

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
FACULDADE DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS E VETERINÁRIAS
CÂMPUS DE JABOTICABAL

EXPORTAÇÕES DE PRODUTOS LÁCTEOS BRASILEIROS:

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

KAIK NATHAN PEREIRA TENÓRIO CAVALCANTI

JABOTICABAL – SP
2º Semestre/2022

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
FACULDADE DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS E VETERINÁRIAS
CÂMPUS DE JABOTICABAL

EXPORTAÇÕES DE PRODUTOS LÁCTEOS BRASILEIROS:

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

KAIK NATHAN PEREIRA TENÓRIO CAVALCANTI

Orientador: Prof. Dr. Mauro Dal Secco de Oliveira

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Faculdade de Ciências
Agrárias e Veterinárias – Unesp,
Campus de Jaboticabal, como parte das
exigências para graduação em
Engenharia Agrônômica.

JABOTICABAL – SP
2º Semestre/202

C376e Cavalcanti, Kaik Nathan Pereira Tenório
Exportações de produtos lácteos brasileiros: revisão
bibliográfica / Kaik Nathan Pereira Tenório Cavalcanti. --
Jaboticabal, 2022
61 p. : tabs., fotos

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Engenharia
Agrônômica) - Universidade Estadual Paulista (Unesp),
Faculdade de Ciências Agrárias e Veterinárias, Jaboticabal
Orientador: Mauro Dal Secco de Oliveira

1. Leite. 2. Exportação. 3. Mercadoria. 4. Derivados do leite.
I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da
Faculdade de Ciências Agrárias e Veterinárias, Jaboticabal. Dados fornecidos pelo
autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

DEPARTAMENTO: ZOOTECCNIA

CERTIFICADO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

TÍTULO: EXPORTAÇÕES DE PRODUTOS LÁCTEOS BRASILEIROS:

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

ACADÊMICO: Kaik Nathan Pereira Tenório Cavalcanti

CURSO: ENGENHARIA AGRONOMICA

ORIENTADOR: Prof. Dr. Mauro Dal Secco De Oliveira

PERÍODO: 2º SEMESTRE ANO: 2022

Aprovado: ☒

Este trabalho é recomendado para compor a base de dados CAPELO.

Sim ☐ **Não** ☐

Reprovado: ☐

BANCA EXAMINADORA:

(Nomes)

(Assinaturas)

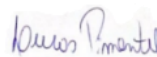
PRESIDENTE: PROF. DR. MAURO DAL SECCO DE OLIVEIRA



MEMBRO: JOSÉ RENATO CHIARI DA CRUZ

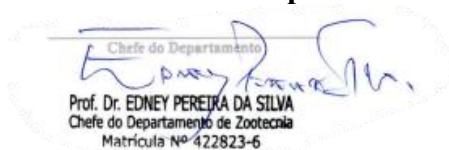


MEMBRO: LUCAS DO SANTOS P. DE OLIVEIRA



Jaboticabal 20/10/2022 (DATA DA DEFESA)

Aprovado em reunião do conselho do departamento em: ____/____/2022


Chefe do Departamento
Prof. Dr. EDNEY PEREIRA DA SILVA
Chefe do Departamento de Zootecnia
Matrícula Nº 422823-6

Dedico:

A quem me apoiou, quem me ajudou, quem me fez chegar até aqui, eu agradeço de coração. Deus, esta instituição, ao meu orientador, família e amigos que sempre estiveram ao meu lado.

AGRADECIMENTOS

À principalmente minha família, destacando meus pais e irmão que sempre me apoiaram e me deram forças para chegar até aqui. Aos meus amigos que sempre me aconselharam a tomar os melhores caminhos. A minha república que me ajudou a crescer ao longo da minha graduação. A minha namorada que sempre me motivou a ser melhor. Agradeço ao meu orientador que me deu a oportunidade de realizar esse projeto. A todos fica eternizado aqui meus mais sinceros agradecimentos.

MUITO OBRIGADO.

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS	VI
LISTA DE TABELAS	VII
RESUMO	VIII
ABSTRACT.....	IX
1. INTRODUÇÃO	1
2. OBJETIVOS	3
3. REVISÃO DA LITERATURA	4
3.1 ALGUMAS PARTICULARIDADES RELACIONADAS COM A EXPORTAÇÃO	4
3.2 TEORIA DO CONCEITO DE INTERNACIONALIZAÇÃO	6
3.2.1 Teoria do paradigma eclético.....	8
3.2.2 Teoria da escola de uppsala	9
3.2.3 Teoria de <i>networks</i>	9
3.3 ESTRATÉGIAS DA INTERNACIONALIZAÇÃO	10
3.4 CONCEITO DE EXPORTAÇÃO	10
3.5 BARREIRAS COMERCIAIS.....	12
3.5.1 Barreiras tarifárias	12
3.5.2 Barreiras não tarifárias.....	13
3.5.3 Barreiras técnicas	13
3.6 INTERNACIONALIZAÇÃO DO SETOR LÁCTEO BRASILEIRO.....	15
3.7 DESAFIOS DA EXPORTAÇÃO/IMPORTAÇÃO DE PRODUTOS LÁCTEOS	16
3.7.1 Principais gargalos da exportação de lácteos brasileiros	30
3.7.2 Atuação do governo: políticas públicas	34

3.7.3	Coordenação da cadeia produtiva.....	35
3.8	EVOLUÇÃO DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE LÁCTEOS	37
3.8.1	Desafios e oportunidades à exportação de produtos brasileiros aos Estados Unidos da América	37
3.8.2	Exportação de produtos lácteos para a China	39
3.8.3	Exportação de produtos lácteos para o Egito.....	42
3.8.4	Exportação de lácteos para o Japão	43
3.8.5	Exportação de lácteos para Rússia.....	43
4.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	45
5.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	47

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Principais exportadores mundiais de leite em pó, 2015, em mil toneladas.	19
Figura 2 – Exportação brasileira de lácteos, por produtos, no período de 2001-2015, em toneladas.....	21
Figura 3 – Exportação brasileira de lácteos, por principais mercados (países), no período de 2001 -2015, em mil toneladas.....	22
Figura 4 – Importação brasileira de lácteos, por produtos, no período de 2001-2015, em toneladas.....	23
Figura 5 – Importação brasileira de lácteos, por principais mercados (países), no período de 2001-2015, em mil toneladas.	24
Figura 6 – Balança comercial brasileira de lácteos, período de 2001-2015, em US\$ milhão.	25
Figura 7 – Importações brasileiras em equivalente leite – 2017 vs. 2018.....	26
Figura 8 – Importação brasileira de leite em pó e participações da Argentina e Uruguai.....	27
Figura 9 – Saldo balança comercial brasileira de lácteos, 2017 a 2020.....	29

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Classificação dos produtos lácteos exportados pelo Brasil (em volume/Kg), período de 01/2004 a 12/2010.....	18
Tabela 2 – Classificação dos produtos lácteos exportados pelo Brasil, em Valor (US\$FOB), para o período de 01/2004 a 12/2010.....	20
Tabela 3 – Participação dos principais países compradores de leite em pó, leite condensado e leite modificado, em volume e valor, em relação ao período de 2004 a 2010.....	21
Tabela 4 – Venda de leite e derivados do Brasil para o mercado internacional no período de janeiro e maio de 2010 a 2019.....	28
Tabela 5 – Balança comercial láctea em janeiro de 2020.....	30
Tabela 6 – Nome dos estabelecimentos habilitados para exportar para a China.....	40

RESUMO

EXPORTAÇÕES DE PRODUTOS LÁCTEOS BRASILEIROS: REVISÃO

BIBLIOGRÁFICA

Apesar de o Brasil ser um dos maiores produtores mundiais, o leite brasileiro ainda é pouco presente internacionalmente. Essa baixa presença no exterior decorre, entre outros motivos, do alto custo de produção e de sua baixa qualidade. A crise econômica, a partir de 2015, estagnou o consumo doméstico e resultou na redução da oferta de leite, em razão da falta de competitividade para exportar. Entretanto, resultados encontrados por meio de projetos de assistência técnica e gerencial ressaltaram a relevância e a exequibilidade de aumentar a eficiência da cadeia produtiva do leite, mediante a difusão de conhecimentos e tecnologias, a ponto de torná-la competitiva mundialmente. Políticas públicas que privilegiem o aumento da competitividade, em detrimento do protecionismo, e que deem mais importância ao controle da qualidade parecem ser o melhor caminho para ampliar a presença do leite brasileiro no exterior.

Palavras-chave: Brasil. Commodities. Internacionalização. Leite.

ABSTRACT

BRAZILIAN DAIRY PRODUCTS EXPORTS: BIBLIOGRAPHIC REVIEW

Despite Brazil being one of the largest producers in the world, Brazilian milk is still not very present internationally. This low presence abroad is due, among other reasons, to the high cost of production and its low quality. The economic crisis, as of 2015, stagnated domestic consumption and resulted in a reduction in the supply of milk, due to the lack of competitiveness to export. However, results found through technical and managerial assistance projects highlighted the relevance and feasibility of increasing the efficiency of the milk production chain, through the dissemination of knowledge and technologies, to the point of making it globally competitive. Public policies that favor increased competitiveness, to the detriment of protectionism, and that give more importance to quality control seem to be the best way to expand the presence of Brazilian milk abroad.

Key words: Brazil. Commodities. Internationalization. Mi

1. INTRODUÇÃO

Buscando identificar maiores oportunidades comerciais no mercado mundial, representantes do setor lácteo do Brasil, Argentina, Austrália, Chile, Nova Zelândia e Uruguai fundaram no dia 3 de outubro de 2002 a Aliança Láctea Global. As ações da aliança visam criar uma estratégia conjunta para remover as bases do comércio de lácteos que atualmente proporcionam a manutenção de uma indústria ineficiente em países da União Europeia e dos Estados Unidos e Japão.

A redução das distorções de mercado permitirá um aumento das exportações de países, como o Brasil, que não subsidiam a produção. As exportações criam oportunidade para a expansão das economias de escala em nível de fazenda e fábrica, além de alinhar melhor a oferta às oscilações sazonais ou induzidas economicamente na demanda doméstica, favorecendo a estabilização dos preços praticados.

O acordo comercial entre Mercosul e União Europeia, apesar de existir a possibilidade de importação do produto europeu, o fato da exportação para o bloco (UE) serviria como uma “vitrine” para outros mercados e poderia abrir portas para os produtos lácteos brasileiros. Em 2018, o Brasil exportou para 58 países e em 2019 já foram 90. As expectativas são positivas para as exportações em 2020. Para tanto, ainda é necessário que as adequações da cadeia produtiva (SCOTT CONSULTORIA, 2019).

O governo brasileiro conseguiu sinal verde do Egito que vai abrir o mercado local para os produtos lácteos brasileiros. Com a decisão, os produtores brasileiros poderão exportar, já a partir de outubro, produtos como leite em pó e queijos para o mercado egípcio (INFOMONEY, 2019). A Secretaria de Relações Internacionais do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) recebeu comunicado de reabertura do mercado japonês para leite e produtos lácteos do Brasil. As exportações foram reiniciadas depois da aprovação do Certificado Sanitário Internacional (RAPPA, 2019).

2. OBJETIVOS

A presente revisão de literatura teve como objetivo analisar os fatores relacionados com a exportação de produtos lácteos brasileiros, contextualizar aspectos como produtividade e qualidade dos produtos lácteos brasileiros, verificar a influência de fatores e aspectos relacionados com a utilização da quitosana na dieta de vacas leiteiras.

