

## A CADEIA PRODUTIVA DO LEITE

Roberto H. Jank Jr.<sup>1</sup>

### SÍNTESE

### RETROSPECTIVA

O Brasil é o sexto maior produtor mundial de leite e deverá ser o terceiro nos próximos 5 anos, mantidas as nossas atuais taxas de crescimento contra o decréscimo registrado por Rússia, Alemanha e França, respectivamente atuais 3º, 4º e 5º maiores produtores mundiais, após EUA e Índia.

A cadeia produtiva do leite no Brasil vem evoluindo de maneira consistente. A produção cresceu 121% entre 1980 e 2005 (Fonte: Embrapa – Gado de Leite) enquanto a população cresceu no mesmo período 64,4%.

Antes colocado entre os maiores importadores mundiais, a partir do ano 2000 o Brasil passou a exportar leite.

Os danos causados por importações excessivas e câmbio irreal ficam evidentes nas menores taxas de crescimento da produção brasileira, principalmente entre 1996 e 1999, anos em que patinamos ao redor de 117 litros de disponibilidade de leite por habitante por ano.

Neste período, após um crescimento de 30% na demanda potencializado pelo ganho de poder aquisitivo proporcionado pelo plano Real, chegamos disponibilizar entre 15 e 20 litros por habitante em leite importado por ano. Considerada a produção anual formal de 70 litros por habitante, o volume importado atingia entre 25 e 30% da demanda da época. Sobre o volume total (formal e informal), a importação chegava a 15%. Foram épocas difíceis; o leite formal brasileiro enfrentava 40% de clandestinidade associados a mais 25% de importações carregadas de práticas desleais de comércio.

Mas neste mesmo período, e por conta destes fatores, o setor teve (e tem) vitórias de políticas classistas expressivas. Durante os anos 90 unificou sua representação classista, antes dispersa.

Conseguiu figurar entre os três primeiros produtos do agronegócio a iniciar processos de análise e obter alíquotas compensatórias para subsídios e dumping na OMC, além do atual acordo de preços com Argentina, Uruguai, Oceania e CE que evitam práticas desleais de comércio e triangulações via Mercosul.

É preciso dizer que o leite, depois do arroz, é o produto mundial com maior nível de subsídios no âmbito do comércio internacional.

Depois do ano 2000, com regras de importação mais claras, fiscalização mais eficiente em produtos lácteos importados, câmbio livre e início das exportações, o leite brasileiro passa a viver nova realidade.

Nós, que chegamos a contribuir negativamente com U\$ 600 milhões na balança comercial do agronegócio nacional, passamos a exportar mais do que importar atingindo superávit na balança de lácteos pela primeira vez na história em 2004, fato repetido em 2005 (tabelas 1 e 2).

Neste mesmo ano já éramos reconhecidos por nossos principais concorrentes – Nova Zelândia e Argentina – como potenciais líderes do comércio internacional para 2015. Especialistas internacionais que reconhecem o chamado efeito “BRIC”, provável

---

<sup>1</sup>Engenheiro Agrônomo, Diretor executivo da Associação para o Progresso do Agronegócio Lácteo - Láctea Brasil, Vice Presidente da Associação Brasileira dos Produtores de Leite - Leite Brasil e diretor presidente da Agrindus S/A, empresa agropecuária de Descalvado, SP.

liderança mundial de potencial produtivo e de consumo de Brasil, Rússia, Índia e China, já comentavam a possível trajetória de liderança mundial do Brasil no setor de laticínios. É preciso ressaltar que os baixos níveis de crescimento do Brasil dos últimos anos comparados aos dos outros três países, tem levado parte dos especialistas a encurtar a sigla para “RIC”.

