isso também implicaria no estabelecimento de metas de adequação para os setores produtivos. Neste sentido, a atuação de Secretaria de Inspeção Federal e do Ministério da Agricultura junto ao setor produtivo deve ser reforçada.

Além disso, ao nível das mudanças institucionais sugere-se o estabelecimento de instrumentos legais mais eficientes que os atuais, com o objetivo de coibir a produção industrial e de matéria prima fora dos padrões estipulados por lei e ainda para o combate à sonegação fiscal.

Outra necessidade de regulação que se faz presente é o acompanhamento sistemático das importações de derivados lácteos, excepcionalmente, de leite em pó, principal produto do segmento de leite e derivados da pauta de importações brasileira e a manipulação das tarifas de importações em momentos de excesso de importações. Esta discussão deverá ser realizada paralelamente com a dos objetivos mais gerais da política comercial e de integração aos blocos regionais. Atualmente, as importações de leite e pó não se constituem um problema para a indústria nacional, como o foram anos na década de 1990, contudo, esse é problema latente, principalmente, em momentos em que o câmbio esteja valorizado.

Institucionalmente, o foco não deve somente ser a geração de P&D, mas também a difusão junto aos produtores e suas organizações das tecnologias

existentes. A mediação existente entre quem produz a tecnologia e quem usa deve ser repensada, no sentido de torna - lá mais eficiente, ou seja, que os produtores tenham maior conhecimento sobre o que existe em termos de tecnologia disponível.

Com o objetivo de melhorar a regulação no setor, sugere-se também a criação de câmaras setoriais de negociação de preço e contratos de compra e venda entre empresas e organizações dos produtores. Essa proposta tem com foco tornar mais justa as negociações entre produtores e empresas na negociação dos contratos.

Em termos de regulação, também é de fundamental importância fortalecer e aprimorar as ações do CADE, não somente com o objetivo de combater a concentração em nível industrial, mas também combater a concentração em nível de comercialização, ou seja, combater o poder das grandes redes varejistas. Nesse sentido, a criação de outra agencia em nível estatal que seja responsável em acompanhar processos de concentração industrial de forma mais sistemática e efetiva, bem como, dispor de instrumentos que permitam combater a concentração de mercado vem também a se constituir como uma medida auxiliar para o desenvolvimento da cadeia produtiva láctea nacional.

5 BIBLIOGRAFIA

CARLETI, Paulo. The brazilian dairy sector: an emerging force in global dairy exports? Rabobank, 2008.

CARVALHO, Glauco Rodrigues et al. O Brasil no cenário mundial de lácteos. Juiz de Fora (MG). Comunicado Técnico 51. Outubro, 2006.

CARVALHO, Marcelo Pereira de. Motivos e padrões para as aquisições no setor de lácteos, 2008. Disponível em <http://www.milkpoint.com.br/?noticialD=45356&actA=7&arealD=50&secaolD=124>

CARVALHO, Vera Regina F., Reestruturação do sistema lácteo mundial: uma análise da inserção brasileira. Campinas: Instituto de Economia. Unicamp (tese de doutoramento), 2008

DOCUMENTO NÃO EDITORADO

EMBRAPA GADO DE LEITE. Produção, Industrialização e Comercialização (mercado). Disponível em <http://www.cnpq.embrapa.br/nova/informacoes/estatisticas/mercado/mercado.php>

Stefano, F.& Salgado E. O Desafio de Alimentar 6 Bilhões de Pessoas. PORTAL EXAME. 29/05/2008. Disponível em **Erro! A referência de hiperlink não é válida.**

Brandão V. Só Falta o Leite. PORTAL EXAME. 01/05/2008. Disponível em <http://portalexame.abril.com.br/revista/exame/edicoes/0917/economia/m0158353.html>

FERRARI, D. L. et al. Agricultores familiares, exclusão e desafios para inserção econômica na produção de leite em Santa Catarina. **Informações Econômicas**. São Paulo. v. 35, n. 1, p. 22-36, 2005.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION. Milk and Milk Products: A Global Market Analysis, 2007. Disponível em <http://www.fao.org>

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION. OECD-FAO. Agricultural Outlook2007-2016. 2007. Disponível em <http://www.oecd.org/dataoecd/6/10/38893266.pdf>

FOOD AND AGRICULTURE POLICY RESEARCH INSTITUTE. World Dairy Products. Estados Unidos. Agricultural Outlook. 2008. Disponível em <http://www.fapri.iastate.edu/>

GAZETA MERCANTIL. Sem demanda, leite em pó encalha na indústria. Edição 22/09/2008, caderno C, pág. 2

IBGE. Dados sobre Leite. Disponível em <http://www.sidra.ibge.gov.br/>

Instrução normativa 51, de 18/09/2002. Disponível em www.esalq.usp.br/departamentos/lan/pdf/InstrucaoNormativa51.pdf

Jornal valor econômico. Brasil deve ganhar espaço no novo mercado de lácteos. Edição 02/10/2008, caderno agronegócios.

KNIPS, Vivien. Developing countries and the global dairy sector. Part I Global Overview. PPLPI Working Paper no- 30. 2005. Disponível em <http://www.fao.org/ag/againfo/programmes/en/pplpi/workingpapers.html>

LOPES, P.F. Custos e Escala de Produção na Pecuária Leiteira. Minas Gerais: Universidade de Lavras (dissertação de mestrado), 2006.

Projeções do Agronegócio Mundial e Brasil 2006/07 a 2017/2018. ASSESSORIA DE GESTÃO ESTRATÉGICA (MAPA) Janeiro de 2008.

O ESTADO DE MINAS. Cai preço do leite pago aos pecuaristas. Edição 06/11/2008, pág. 8

PRITCHARD, Bill. Current global trends in the dairy industry. 2001. Disponível em <http://www.geosci.usyd.edu.au/users/pritchard/agrifood/dairy.pdf>

SOUZA, Raquel Pereira de. AS TRANSFORMAÇÕES NA CADEIA PRODUTIVA DO LEITE E A VIABILIDADE DA AGRICULTURA FAMILIAR: O CASO DO SISTEMA COORLAC (RS). Porto Alegre: UFRGS (dissertação de mestrado), Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Rural. 2007

VALOR ECONÔMICO. **Produtores de leite cobram medidas do governo para barrar importações.** Edição 19/02/2009, Disponível em <http://www.global21.com.br/materias/materia.asp?cod=23674&tipo=noticia>

TERRA VIVA. Dados sobre Lácteos. Disponível em **Erro! A referência de hiperlink não é válida.**

WILKINSON, J. Mercosul e produção familiar: abordagens teóricas e estratégias Alternativas. **Estudos Sociedade e Agricultura.** Rio de Janeiro, n. 8, 1997.