3. REVISÃO DA LITERATURA

Para atingir os objetivos da pesquisa, realizou-se uma revisão da literatura que permitiu verificar a influência de diversos fatores e aspectos relacionados com a exportação de produtos lácteos brasileiros. Para tal, e maior facilidade de abordagem do tema, serão utilizados itens e subitens envolvendo vários aspectos, tais como: conceitos, desafios e oportunidades, barreiras à exportação e evolução das exportações brasileiras de produtos lácteos.

Serão utilizadas informações de revistas especializadas de produção animal (nacionais e internacionais), de revistas de divulgação, de sites, boletins técnicos, teses, dissertações, anais de simpósios e congressos e de livros especializados em pecuária leiteira.

3.1 ALGUMAS PARTICULARIDADES RELACIONADAS COM A EXPORTAÇÃO

Entre as inúmeras atividades agropecuárias que podemos constatar no cenário nacional, a pecuária de leite apresenta-se como uma atividade extremamente relevante, diante dos dados gerados pelo seu desempenho. O setor de lácteos no Brasil sempre foi destinado essencialmente ao mercado interno, com alguma inserção mais recente nas exportações. Isto resulta da suficiência do mercado interno para absorver a produção nacional ZOCCAL E CARNEIRO (2008).

Em contrapartida, as sucessivas desvalorizações do real em relação ao dólar de 1999 até 2001 e final de 2002 (período eleitoral), o fraco crescimento da economia brasileira e a elevada carga tributária despertaram o interesse das

empresas e cooperativas em buscar oportunidades em novos mercados (STOCK et al., 2006).

Além deste período econômico que o país enfrentou, outros fatores têm contribuído para a expansão das exportações de leite no Brasil. Países considerados potências na exportação de leite retraem-se, visando ao suprimento do consumo interno. Segundo Volpi e Digiovani (2008), a União Europeia, que respondia por aproximadamente 30% das exportações mundiais, aumentou o consumo interno e, conseqüentemente, diminuiu suas exportações.

A exportação é um processo que influi diretamente na formação de preços dos produtos. De acordo com Ponchio et al., (2005), exportar se traduz em alavancar a modernização do setor e manter o produtor na atividade.

Segundo Stock et al., (2006), o Brasil possui boas perspectivas de se tornar um grande exportador de lácteos devido à sua competitividade.

De acordo com Carvalho (2007), verifica-se que o Brasil possui vantagens competitivas pela disponibilidade de terras para expansão da agricultura e pastagens, baixo custo de suplementação do rebanho e possibilidade de incorporação de tecnologias para incremento da produtividade.

Embora a pecuária de leite brasileira tenha uma projeção positiva na esfera mundial, com o crescimento da produção e exportação - agora se tratando da questão pelo lado de dentro da porteira - o produtor deve atentar cada vez mais para os fatores que incidam no lucro da atividade. Segundo Batalha (2007), no que diz respeito ao agronegócio, verifica-se que, como decorrência da globalização dos mercados de alimentos e fibras, as margens de lucro ficaram cada vez mais estreitas, por causa de uma maior competitividade.

3.2 TEORIA DO CONCEITO DE INTERNACIONALIZAÇÃO

De todas as cadeias produtivas que representam a base de produção do país, a cadeia produtiva do leite pode ser considerada uma das mais complexas e representativas do agronegócio brasileiro (IBGE, 2015).

A partir de 1998, devido à desvalorização do real frente ao dólar, o setor lácteo brasileiro iniciou sua participação no mercado externo por meio de exportações. Mas os primeiros resultados da internacionalização do setor começaram a ficar evidentes a partir de 2000, com um incremento mais significativo nas exportações. Entre 2010 e 2011 o volume de lácteos mundialmente cresceu 10%, de acordo com dados do Dutch Dairy Board. As três principais regiões exportadoras de lácteos transacionados mundialmente em 2015 foram União Europeia, Nova Zelândia e Estados Unidos.

A internacionalização se refere às trocas econômicas, políticas e culturais entre nações, e essas relações podem ser pacíficas ou conflituosas. Esse fenômeno observado está alinhado às teorias que tratam dos processos de internacionalização e que ajudarão na compreensão do fenômeno de internacionalização de empresas. No processo de expansão do Brasil no comércio internacional, faz-se necessário a identificação ou análise das barreiras incidentes nas exportações dos produtos lácteos, visando à eliminação dos obstáculos comerciais nas negociações internacionais (ZOCCAL, 2016).

As barreiras incidentes no comércio internacional são restrições impostas por governos dos países para proteger os negócios internos. A compreensão das barreiras comerciais existentes no mercado internacional, que inclui as

barreiras tarifárias, não tarifárias e técnicas que dificultam o acesso dos produtos aos mercados estrangeiros, afetam diretamente as exportações do setor lácteo. Com o entendimento do assunto poderá ocorrer o deslocamento dos produtos lácteos para mercados que não utilizam barreiras comerciais ou poderão ser criadas formas de transpassar tais barreiras (ZOCCAL, 2016).

Existem algumas razões que podem influenciar a decisão de uma empresa internacionalizar ou não seus produtos. Alguma dessas razões é em virtude da redução dos níveis de demanda ou saturação do mercado doméstico. Também pode ser a busca de oportunidades de crescimento com o firme propósito de expandir ou diversificar as suas áreas de atuação (FARO; FARO, 2012).

De acordo com Amatucci (2009), a internacionalização é um processo de criação de um planejamento estratégico e sua respectiva implantação, para que uma empresa possa comercializar seus produtos em países nos quais não está instalado. A internacionalização refere-se à movimentação internacional de fatores de produção.

Segundo Herais (2004), as teorias de internacionalização enfatizam os tipos de integração que as empresas podem ter com o mercado internacional. E essas teorias acerca do processo de internacionalização podem ser divididas em duas abordagens principais: o econômico e o organizacional ou comportamental.

A internacionalização na abordagem econômica é composta por diversas teorias, mas serão apresentados os principais modelos, como a Teoria de Internalização e a Teoria do Paradigma Eclético. Já abordagem organizacional ou comportamental é composta pela Teoria da Escola de Uppsala e a Teoria de

Networks. Essas teorias ajudam no entendimento do fenômeno da internacionalização.

3.2.1 Teoria do paradigma eclético

Conforme Rocha (2002), a Teoria do Paradigma Eclético propõe explicar o processo de internacionalização das empresas com base no investimento direto no estrangeiro. A teoria explica que um investimento de sucesso deve respeitar três grupos de vantagens:

- O primeiro deles reuniria as vantagens específicas da empresa frente à concorrência, essas vantagens podem ser propriedade tecnológica, acesso a diferentes mercados, fatores e produtos, dentre outros, pois o local deve oferecer vantagens de produtividade igual ou semelhante ao das matrizes;
- O segundo grupo de vantagens é a de localização, isto é, definiria onde se daria a produção. Essas vantagens estão relacionadas à conquista de matéria-prima e mão de obra mais baratas, reduzindo a distância física, da língua e cultura;
- O terceiro e último grupo, o das vantagens da internalização, em que a empresa decide se internacionalizar para aproveitar a redução de risco e incertezas, e tem maior possibilidade de acordos contratuais e de negócios (ROCHA, 2002).

3.2.2 Teoria da escola de uppsala

Conforme Hemais (2004), um ponto importante referente à Escola de Uppsala é o critério de abordagem nos negócios internacionais, que deixou de ser examinado como um fenômeno econômico para ser também analisado sob a perspectiva da Teoria do Comportamento Organizacional.

Seguindo o estudo, Rocha (2002) diz que o modelo proposto pelos pesquisadores da Universidade de Uppsala é o de que as exportações ou os investimentos diretos são a consequência de um mercado interno saturado, consequentemente, devem-se buscar novos mercados no exterior para a organização se expandir.

O modelo da Escola de Uppsala pressupõe que existe uma distância psíquica, que parece estar relacionada com a ordem de escolha dos países em que é feita a exportação ou onde fixam suas subsidiárias. As empresas escolheriam inicialmente aqueles países relativamente próximos, em relação ao idioma, cultura, sistemas políticos, educação, práticas de negócios entre outros; esses são fatores que influenciam as etapas de inserção no mercado internacional (HEMAIS, 2004).

3.2.3 Teoria de *networks*

Segundo o conceito de *networks*, as empresas fazem parte de uma rede de relacionamento do seu setor, estabelecendo elos com diferentes empresas, as quais virão a se beneficiar do desenvolvimento de suas atividades. Através

desse conceito, os fatores decisivos ao processo de internacionalização da firma são facilmente compreendidos (ROCHA, 2002).

3.3 ESTRATÉGIAS DA INTERNACIONALIZAÇÃO

Conforme Cavusgil, et al. (2010), para atuar no mercado internacional a empresa necessita elaborar um plano estratégico para se posicionar de forma positiva em relação à concorrência. Esse plano estratégico orienta os negócios da empresa para os consumidores, mercados, bens e serviços escolhidos no mercado global.

Fleury (2010) afirma que a estratégia global se aplica a todas as empresas multinacionais e não multinacionais, que essas empresas não conseguem se desprender do impacto da globalização sobre seus negócios e, dependendo de como ela atua internacionalmente, ela pode ser classificada em diferentes estágios de internacionalização.

3.4 CONCEITO DE EXPORTAÇÃO

Para Lopez e Silva (2002), a exportação se configura como a saída temporária ou definitiva de mercadoria ao comprador estrangeiro em local e prazo estipulados em contrato de compra e venda internacional. A exportação é uma estratégia de entrada muito flexível e pode ser usada para empresas de pequeno, médio e grande porte (CAVUSGIL; KNIGHT; RIESEMBERGER, 2010).

A exportação de um bem, produto ou serviço de uma empresa para os mercados externos é a forma mais fácil e comum para entrar em outro mercado estrangeiro. A exportação, primeira fase no processo de expansão internacional,

pode envolver pagamento, com a venda de produtos, ou não haver pagamentos, como as doações (PIPKIN, 2000).

De acordo com Faro e Faro (2012), para uma empresa exportar ela deve avaliar as vantagens comparativas que podem ocorrer a partir da tomada de decisão pelo envolvimento ou não de intermediários na sua relação para com o consumidor final, e isto pode ocorrer por meio de duas formas, a exportação direta ou exportação indireta.

- **Exportação direta**

Conforme Lopez e Silva (2002), a exportação direta se configura como uma venda de produto direta ao comprador situado em outro país, por meio de um agente ou representante do exportador localizado no mercado estrangeiro. Nesta forma de exportação é fundamental que o agente ou representante tenha um bom conhecimento de todos os assuntos pertinentes ao comércio internacional.

Na exportação indireta ocorre a utilização de um intermediário independente. Nesse caso a empresa deve avaliar os serviços disponíveis, porque quando se adota este tipo de estratégia de ingresso obtém-se um reduzido grau de controle sobre o processo de exportação (PIPKIN, 2000).

- **Exportação indireta**

Para Lopez e Silva (2002), a exportação indireta tem o envolvimento de um interveniente, que pode ser uma empresa comercial exportadora que cuidará

da comercialização do produto no mercado internacional. Nesta forma de exportação, não é necessário um grande investimento, consequentemente, os riscos são menores. Já na exportação direta, que exige maiores investimentos, em termos de recursos humanos, equipamento e instalações, aumentando os riscos assumidos pela empresa. Neste tipo de operação pode haver a elevação de rentabilidade das operações (PIPKIN, 2000).