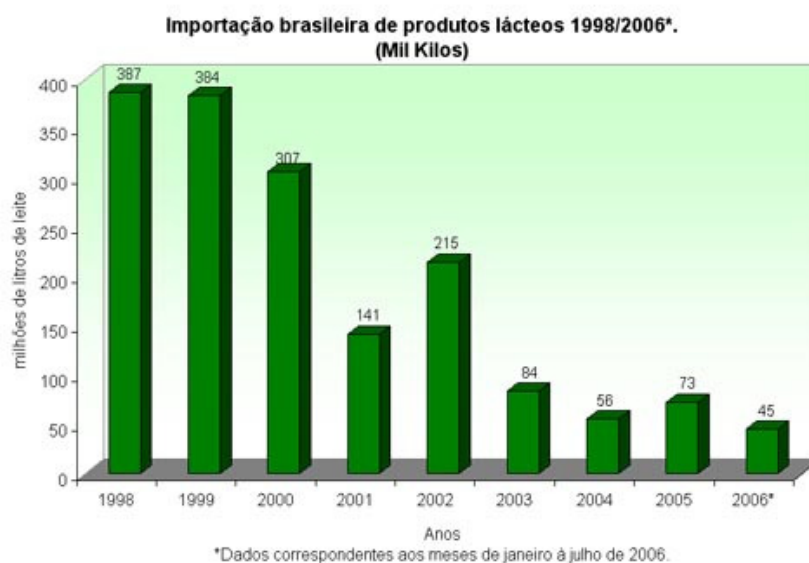
Também reconhecemos a mudança de comportamento de parte da indústria láctea nacional, quando a partir de 1998 passou a sinalizar ao mercado primário diferenciações consistentes de preços por qualidade (sólidos e padrão microbiológico), volume otimizado e distância.

**Tabela 1**



Fonte: EMBRAPA/Gado de Leite

**Tabela 2**



Fonte: EMBRAPA/Gado de Leite

## MOMENTO ATUAL

Em 2004 e 2005 fechamos o ano com mais de 16 bilhões de litros formais, representando um número próximo a 70% da produção total. É uma prova de ganho de profissionalismo dos segmentos primário e industrial. Ao mesmo tempo ocorreu uma profunda e constante segmentação do mercado de produtos lácteos ao consumidor final, principalmente na área de iogurtes com novas e modernas embalagens, rótulos termo-encolhíveis, novos sabores e opções diet, light, integral, etc... .

Há um ganho expressivo de produção nos maiores laticínios nacionais (tabela 3) e o número de produtores vem caindo constantemente (tabela 4).

Ainda assim há muito a fazer. Em seu recente "Diagnóstico da pecuária leiteira em Minas Gerais e no Brasil", o Professor Sebastião Teixeira Gomes faz considerações relevantes.

Seu estudo indica que, incluído o capital em terras, apenas o estrato de produtores com produção acima de mil litros por dia mostrou-se viável. Isso nos leva a pensar que se o objetivo é remunerar o capital adequadamente (como de fato ocorre com qualquer ativo de qualquer atividade econômica), o Brasil necessita de apenas 68 mil produtores de leite para os atuais 25 bilhões de litros produzidos. Neste caso o que fazer com os outros 700 mil produtores?

De maneira geral, o trabalho mostra evolução individual em produção, produtividade, uso de ordenha mecânica e refrigeração. O ganho tecnológico e de escala de produção permitiu que a queda de 35% do preço do leite verificada entre 1995 e 2005 não restringisse o expressivo aumento médio de 92% na produção por fazenda, obtido no mesmo período.

**Tabela 3**

MAIORES EMPRESAS DE LATICÍNIOS – BRASIL – 2005											
Class (1)	Empresas/Marcas	Recepção mil litros						Nº prod.(2)		Litros/dia	
		2004			2005			2004	2005	2.004	2005
		Produtores	Terceiros	Total	Produtores	Terceiros	Total				
1	DPA (3)	1.136.327	372.740	1.509.067	1.246.000	462.000	1.708.000	6.112	6.110	509	557
2	ITAMBÉ	765.000	64.500	829.500	982.000	23.000	1.005.000	6.063	7.325	346	366
3	ELEGÊ	659.522	58.185	717.707	737.782	103.767	841.549	21.402	25.001	84	81
4	PARMALAT	288.744	117.944	406.688	388.117	203.730	591.847	4.566	4.400	173	241
5	CCL	300.943	37.494	338.437	254.057	106.067	360.124	4.461	4.388	185	158
6	EMBARÉ	222.606	33.792	256.398	250.867	55.382	306.249	3.666	2.380	166	288
7	LATICÍNIOS MORRINHOS	238.768	13.934	252.702	233.310	66.134	299.444	2.178	3.200	300	199
8	CENTROLEITE	229.135	0	229.135	258.195	10.073	268.268	4.920	5.049	128	140
9	SUDCOOP	234.316	26.783	261.099	234.876	31.385	266.261	6.872	5.998	93	107
10	CONFEPAR	141.439	47.869	189.308	210.543	51.690	262.233	5.467	6.152	71	94
11	BATÁVIA	209.893	0	209.893	224.561	0	224.561	3.907	4.019	147	153
12	LIDER ALIMENTOS	141.052	10.430	151.482	184.240	18.439	202.679	4.557	5.243	85	96
13	DANONE	116.119	84.618	200.737	134.575	61.824	196.399	1.072	605	297	608
14	GRUPO VIGOR	164.224	32.201	196.425	171.009	20.913	191.922	1.510	996	298	469
<b>TOTAL</b>		<b>4.848.088</b>	<b>900.490</b>	<b>5.748.578</b>	<b>5.510.132</b>	<b>1.214.404</b>	<b>6.724.536</b>	<b>76.753</b>	<b>80.866</b>	<b>173</b>	<b>186</b>