3.5 BARREIRAS COMERCIAIS

De acordo com Kuazaqui (1999), as barreiras comerciais são impostas pelos governos dos países, dificultando ou até mesmo impedindo a entrada de uma empresa estrangeira ou a comercialização de produtos e serviços em determinado local. As barreiras comerciais são a forma mais comum de proteger o mercado interno, mas quando conhecidas e bem gerenciadas, elas podem tornar-se portas de entrada, facilitando o acesso a mercados estrangeiros.

Não há uma definição precisa de barreiras comerciais, em geral podem ser entendidas como toda lei, medida, regulamento, prática ou política governamental que imponha restrições que protejam produtos domésticos ou que venham representar entraves contra a competição externa. As barreiras comerciais podem ser classificadas como barreiras tarifárias, não tarifárias e técnicas (FARO; FARO, 2012).

3.5.1 Barreiras tarifárias

De acordo com Faro e Faro (2012), barreira tarifária é qualquer impedimento que se interponha à realização de uma transação internacional de

comércio, de maneira que é cobrada uma tributação inviabilizando o bom curso das negociações internacionais. Essa cobrança comporta-se como um elemento comum à estrutura da legislação aduaneira de qualquer país.

3.5.2 Barreiras não tarifárias

Para Faro e Faro (2012), as barreiras não tarifárias não envolvem cobrança de tributos de direitos aduaneiros, mas consistem na adoção de procedimentos que interferem nas relações de comércio entre os países, a partir da implementação de mecanismos de apoio à política econômica empreendida pelos governos. Estabelecendo quantitativamente cotas para importação de mercadorias de um país, essas cotas podem ser apontadas como uma barreira não tarifária.

As barreiras não tarifárias são utilizadas para proteger as indústrias nacionais e são tão importantes quanto as tarifas e quotas, mas sua forma de aplicação normalmente é mais complexa e mais difícil de detectar. Elas podem ser restrições quantitativas, regulamentos técnicos, regulamentos sanitário e fitossanitário, padrões privados, serviços, subsídios, propriedade intelectual, compras governamentais e regras de origem (APEXBRASIL, 2017).

3.5.3 Barreiras técnicas

As barreiras técnicas, segundo Organização Mundial do Comércio (OMC), são barreiras comerciais derivadas da utilização de normas ou regulamentos técnicos que não se baseiam em normas internacionalmente aceitas. São

mecanismos usados pelos países para dificultar o acesso de mercadorias importadas (JORNADA, 2009).

De acordo com Jornada (2009), as barreiras técnicas são normalmente estabelecidas por autoridades governamentais, para proteção ao consumidor, e outras inerentes ao poder público e são aplicadas igualmente aos produtos nacionais e importados.

Conforme Faro e Faro (2012), nas barreiras técnicas existem aspectos particulares que justificam a existência de procedimentos diferenciados no seu respectivo trato e consideração. Entendem-se como barreiras técnicas os obstáculos interpostos à negociação de produtos, em que a exigência está fora de um padrão internacional acordado, em que os procedimentos de ordem técnica variam de país para país.

O Sebrae-SC (2015) estabelece algumas recomendações para a exportação de produtos lácteos:

- Os produtos de origem animal devem obter o certificado Sanitário Internacional;
- O órgão responsável pela emissão é o Ministério da Agricultura, Pecuária e do Abastecimento (Mapa), através do Serviço de Sanidade Vegetal (SSV) e da Divisão de Produtos de Origem Animal (DIPOA);
- Os estabelecimentos que desejam realizar comércio internacional devem buscar no DIPOA o registro no Serviço de Inspeção Federal (SIF) ou o Título de Estabelecimento Relacionado (ER). As informações referentes a esses processos podem ser encontradas diretamente no Mapa - Além

do Mapa, Delegacias Federais de Agricultura nos Estados e Secretarias Estaduais de Agricultura também oferecem informações relevantes em relação aos padrões sanitários/fitossanitários que devem ser cumpridos;

- Alguns países solicitam documentos específicos ou procedimentos especiais. Essas informações também podem ser encontradas no Mapa.

3.6 INTERNACIONALIZAÇÃO DO SETOR LÁCTEO BRASILEIRO

- A pecuária bovina leiteira é praticada em quase todos os países do mundo. Embora seja muito importante na alimentação humana, o leite e seus derivados ainda são, proporcionalmente, pouco comercializados no mercado internacional, em comparação a outros produtos agroindustriais (MILANEZ, 2018).

A ampliação da internacionalização do setor lácteo brasileiro passa por compreender as barreiras que este tipo de produto enfrenta, tanto em termos de restrições dos países importadores de produtos lácteos, quanto em termos da competitividade industrial e comercial. Conforme Zoccal (2016), os produtos lácteos exportados pelo Brasil em 2015 são: leite em pó, UHT, manteiga, leite modificado e queijo. Essas exportações somaram US\$ 319,2 milhões com 76,8 mil toneladas para mais de trinta países.

A demanda por produtos lácteos deve continuar em crescimento, graças ao incremento populacional e da renda mundial, bem como a mudanças no consumo alimentar internacional: até 2027, é esperado um aumento de lácteos

de 2% a.a. e, para o leite em pó integral e para o desnatado, esse crescimento deve chegar a 2,3% a.a. e 2,2% a.a., respectivamente (OECD; FAO, 2017).

Tradicionalis importadores, como China, Rússia, países do sudeste asiático (Tailândia, Indonésia e Filipinas) e do Oriente Médio, vêm aumentando continuamente a procura por esses produtos (MILANEZ et al, 2018).

Para aproveitar esse crescimento na demanda internacional, que deve se refletir no aumento do comércio internacional, os países que apresentarem produtores com preços mais competitivos de produção de leite terão vantagem na disputa por participação nas exportações globais. Nesse sentido, os custos de produção e a produtividade são fundamentais para a definição de preços atraentes internacionalmente. Os custos são afetados não só pelos tipos adotados de produção (extensivo ou intensivo), mão de obra e terra, mas também por outras variáveis, como o câmbio e os preços dos insumos (MILANEZ et al, 2018).

3.7 DESAFIOS DA EXPORTAÇÃO/IMPORTAÇÃO DE PRODUTOS LÁCTEOS

Em um período mais recente (já na década de 2000), outro produto do agronegócio – o leite – passou a apresentar incrementos nas exportações, a ponto de alterar a sua posição de *déficit* comercial. Durante muitos anos, o Brasil foi considerado um tradicional importador de produtos lácteos, uma vez que não

era autossuficiente na produção de leite e derivados, tendo que importar os produtos de outros países para complementar as necessidades de consumo do mercado interno (PIGATTO et al., 2014).

Esta situação foi modificada em 2004, quando as importações de produtos lácteos foram reduzidas e as exportações se tornaram crescentes, alcançando-se o primeiro *superávit* do setor (NOGUEIRA et al., 2006; SILVA; SILVA; GHOBRI, 2007). Essa mudança no saldo da balança comercial de produtos lácteos foi proporcionada por fatores produtivos, econômicos e comerciais, os quais contribuíram decisivamente para esse avanço. Dentre esses fatores, pode-se ressaltar a própria expansão ocorrida na produção nacional do leite, possibilitando que o produto passasse a ser exportado de forma mais significativa. Na perspectiva de Pereira (2008), mudanças estruturais que ocorreram no setor, como investimentos em pesquisa, alimentação do rebanho, genética, informática e qualidade da matéria-prima possibilitaram o aumento da produção e foram decisivas para a substituição das importações, ampliando as perspectivas das exportações.

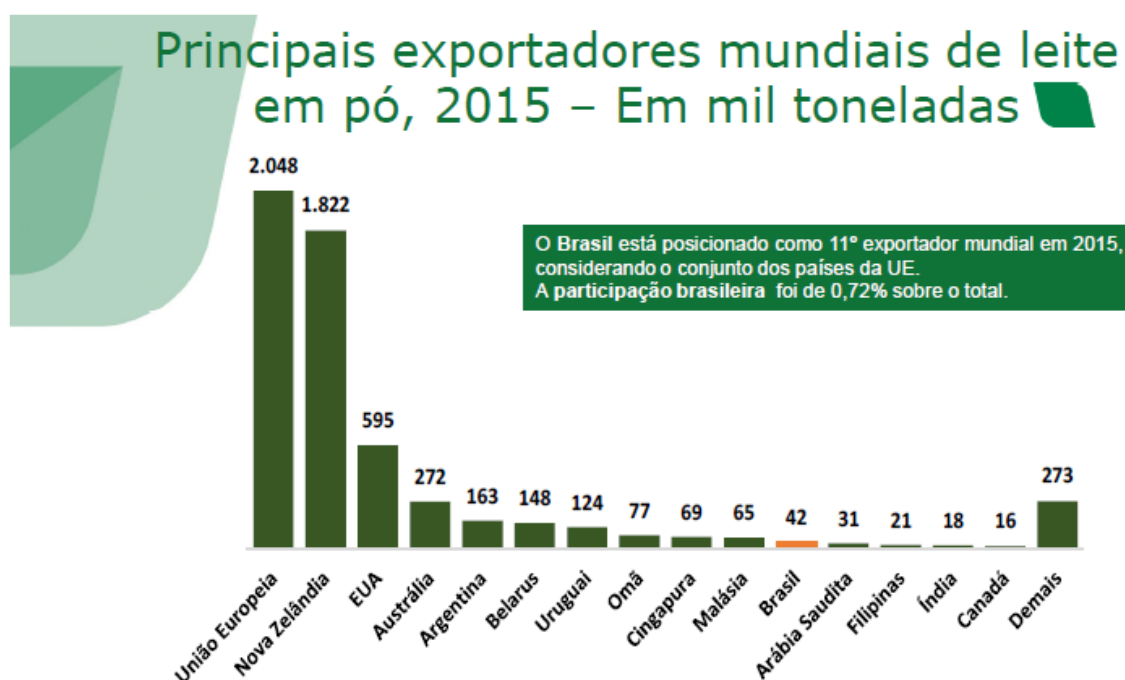
De acordo com Pigatto et al. (2014) apresentaram os 25 produtos lácteos exportados pelo Brasil, por ordem de importância, em termos de volume (kg), para o período de 2004 a 2010 (Tabela 1), os quais geraram uma receita acumulada de mais de US\$ 1,37 bilhões FOB (*Free on Board*), conforme a Tabela 2.

Tabela 1 – Classificação dos produtos lácteos exportados pelo Brasil (em volume/Kg), período de 01/2004 a 12/2010.

NCM	Produto	Volume (Kg)
04029900	Leite em pó	237.677.886
04022110	Leite condensado	190.783.060
19011010	Leite modificado	46.332.066
04013029	Outros cremes de leite	35.250.627
04029100	Leite em pó sem adição de açúcar	13.924.487
04039000	Iogurte	13.127.053
04022120	Leite em pó parcialmente desnatado	11.623.721
04021090	Outros leites em pó	10.872.891
04021010	Leite em pó com teor de arsênio	4.301.280
04022910	Leite integral	2.949.244
04012010	Leite UHT concentrado	2.514.857
19019020	Doce de leite	2.411.962
04022130	Crema de leite	762.219
04013021	Leite UHT não concentrado	383.559
04022920	Leite parcialmente desnatado em pó	206.998
04011010	Leite UHT não concentrado e não adocicado	118.476
04049000	Soro de leite	68.216
04012090	Leite e crema de leite não concentrado	61.590
04013010	Leite	48.455
04022930	Crema de leite em pó	35.080
35022000	Albumina e proteínas do soro de leite	28.970
04041000	Soro de leite modificado	23.788
04011090	Outros leites e cremes	3.398
04052000	Pastas de espalhar provenientes do leite	378
04059090	Manteiga	180
TOTAL		573.510.441

Fonte: Elaborada pelos autores com base em dados do sistema AliceWeb (Brasil, 2011).

Segundo o MAPA (2016) o Brasil está posicionado como o 11º. exportador mundial de leite em pó no ano de 2015 (Figura 1).



Fonte: ITC – Trademap

Nota: O dado da União Europeia constante no gráfico corresponde às exportações extra e intrabloco.

Informações extraídas do Eurostat mostram que as exportações extrabloco corresponderam a 52% do total do bloco em 2015.

Segundo o Eurostat, as exportações extrabloco da UE de leite em pó somaram 1.077 mil toneladas em 2015.

Figura 1. Principais exportadores mundiais de leite em pó, 2015, em mil toneladas.

Fonte: MAPA (2016).

Tabela 2 – Classificação dos produtos lácteos exportados pelo Brasil, em valor (US\$FOB), para o período de 01/2004 a 12/2010.

NCM	Produto	Valor US\$ FOB
4022110	Leite condensado	705.838.389
4029900	Leite em pó	328.530.406
19011010	Leite modificado	162.942.682
4013029	Outros cremes de leite	57.408.554
4021090	Outros leites em pó	30.589.134
4022120	Leite em pó parcialmente desnatado	27.210.433
4029100	Leite em pó sem adição de açúcar	18.015.930
4039000	Iogurte	17.425.396
4022910	Leite integral	10.243.219
4021010	Leite em pó com teor de arsênio	9.094.889
19019020	Doce de leite	4.545.483
4012010	Leite UHT concentrado	2.061.974
4022130	Creme de leite	1.286.400
4013021	Leite UHT não concentrado	576.762
4022920	Leite parcialmente desnatado em pó	347.529
35022000	Albumina e proteínas do soro de leite	167.554
4049000	Soro de leite	118.045
4012090	Leite e creme de leite não concentrado	105.555
4022930	Creme de leite em pó	103.955
4011010	Leite UHT não concentrado e não adocicado	74.911
4041000	Soro de leite modificado	61.668
4013010	Leite	46.444
4011090	Outros leites e cremes	8.890
4052000	Pastas de espalhar provenientes do leite	1.644
4059090	Manteiga	1.382
TOTAL		1.376.807.228

Fonte: Elaborada pelos autores com base em dados do sistema AliceWeb (BRASIL, 2011).

Ainda segundo Pigatto et al. (2014), utilizando-se dos principais produtos lácteos exportados pelo Brasil, no período de 2004 a 2010, foi realizado um levantamento dos países de destino desses produtos, com o intuito de identificar os principais países importadores dos mesmos (Tabela 3).

Tabela 3 – Participação dos principais países compradores de leite em pó, leite condensado e leite modificado, em volume e valor, em relação ao período de 2004 a 2010.

Leite em pó				Leite condensado				Leite modificado			
Países	% volume	Países	% valor	Países	% volume	Países	% valor	Países	% volume	Países	% valor
Angola	24,0	Venezuela	23,0	Venezuela	45,2	Venezuela	53,6	África do Sul	21,0	África do Sul	23,2
Venezuela	21,3	Angola	22,9	Argélia	17,1	Argélia	14,5	Colômbia	17,0	Colômbia	17,0
Trinidad e Tobago	8,4	Trinidad e Tobago	8,0	Senegal	7,8	Senegal	7,4	Equador	17,0	Equador	16,4
Estados Unidos	6,5	Estados Unidos	5,7	Cuba	7,1	Cuba	5,9	Venezuela	9,1	Venezuela	11,2
Tunisia	4,6	Tunisia	4,4	Iraque	3,1	Sudão	2,8	República Dominicana	8,3	Argentina	7,0
Guine Equatorial	3,0	Guine Equatorial	3,1	Sudão	2,2	Iraque	1,8	Argentina	8,2	República Dominicana	5,3
Argentina	2,7	Argentina	2,9	Israel	1,8	Israel	1,2	Chile	5,0	Chile	5,0
<i>Sub total</i>	<i>70,5</i>	<i>Sub total</i>	<i>70,0</i>	<i>Sub total</i>	<i>84,3</i>	<i>Sub total</i>	<i>87,2</i>	<i>Sub total</i>	<i>85,6</i>	<i>Sub total</i>	<i>85,1</i>
Outros países	29,5	Outros países	30,0	Outros países	15,7	Outros países	12,8	Outros países	14,4	Outros países	14,9
<i>Total</i>	<i>100,0</i>	<i>Total</i>	<i>100,0</i>	<i>Total</i>	<i>100,0</i>	<i>Total</i>	<i>100,0</i>	<i>Total</i>	<i>100,0</i>	<i>Total</i>	<i>100,0</i>

Fonte: Elaborada pelos autores com base em dados do sistema AliceWeb (BRASIL, 2011).

De acordo com dados do MAPA (2016) a exportação brasileira de produtos lácteos, por produtos, teve um pico apenas no ano de 2008 (Figura 2), porém exportou para vários países (Figura 3).

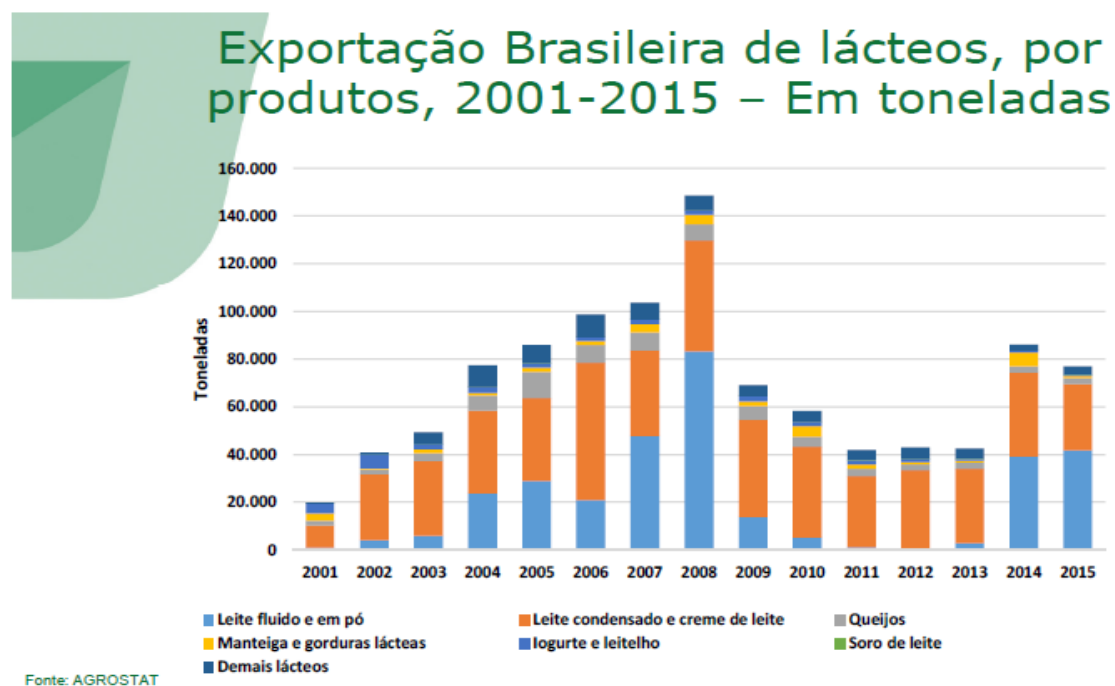


Figura 2. Exportação brasileira de lácteos, por produtos, no período de 2001-2015, em toneladas.

Fonte: MAPA (2016).

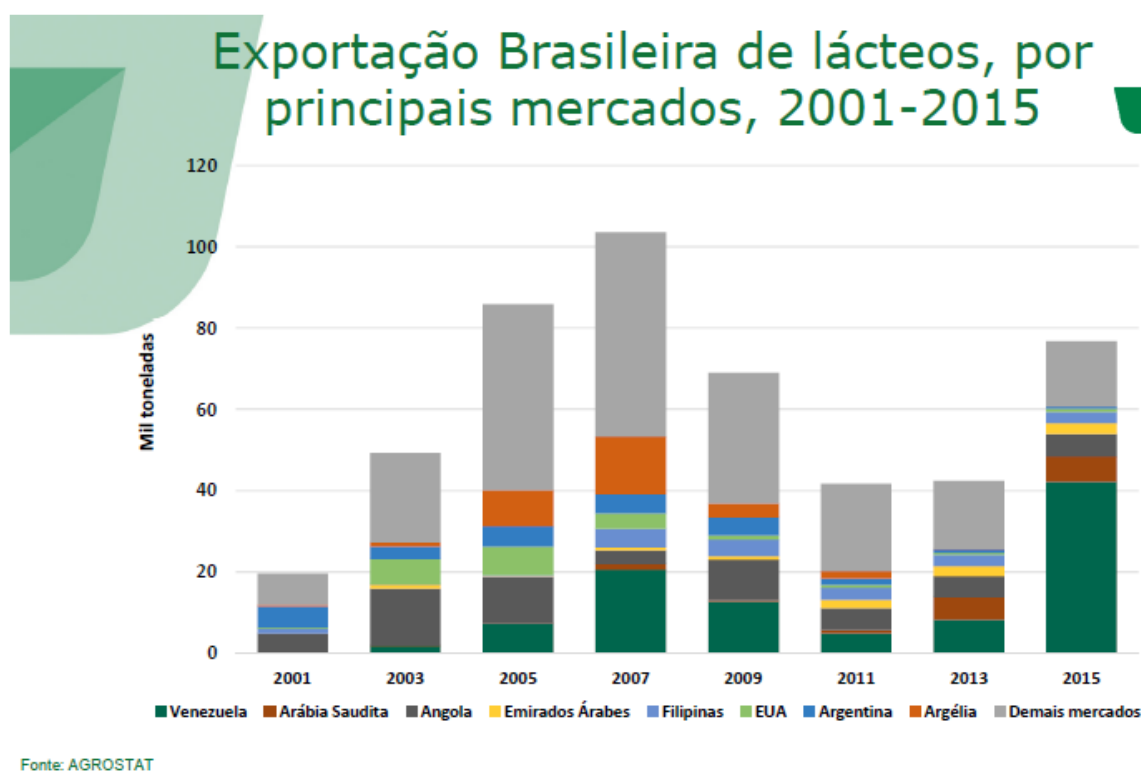


Figura 3. Exportação brasileira de lácteos, por principais mercados (países), no período de 2001 -2015, em mil toneladas.

Fonte: MAPA (2016).

Em contrapartida o Brasil importou bastante produtos lácteos no período de 2001-2015, conforme dados do MAPA (2016), expressos na Figura 4, de vários países (Figura 5).