(1) Classificação base recepção (produtores + terceiros) no ano 2005; (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

Fonte: Leite Brasil, CNA/Decon, OCB/CBCL e EMBRAPA/Gado de Leite

**Tabela 4.** Número de produtores das maiores empresas de laticínios no Brasil - 2002/2004.

Class	Empresas/Marcas	Número de produtores (em mil)			Variação (%) no período (2004/2003)
		2002	2003	2004	
1ª	DPA	7.192	7.163	6.112	-14,6
2ª	ITAMBÉ	6.010	5.991	6.063	1,2
3ª	ELEGÊ	28.665	27.676	21.402	-22,6
4ª	PARMALAT	9.996	6.920	4.566	-34,0
5ª	CCL	4.512	6.402	4.461	-30,3
6ª	SUDCOOP	6.993	6.734	6.872	2,0
7ª	EMBARÉ	2.884	4.413	3.666	-16,9
8ª	LATICÍNIOS MORRINHOS	4.990	3.128	2.178	-30,3
9ª	CENTROLEITE	4.905	5.438	4.920	-9,5
10ª	BATÁVIA	6.529	5.111	3.907	-23,5
11ª	DANONE	2.470	1.274	1.072	-15,8
12ª	GRUPO VIGOR	1.525	1.413	1.510	6,8
13ª	CONFEPAR	3.743	5.256	5.467	4,0
14ª	LÍDER ALIMENTOS	2.807	2.634	4.557	73,0
<b>TOTAL</b>		93.221	89.553	76.753	-14,2

(1) Classificação base recepção no ano 2004

Fonte: Leite Brasil, CNA/Decon, OCB/CBCL e EMBRAPA/Gado de Leite

## FUTURO

A julgar pela trajetória do leite nos países desenvolvidos onde o ganho de escala, bio - segurança e qualidade são constantes, o Brasil precisa escolher seu caminho entre o profissionalismo sempre presente nas atividades onde é líder mundial em competitividade comparativa – carnes, laranja, soja, cana e café e a reconhecida “mesmice” que enfrentamos durante anos, transformando nosso setor em “atividade marginal”.

O futuro previsto por nossos concorrentes vai acontecer, mas a velocidade depende de nós.

Apenas recentemente temos normas de origem para 95 % da produção nacional, com a IN 51. É o documento de origem para a exportação.

O marketing institucional que nos EUA trouxe U\$ 4,00 de resultado para cada U\$ 1,00 investido faz parte de nossa agenda para os próximos anos. Sem este fator que é convergente para toda a cadeia, certamente somos mais fracos.

Há um novíssimo problema em pauta; a bioenergia.

O altíssimo custo de oportunidade gerado pelo etanol nas áreas agrícolas vai modificar de forma expressiva o panorama de outras atividades do agronegócio, aí incluído o leite.

Com o atual valor da cana e demanda agressiva de terras para arrendamento, o etanol remunera facilmente o valor do ativo "terra" em 6% ao ano, antes 2%. Este novo paradigma que atinge o centrômetro da cana acompanha regionalmente o leite. Ambas são atividades onde a produção está próxima à indústria; o leite por ser perecível e a cana crua por ter baixo valor adicionado, portanto de custo frete-dependente. Terras do triângulo mineiro, Paraná, sul do MS e Goiás estão entre os objetivos das 92 usinas de açúcar em construção no país. Não por coincidência, Minas Gerais, São Paulo, Rio Grande do Sul, Paraná e Goiás representam 66% da produção brasileira de leite. O novo desafio dos técnicos brasileiros é fazer com que a produção de leite remunere os produtores melhor que o etanol em regime de arrendamento. O expressivo ataque da cana de açúcar ao parque citrícola já é tema de diversos estudos das empresas cítricas paulistas. Certamente vamos nos deparar com o mesmo problema no leite, em futuro próximo.

Incluo MKT, planejamento e direcionamento de financiamentos, exportação e aprofundamento da sinalização mercadológica por parte da indústria como nossa agenda para 2007.