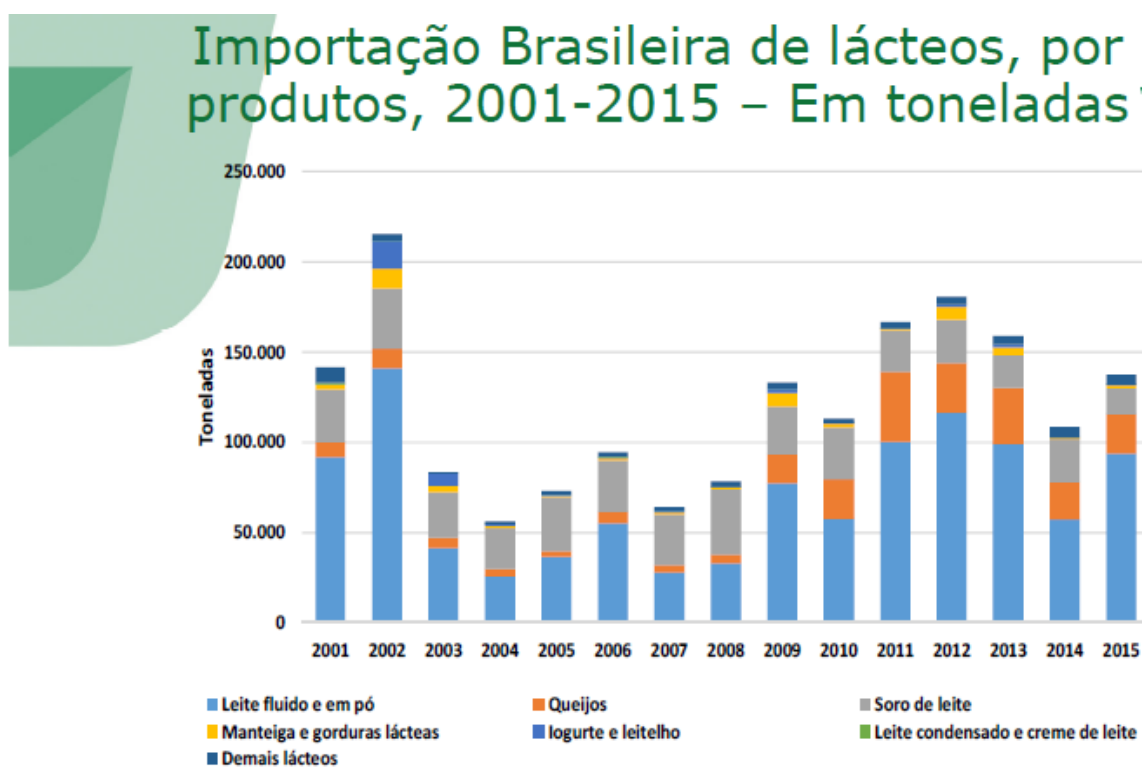


Figura 4. Importação brasileira de lácteos, por produtos, no período de 2001-2015, em toneladas.

Fonte: MAPA (2016).

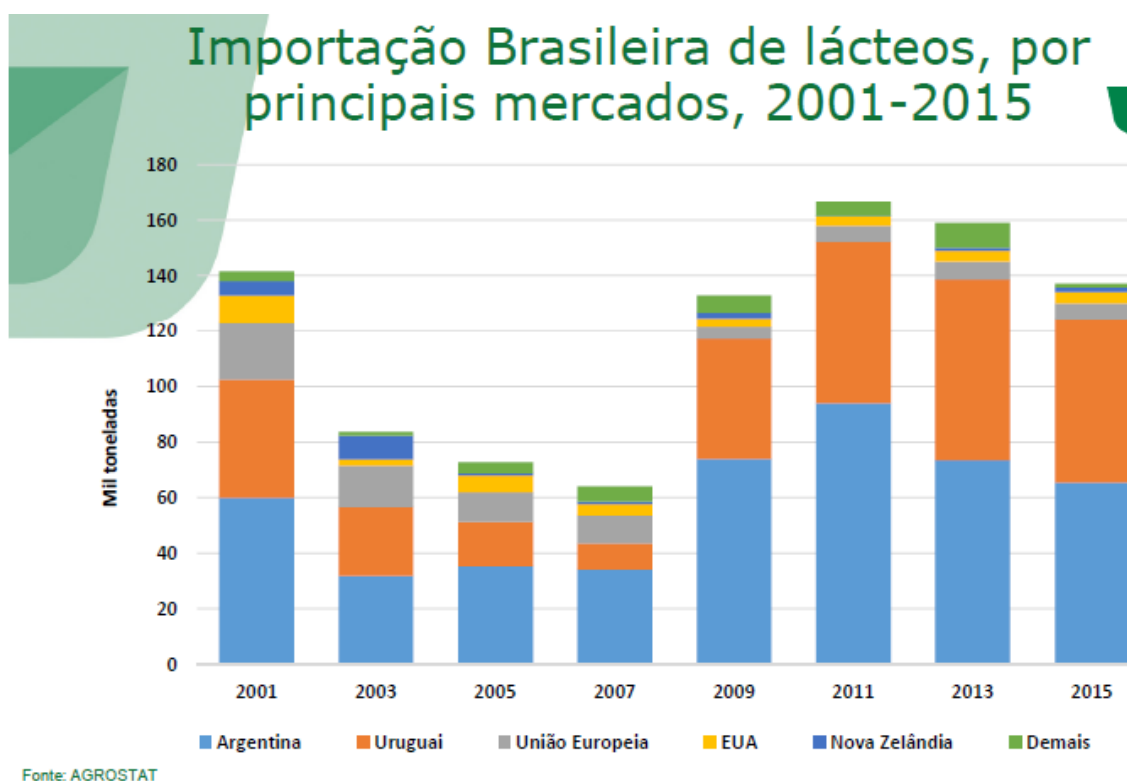


Figura 5. Importação brasileira de lácteos, por principais mercados (países), no período de 2001-2015, em mil toneladas.
Fonte: MAPA (2016).

Segundo o MAPA (2016) a partir de 2009 até 2015 houve déficit no saldo da balança comercial brasileira de lácteos (Figura 6).

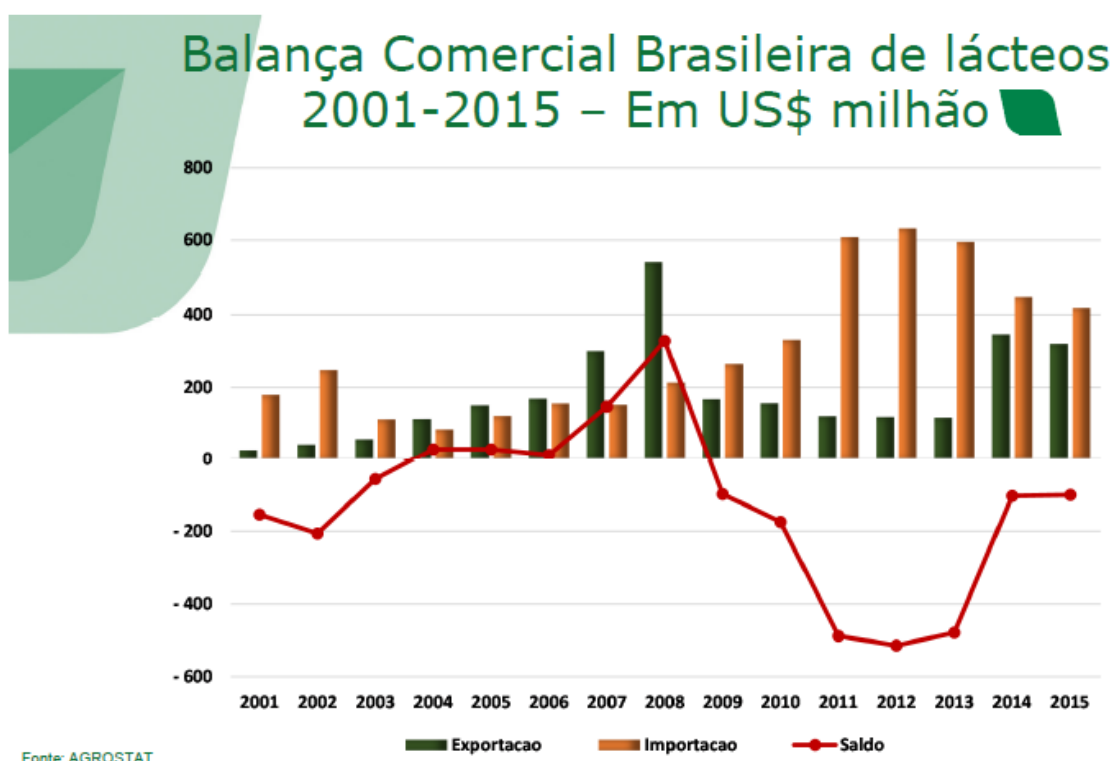


Figura 6. Balança comercial brasileira de lácteos, período de 2001-2015, em US\$ milhão.
Fonte: MAPA (2016).

Em 2017, as exportações brasileiras de lácteos foram de US\$ 102 milhões, representando, em equivalente-leite, 4 141 milhões de litros (ou cerca de 0,6% da produção nacional inspecionada). Os principais produtos embarcados foram creme de leite e leite condensado, com 47% do valor, e leite em pó, com 14% (RIBEIRO; GRIGOL, 2018).

As importações de produtos lácteos, por outro lado, atingiram quase 1,3 bilhão de litros em equivalente-leite em 2017, ou seja, quase 5,3% da produção nacional inspecionada. Os lácteos que o Brasil mais importou, nesse ano, em equivalente-leite, foram o leite em pó (72,8% do total de importações) e os queijos (24,4%). Em função do Mercado Comum do Sul (Mercosul) e das altas tarifas (28%) incidentes sobre a importação de terceiros, a Argentina e o Uruguai foram os principais fornecedores Milanez et al. (2018).

Conforme MilkPoint Mercado (2018) na comparação anual (janeiro-novembro), em 2018 o volume de lácteos importado ainda é 7,5% inferior a 2017. Entretanto, isso ainda ocorre por conta do 1º semestre “fraco”, uma vez que, considerando apenas o 2º semestre (julho-novembro), as importações brasileiras foram 38% maiores (Figura 7) de que em 2017 (621 milhões de litros vs. 449 milhões no ano passado).



Figura 7. Importações brasileiras em equivalente leite – 2017 vs. 2018.

Fonte: MilkPoint Mercado (2018).

Este forte crescimento nas importações lácteas do segundo semestre é basicamente pautado pelo aumento na compra de leite em pó dos nossos vizinhos Argentina e Uruguai (especialmente do primeiro). Entre julho e novembro, o Brasil importou 52,3 mil toneladas de leite em pó (desnatado e integral), 58,7% a mais do que no mesmo período de 2017. Deste volume, 60,8% foram originados na Argentina e 33,8% vieram do Uruguai, conforme Figura 8

(uma alteração no “mix” de origem em relação a 2017, quando 44,6% do volume importado foi argentino e 46% uruguaio).

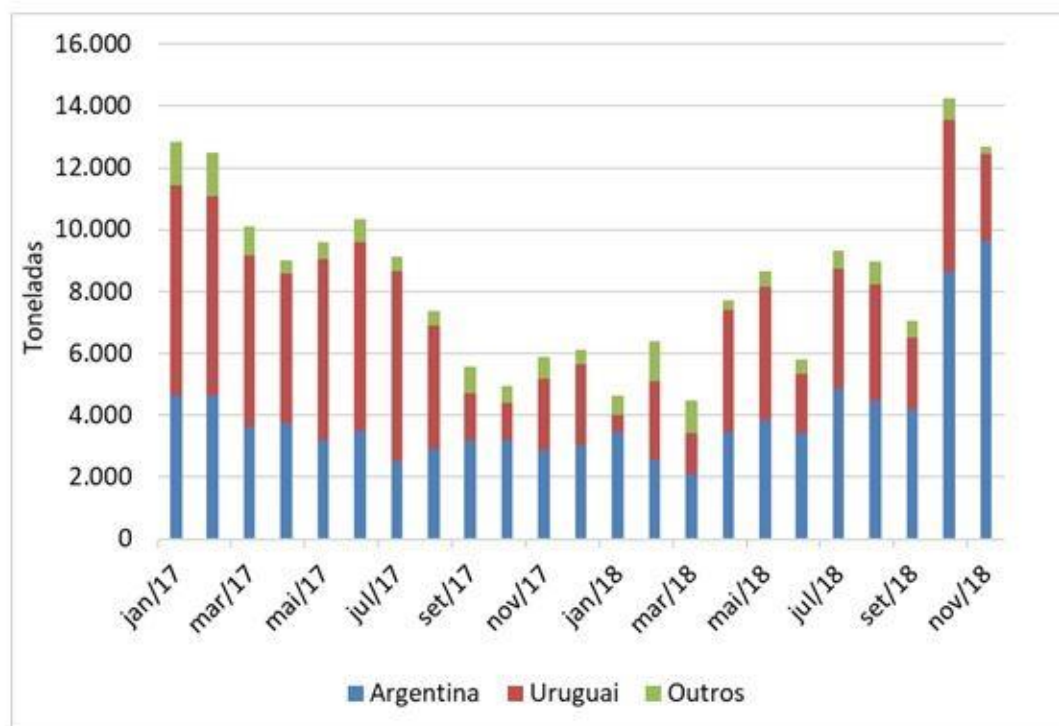


Figura 8. Importação brasileira de leite em pó e participações da Argentina e Uruguai.
Fonte: MilkPoint Mercado (2018).

Embora o leite em pó e os queijos importados do Mercosul representem uma parcela pequena no mercado brasileiro, são importantes balizadores para o preço do leite cru pago pelas indústrias ao produtor. A existência de cotas para a exportação argentina ao Brasil, de 3,6 mil toneladas/mês, e a limitação física do Uruguai para aumentar sua produção leiteira, todavia, limitam a presença de seus lácteos no Brasil Milanez et al. (2018).

Ainda segundo Milanez et al. (2018) em razão de sua importância na segurança alimentar dos países, o comércio internacional de lácteos envolve apenas uma pequena parcela da produção mundial de leite e é realizado, em sua maior parte, sob a forma de queijos e leite em pó (integral e desnatado).

Entretanto, como os queijos costumam ter valor agregado e grande variação de preços em virtude do tipo (muçarela, cheddar, provolone etc.), da origem e da marca, o leite em pó é a principal commodity láctea.

Um dos motivos para o persistente déficit brasileiro em lácteos é que tanto a escala de produção quanto a produtividade e a qualidade médias são baixas, faltando conhecimento e recursos a muitos produtores para incorporar as melhores técnicas de produção Milanez et al. (2018).

Na Tabela 5 destaca os dados de receita, em milhões de dólares, com a venda de leite e derivados do Brasil no mercado internacional, entre janeiro e maio de 2010 a 2019. Na parcial de 2019, até maio, a exportação de leite e derivados do Brasil somou o equivalente a US\$8,93 milhões, alta de 18,4% frente ao apurado no mesmo período de 2018, conforme (FORMIGONI, 2019).

Tabela 4. Venda de leite e derivados do Brasil para o mercado internacional no período de janeiro e maio de 2010 a 2019.

Ano	Milhões	Var.	Var. acum
2010	\$33,32	-	
2011	\$23,16	-30,5%	-30,5%
2012	\$22,10	-4,6%	-33,7%
2013	\$28,58	29,3%	-14,2%
2014	\$120,80	322,7%	262,5%
2015	\$66,05	-45,3%	98,2%
2016	\$37,82	-42,7%	13,5%
2017	\$29,80	-21,2%	-10,6%
2018	\$7,54	-74,7%	-77,4%
2019	\$8,93	18,4%	-73,2%

Fonte: Formigoni (2019).

Faesc (2020) destacou que no início de 2020, ocorreu um aumento de 96% na quantidade exportada de leite (em litros equivalentes) em relação a

dez/2019. Os 17,9 milhões de litros vendidos em jan/20 representam também um aumento de 99% em comparação ao mesmo período do ano passado.

Com relação às importações, houve um aumento de 2% na quantidade internalizada de leite no mês de jan./20 em relação a dez./19 (total de 82,7 milhões de litros em equivalente leite). Se comparamos com jan./19, foi importado 26% menos lácteos, ainda que em relação a jan./18, a quantidade tenha sido 26% maior (FAESC, 2020).

Ainda segundo a Faesc (2020) o saldo da balança comercial de produtos lácteos então foi de 65 milhões de litros negativos, em equivalente leite, nesse início de ano. Este valor representa uma queda de 10% quando comparado a dez./19 e de 36% se comparado a jan./19 Figura 9.

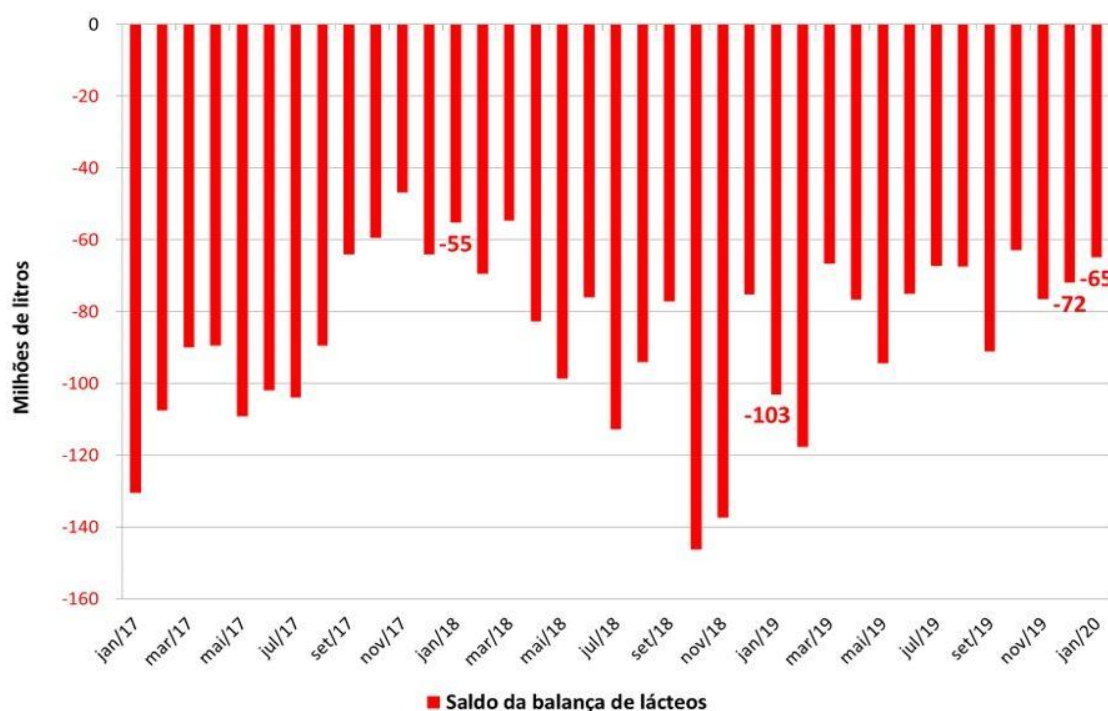


Figura 9. Saldo balança comercial brasileira de lácteos, 2017 a 2020.
Fonte: FAESC (2020).

Na tabela 5, é possível observar as movimentações do comércio internacional de lácteos no mês de janeiro de 2020.

Tabela 5. Balança comercial láctea em janeiro de 2020.

jan/20	Volume (kg)			Valor (US\$)		
	Exportação	Importação	Saldo	Exportação	Importação	Saldo
Leites UHT	140.843	-	140.843	112.870	-	112.870
Leite em pó integral	1.014.367	3.406.950	- 2.392.583	3.125.738	10.695.885	- 7.570.147
Leite em pó desnatado	11.116	1.434.900	- 1.423.784	21.451	3.749.449	- 3.727.998
Leite em pó semi-desnatado	207	882.000	- 881.793	398	3.337.999	- 3.337.601
Leite evaporado	15	-	15	39	-	39
Leite condensado	483.350	-	483.350	810.959	-	810.959
Cremes de leite	766.535	-	766.535	1.883.822	-	1.883.822
logurtes	72.188	47.000	25.188	96.713	158.080	- 61.367
Soro de leite	21.017	1.534.850	- 1.513.833	22.381	2.615.557	- 2.593.176
Outros produtos lácteos	30.028	393.930	- 363.902	29.975	2.255.068	- 2.225.093
Manteigas	12.487	93.347	- 80.860	85.254	596.287	- 511.033
Queijos	307.145	2.789.560	- 2.482.415	1.500.242	11.727.316	- 10.227.074
Subtotal 1	2.859.298	10.582.537	- 7.723.239	7.689.842	35.135.641	- 27.445.799
Leite modificado	63.194	397.469	- 334.275	216.974	3.525.314	- 3.308.340
Doce de Leite	17.667	5.280	12.387	54.406	21.600	32.806
Subtotal 2	80.861	402.749	- 321.888	271.380	3.546.914	- 3.275.534
TOTAL	2.940.159	10.985.286	- 8.045.127	7.961.222	38.682.555	- 30.721.333

Fonte: Faesc (2020).

3.7.1 Principais gargalos da exportação de lácteos brasileiros

Conforme Milanez et al. (2018) a fim de identificar os principais gargalos à participação do Brasil no mercado internacional como exportador, foram destacados quatro fatores que afetam a competitividade da cadeia produtiva: (i) preços pouco competitivos; (ii) qualidade deficitária para os padrões internacionais; (iii) carência de políticas públicas focadas; e (iv) baixa coordenação da cadeia produtiva.

Em termos gerais, dois tipos de sistemas de produção vêm apresentando competitividade (Milanez et al. 2018):

- **O primeiro** está majoritariamente presente nas regiões Sudeste e Centro-Oeste e preconiza a larga escala de produção;
- **O segundo** tipo está mais presente na região Sul, é estruturado na agricultura familiar, em menores áreas, com adesão cooperativa entre

os associados, compartilhamento de maquinário e outros mecanismos que diluem custos fixos. Por serem propriedades menores e altamente tecnificadas, a produção de leite é intensiva, e, consideradas no conjunto, elas garantem a densidade necessária para viabilizar atividade industrial a preços competitivos.

O cenário de ineficiência também se aplica aos laticínios. Este é outro gargalo que impede a cadeia de lácteos do Brasil obter preços competitivos internacionalmente. A ineficiência nos laticínios está relacionada a vários fatores, como a baixa produtividade, a escala e a inovação. A grande quantidade de plantas implica a maior parte delas ter baixa capacidade de processamento de leite, aumentando o custo de processamento, Milanez et al. (2018).

No âmbito da produção primária, um dos entraves ao processo produtivo nas propriedades é a carência de mão de obra. Logo, a mecanização é ponto fundamental para aumentar a produção. Todavia, os custos incidentes são impactados pelos tributos, tanto na aquisição de equipamentos como ordenhadeiras e máquinas, quanto nas peças de substituição contínua. As peças de substituição chegam a custar mais que o dobro no mercado doméstico, na comparação a mercados próximos, como Argentina e Uruguai Milanez et al. (2018).

Adicionalmente, a alta carga tributária do Brasil e o ambiente regulatório inibem a inovação. As empresas nacionais posicionam-se como seguidoras e, também por esse motivo, não atuam com protagonismo no investimento para o desenvolvimento de novos produtos. Em perspectiva complementar, a maior

parte das multinacionais que operam no país opta por conservar seus centros de inovação, pesquisa e desenvolvimento no exterior. Entre outros fatores que impactam toda a cadeia produtiva e representam barreiras para que o Brasil alcance custos relativos competitivos estão a infraestrutura, logística e crédito Milanez et al. (2018).

Após o aumento dos volumes de produtos lácteos importados e exportados em novembro, o cenário se inverteu no último mês de 2019. Segundo dados da Secex, as importações somaram 10,3 mil toneladas em dezembro, 7,9% abaixo do registrado em novembro/19 e de 2% em relação ao último mês de 2018. Quanto aos embarques, o recuo foi de 8,9% frente ao mês anterior e de 25,6% no comparativo anual, totalizando 2 mil toneladas (PORTAL DBO, 2020).

A redução nas compras ocorreu principalmente devido ao recuo de 33,8% nas importações de queijos (que tiveram participação de 16,6% do total em dezembro), frente a novembro, totalizando 1,72 mil toneladas. O menor volume adquirido desses produtos se deve à menor procura por queijos frescos e pela muçarela – as baixas nas compras foram de 53% e 48%, respectivamente, frente ao mês anterior. Para o leite em pó, por outro lado, o cenário foi diferente. Houve aumento de 5,4% entre novembro e dezembro, totalizando 6,76 mil toneladas (PORTAL DBO, 2020).

Em relação aos embarques de produtos lácteos brasileiros, o recuo esteve atrelado à menor exportação de leite condensado, creme de leite e queijos – juntos, participaram com mais de 76% do total no último mês de 2019.

O volume embarcado de leite condensado totalizou 793 toneladas em dezembro, redução de 13,8% frente ao mês anterior. Para o creme de leite, o volume foi de 493 toneladas, diminuição de quase 20% no mesmo comparativo (PORTAL DBO, 2020).

A diferença significativa existente entre os preços praticados no mercado doméstico em relação ao internacional desestimula as exportações brasileiras e estimula as importações, sobretudo dos países do Mercosul. As exportações brasileiras de lácteos, atualmente, buscam manter abertos canais de distribuição para aproveitar janelas de desvalorizações cambiais e/ou de preços internacionais favoráveis para escoar excedentes (MILANEZ et al., 2018).

Os produtores de leite e os laticínios mais eficientes, que poderiam exportar, preferem destinar sua produção para o mercado doméstico, que remunera mais que o externo, atendendo ao crescimento da demanda doméstica e/ou ocupando o espaço dos menos eficientes (MILANEZ et al., 2018).

No balanço de 2019, as exportações de lácteos somaram 24,5 mil toneladas, 6,2% acima do registrado no ano anterior. Parte do aumento esteve atrelado às maiores vendas de leite fluido e creme de leite no período. Já o volume importado totalizou 142,4 mil toneladas, recuo de 6,9% frente ao mesmo período de 2018. A baixa de 10,4% nas aquisições de leite em pó no ano foi o principal fator para o recuo no volume total (PORTAL DBO, 2020).

O aumento da procura por leite em pó desnatado explica, em partes, a elevação nas compras. Devido à oferta restrita de matéria-prima no mercado

doméstico, o preço médio de importação desse produto subiu 6,2% na comparação com novembro, a US\$ 2,99/kg.

3.7.2 Atuação do governo: políticas públicas

Entre outros fatores que impactam toda a cadeia produtiva e representam barreiras para que o Brasil alcance custos relativos competitivos estão a infraestrutura, logística e crédito. O maior desafio à atuação do poder público está associado à substituição da visão de curto prazo por uma de longo prazo, focada em políticas públicas consistentes e duradouras, com a finalidade de incentivar a integração dos elos da cadeia produtiva e, finalmente, colocar o Brasil com custos relativos de produção equiparados ao mercado internacional e nos mesmos padrões de qualidade Milanez et al. (2018).

Além das políticas públicas, o Governo pode representar vantagem competitiva futuramente atuando em pelo menos duas frentes. A primeira, na obtenção de custos relativos compatíveis aos dos países de referência na exportação e na inovação, por meio de investimento em infraestrutura para impulsionar a eficiência logística da cadeia produtiva e a revisão da estrutura tributária. A segunda frente, em acordos comerciais e acordos de equivalência sanitária para avançar no acesso a novos mercados (MILANEZ, et al., 2018).

Com 35 bilhões de litros por ano, o Brasil é o quarto maior produtor de leite no mundo. Em relação à exportação, a participação do país ainda é pequena, somente 2% dos produtos lácteos brasileiros são destinados para o mercado externo (SISTEMACNA, 2018).

3.7.3 Coordenação da cadeia produtiva.

A consolidação no cenário internacional de lácteos passa necessariamente por coordenação e integração dos agentes que compõem a cadeia produtiva para superação das barreiras nesse mercado. O Brasil conta com a maioria dos elementos indispensáveis para a estruturação eficiente da cadeia produtiva de lácteos. (Milanez et al., 2018):

- Suprimentos (compostos por fornecedores de insumos e serviços para a produção da cadeia produtiva dos lácteos pode ser descrita em sete grandes elos leite – os principais representantes desse elo são os fornecedores de: rações; forrageiras; produtos veterinários; tecnologias, máquinas e equipamentos, desde ordenha e refrigeração até tratores; serviços logísticos; serviços especializados de assistência técnica e gestão; fornecedores de sêmen, embriões e animais);
- Produtores;
- Logística de captação;
- Processamento industrial do leite;
- Logística de distribuição;
- Mercado institucional e atacadistas; e
- Varejistas.

Além do aumento da competitividade do leite brasileira, é de fundamental importância que se intensifique a busca por novos mercados para os produtos lácteos brasileiros, a exemplo do que já vem sendo executado pela Apex-Brasil em parceria com a Viva Lácteos. Entre os objetivos dessa parceria, está a

diversificação das exportações de lácteos, além da busca de novos mercados, como Angola, Arábia Saudita, Argélia, Egito, Emirados Árabes Unidos, EUA e Rússia (MILANEZ et al, 2018).

Para alcançar esse objetivo, é preciso ampliar a representatividade do país nos principais fóruns internacionais que discutem as normas e políticas para o setor, como é o caso da International Dairy Federation (IDF), principal entidade do setor no mundo (MILANEZ et al, 2018).

A presença no país de grandes laticínios multinacionais pode auxiliar na inserção da produção brasileira no mercado internacional, na medida em que eles têm marcas reconhecidas e rede de distribuição já estabelecida nos principais países consumidores. Por exemplo, houve embarque de pouco menos de mil toneladas de leite em pó para a Suíça, em 2017, e acredita-se que tenha sido viabilizado por essas empresas (MDIC, 2018).

À medida que o Brasil for conseguindo a abertura dos mercados para seus produtos lácteos, deve gradativamente substituir a política de proteção doméstica (tarifas de importação elevadas) por outra, de suporte à competitividade do setor, de forma a aproximar os preços praticados no mercado doméstico aos praticados no mercado internacional (MILANEZ et al, 2018).

Em adição Milanez et al. (2018) destacaram que o BNDES dispõe de várias linhas que se adequam a projetos dessa natureza. Para ações pontuais, existem financiamentos indiretos, por intermédio de agentes financeiros, que são equalizados pelo Governo Federal – por exemplo, o Inovagro, o Moderagro e o Pronamp. Também poderá ser solicitado apoio direto ao Banco por meio de um projeto estruturado.

3.8 EVOLUÇÃO DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE LÁCTEOS

3.8.1 Desafios e oportunidades à exportação de produtos brasileiros aos Estados Unidos da América

O Brasil é o terceiro maior produtor de lácteos do mundo, com aproximadamente 36 bilhões de litros de leite produzidos em 2020. O consumo anual por habitante é de 173 litros de leite. Nos Estados Unidos, esse consumo chega a 296 litros por habitante ao ano. Argentina é o maior exportador sul-americano e possui cotas específicas para vender aos EUA. Por outro lado, os EUA é um mercado com muito potencial e certamente tem espaço para os produtos lácteos brasileiros (JARDINE, 2021).

Em adição, Jardine (2021) informou que a projeção da produção total de leite dos Estados Unidos para 2021 é de 103,1 milhões de toneladas, um aumento de 1,8% quando comparado a 2020. Com relação ao perfil de importação americana, o país importa US\$ 103 bilhões em produtos disponíveis para o consumo direto, sendo os produtos lácteos responsáveis por 3,08% (US\$ 3,3 bilhões) desse total.

Os principais concorrentes do Brasil no mercado de lácteos dos EUA (Jardine, 2021):

- Os europeus concentram a pauta exportadora e são grandes concorrentes em razão das preferências tarifárias;
- A Argentina é o maior exportador sul-americano e possui cotas específicas e o Chile tem acordo tarifário com os norte-americanos.

Para produtos exportados pelo Brasil os principais competidores são os europeus e parceiros da América do Norte. O Chile é o maior concorrente

quando o assunto é leite condensado. Queijos maturados é a Itália, leite e creme de leite o México, manteiga é a Irlanda, leite em pó também o México e iogurte o Canadá (JARDINE, 2021).

Nos Estados Unidos há uma previsão de aumento da produção e das exportações de produtos lácteos, especialmente manteiga, devido aos preços competitivos. Também há estimativa de redução nas importações de “butter fat” e concentrados proteicos de leite (JARDINE, 2021).

Finalizando, Jardine (2021) destacou que os EUA não querem commodity ou produto a granel, querem algo pronto para o consumidor. É muito importante saber o que o cliente quer e, principalmente, quem são os concorrentes”.

Segundo Biodiesel Brasil (2021), o volume acumulado em 2020 de exportação de produtos lácteos cresceu mais de 50%. Sendo assim, este segmento ficou dividido da seguinte forma: a exportação de queijos e coalhada no Brasil cresceu mais de 20%, num total de mais de 4 mil toneladas. Em relação aos produtos como creme de leite, leite e outros laticínios, o aumento foi de 26,6%, somando 26 mil toneladas.

Ainda conforme Biodiesel Brasil (2021), os países que mais importam produtos lácteos são: Estados Unidos, Venezuela, Chile, Paraguai, Filipinas e Emirados Árabes Unidos. Juntos, eles receberam 56,7% do total de leite, creme de leite e laticínios (exceto manteiga e queijo). Tudo isso gera um impacto econômico na cadeia de produtos lácteos.

3.8.2 Exportação de produtos lácteos para a China

A China é o maior importador de produtos lácteos do mundo. Em 2018, o país comprou mais de 14 bilhões de quilos de leite, 18% de toda importação mundial (Gouveia, 2019). Só em leite em pó os chineses compraram 800 mil toneladas em 2018 – 25% mais do que toda a produção brasileira no período. Somente em queijos, foram 100 mil toneladas (SERPRA, 2019).

Na realidade, o acesso ao mercado de lácteos chinês estava acordado com o Brasil desde 2007, mas não havia nenhuma indústria brasileira habilitada para exportar. No entanto, em abril de 2019, o Ministério encaminhou uma lista com 24 estabelecimentos que poderiam vender ao país asiático (Tabela 6), a China resolveu aceitar o acordo. Entre os produtos que poderão ser exportados, estão os chamados de “não fluídos”, como leite em pó, queijos e leite condensado (SERPRA, 2019; SCOTT CONSULTORIA, 2019). De tal forma, segundo a SERPRA (2019) na China, eles precisarão conquistar os comerciantes e os clientes chineses, mostrando porque eles devem ser consumidos e garantindo que se trata de itens de confiança. Além disso, o mercado de laticínios na China já está dominado por países como Nova Zelândia, Austrália e outros da União Europeia. Outro ponto importante é o preço dos transportes marítimos: o modal é mais caro no percurso Brasil-China do que em relação aos outros países.

Tabela 6. Nome dos estabelecimentos habilitados para exportar para a China.

-
1. Laticínios São João – São João do Oeste (SC) – queijo e manteiga;
 2. Itambé Alimentos – Goiânia (GO) – leite em pó e manteiga;
 3. Cooperativa Central Gaúcha – Cruz Alta (RS) – leite em pó e creme de leite;
 4. Nutrifont Alimentos – Três de Maio (RS) – whey protein, soro de leite em pó e outros;
 5. Itambé Alimentos – Sete Lagoas (MG) – leite em pó;
 6. Celles Cordeiro Alimentos – Macuco (RJ) – leite em pó;
 7. Itambé Alimentos – Uberlândia (MG) – leite em pó;
 8. Laticínios Tirolez – Lins (SP) – queijo;
 9. Aurea Indústria e Comércio – Braço do Norte (SC) – leite condensado;
 10. Polenghi Indústrias Alimentícias – Angatuba (SP) – queijo e outros;
 11. Mococa Produtos Alimentícios – Mococa (SP) – leite condensado e creme de leite;
 12. Laticínios Bela Vista – Bela Vista de Goiás (GO) – leite em pó;
 13. Alibra Ingredientes – Marechal Cândido Rondon (PR) – leite em pó, soro de leite em pó e outros;
 14. Sooro Concentrado Indústria de Produtos Lácteos – Marechal Cândido Rondon (PR) – soro de leite em pó e whey protein;
 15. Frimesa Cooperativa Central – Marechal Cândido Rondon (PR) – leite condensado e queijo;
 16. Laticínios J.L. – Orizona (GO) – queijos;
 17. Laticínios Tirolez – Tiros (MG) – queijo;
 18. Laticínios Tirolez – Arapuá (MG) – manteiga;
 19. Lactalis do Brasil – Ijuí (RS) – leite em pó, fórmula infantil, soro de leite em pó, queijos e outros;
 20. Lactalis do Brasil – Teutônia (RS) – manteiga, leite em pó, fórmula infantil e outros;
 21. Cooperativa Consulati – Capão do Leão (RS) – leite em pó;
 22. Cooperativa dos Suinocultores de Encantado – Arroio do Meio (RS) – leite em pó;
 23. Itambé Alimentos – Guanhães (MG) – leite em pó e manteiga;
 24. Schreiber Foods do Brasil – Rio Azul (PR) – queijos e outros.
-

Fonte: Milkpoint (2019).

Segundo a publicação *Desafios para a exportação brasileira de leite*, produzida pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), o setor precisa aumentar a produtividade e a qualidade dos produtos para conseguir ter maior competitividade. De acordo com o documento, a falta

de escala produtiva e a ineficiência na produção e no processamento impactam diretamente a formação de preços do produto brasileiro (SUMMITI AGRO BRASIL, 2019).

Outro aspecto que merece atenção é a qualidade do produto. Segundo os especialistas ouvidos pelo BNDES para a elaboração do estudo, é necessário que sejam criadas políticas de incentivo à qualidade via preço, ou seja, pagar mais para quem oferecer produtos que atendam a parâmetros de qualidades definidos. Em relação a isso, também foi citado que é importante que os medidores de qualidade internacionais sejam adotados pelos produtores brasileiros para que haja mais chances de melhorar as exportações (SUMMITI AGRO BRASIL, 2019).

Além desses desafios, o documento aponta a necessidade de coordenar e integrar todos os atores da cadeia produtiva: produtores, fornecedores de insumos, operadores logísticos, indústrias de processamento, atacadistas e varejistas. Quando todos os envolvidos atuam de forma mais integrada, o resultado é encontrado em mais eficiência e maior competitividade (SUMMITI AGRO BRASIL, 2019).

Segundo a Aliança Láctea Sul Brasileira, em menos de uma década, os três Estados da região Sul vão responder pela metade da oferta de leite no Brasil. “Nossa produção é quase que exclusivamente voltada ao mercado interno. Com essa projeção de aumento da produção, temos que mirar o mercado externo para manter a atividade sustentável. É uma porta muito promissora que se abre com maiores possibilidades de exportação para a China (FAEP, 2019).

A ressalva nesse cenário fica por conta da força de concorrentes mundiais, como é o caso da Nova Zelândia, país reconhecido pela qualidade do leite produzido e que tem vantagens logísticas, como a proximidade com a China. Por isso, líderes do setor lácteo da região Sul do país apontam que o setor deve aproveitar essa janela internacional para investir em qualidade, organizando a cadeia de acordo com parâmetros nacionais (como as Instruções Normativas 76 e 77) e globais. “A abertura do mercado chinês vem a corroborar essa tendência de que as exportações também sejam vistas como uma prioridade (FAEP, 2019).

3.8.3 Exportação de produtos lácteos para o Egito

As autoridades egípcias aprovaram o Certificado Sanitário Internacional (CSI) que respalda as exportações brasileiras de leite e produtos lácteos. Com isso, o Brasil estará, a partir do mês de setembro/2019, pronto para exportar esses produtos para o Egito. De acordo com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, o pedido de aprovação estava pendente desde 2016 (EXAME, 2019).

Depois de três anos, o governo brasileiro conseguiu sinal verde do Egito que vai abrir o mercado local para os produtos lácteos brasileiros. Com a decisão, os produtores brasileiros poderão exportar, já a partir de outubro, produtos como leite em pó e queijos para o mercado egípcio. A ministra da Agricultura informou que a aprovação do CSI, que respalda as exportações brasileiras de leite, é uma grande notícia e que as negociações foram muito

rápidas. “É mais uma vitória de abertura do mercado do Brasil para os países árabes” (INFOMONEY, 2019).

3.8.4 Exportação de lácteos para o Japão

O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) recebeu na quarta-feira (1º de novembro de 2017) a aprovação do Certificado Sanitário Internacional para exportar leite e produtos lácteos ao Japão. Em posse do certificado aprovado pelas autoridades japonesas, o Brasil poderá exportar produtos que procedam de áreas livres da febre aftosa com e sem vacinação para o mercado asiático (ICTSD, 2017).

3.8.5 Exportação de lácteos para Rússia

Segundo Sebrae-SC (2015) a Índia, um dos maiores produtores de leite do mundo, foi impossibilitada de fornecer produtos lácteos a Moscou, capital da Rússia, devido às divergências sobre os padrões sanitários das duas federações. Com essa decisão, o Brasil foi beneficiado e firmou acordo para a exportação dos produtos lácteos brasileiros.

As empresas aprovadas receberam o Certificado Sanitário Internacional, e para tal devem (Sebrae-SC, 2015):

- Ser auditadas e inspecionadas pelas autoridades brasileiras e cumprir todos os requisitos sanitários, bem como ter a qualidade do leite também avaliada pelos russos;
- Os principais produtos comercializados são manteiga, queijo e leite em pó;

- Encaminhar às autoridades russas um documento que informa que o leite ou derivados atendem os requisitos estabelecidos pela Rússia. De posse de todas essas informações, o governo russo emite uma notificação ao Brasil, informando quais produtos foram habilitados para importação no país.

Contabilizando apenas o leite em pó, espera-se um retorno de aproximadamente 1,2 bilhão de dólares, totalizando 600 milhões de toneladas do produto. O Ministério da Agricultura do Brasil é responsável por acompanhar esses trâmites (SEBRAE-SC, 2015).

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O leite pode ser considerado como um dos produtos mais importantes para o Brasil, com a pecuária leiteira apresentando um papel representativo na geração de emprego e renda, tanto no setor primário, como no setor secundário. A atividade de processamento é relevante pela geração de emprego para o País, além de ser responsável por diversas transformações ocorridas com a cadeia produtiva do leite.

A mais prejudicial barreira é o custo de produção, como resultado deixa extremamente elevado o custo dos produtos lácteos quando exportados.

O Brasil não é formador de preços dos produtos lácteos no mercado internacional, desta forma as exportações brasileiras ficam reféns das oscilações dos preços internacionais dos lácteos; quando os preços internacionais estão muito deprimidos anula as exportações. Quando os preços internacionais estão elevados começa a ser atrativa e viável a exportação. Mas os preços elevados devem coincidir também com o real desvalorizado, o que levaria o país a ter um custo atrativo para as exportações.

Para melhorar a qualidade do leite brasileiro, atendendo às exigências do mercado internacional, tem que haver um processo de evolução entre indústrias e produtores com a organização e fiscalização do setor público. Para que as exportações brasileiras de lácteos atinjam os níveis desejados pelas indústrias e produtores, é necessário que possam garantir a qualidade e padronização dos seus produtos.

Os produtos lácteos brasileiros sofrem muito com as barreiras tarifárias impostas no mercado internacional, e como consequência o mercado internacional de lácteos fica reduzido. Para mudar este cenário o Brasil precisa acessar novos mercados e criar acordos comerciais para aumentar a competitividade do Brasil e se tornar um país importante no mercado internacional.

As barreiras para ampliar as exportações são dificuldades internas e externas, e que o governo precisa criar um programa para reduzir os custos e melhorar a qualidade do leite, e fazer acordos bilaterais com os maiores países consumidores de lácteos.

Existem 25 classificações de produtos exportáveis, sendo destinados para mais de 100 países. Entretanto, há uma forte concentração, tanto em produtos exportáveis (volume e valor) como em países e regiões de destino.

No tocante à esfera pública, ressalta-se a necessidade de políticas de apoio à abertura de conversações com países importadores de mercados de maior agregação de valor e também de apoio às informações para o comércio desse setor, por meio de ações do Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio e da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos.

E a esfera privada, requer uma mudança de pensamento estratégico das empresas no tocante à sua participação nesse mercado. Ou seja, uma vez encontrados clientes lá fora, é necessário a constância nas relações, mesmo que, em algumas circunstâncias, os preços não sejam tão favoráveis, pois os retornos tenderão a ser de longo prazo.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARTUR YABE MILANEZ. BNDES. **DESAFIOS PARA A EXPORTAÇÃO BRASILEIRA DE LEITE**. *Complexo Agroalimentar*, Rio de Janeiro, v. 24, n. 48, p. 45-114, set. 2018.

BIODISEL BRASIL. **Exportação de produtos lácteos cresce mais de 50% no Brasil**. 2021. Disponível em: <https://biodieselbrasil.com.br/exportacao-de-produtos-lacteos-cresce-mais-de-50-no-brasil/#:~:text=Segundo%20o%20Relat%C3%B3rio%20de%20Com%C3%A9rcio%20Exterior%20emitido%20pela,num%20total%20de%20mais%20de%204%20mil%20toneladas..>

Acesso em: 27 nov. 2021.

BITTENCOURT (ed.). **Santa Catarina tem dois estabelecimentos habilitados a exportar produtos lácteos para a China**. 2019. Disponível em: <http://www.revistaportuaria.com.br/noticia/19703>. Acesso em: 02 dez. 2021.

CANAL AGRO. Estadão. **Oportunidades para o setor de lácteos após abertura do mercado chinês**. 2019. Disponível em: <https://summitagro.estadao.com.br/comercio-exterior/oportunidades-para-o-setor-de-lacteos-apos-abertura-do-mercado-chines/>. Acesso em: 02 dez. 2021.

CAROLINA JARDINE. *Jornal do Comércio*. **Exportação de lácteos para os Estados Unidos é tema de debate**. 2021. Disponível em: https://www.jornaldocomercio.com/_conteudo/agro/2021/03/784055-exportacoes-de-lacteos-para-os-estados-unidos-e-tema-de-debate.html. Acesso em: 27 nov. 2021.

CNA/SENAR. **Cadeia produtiva de lácteos debate desafios e oportunidades para exportação**. 2018. Disponível em: <https://www.cnabrazil.org.br/noticias/cadeia-produtiva-de-lacteos-debate-desafios-e-oportunidades-para-exportacao>. Acesso em: 27 nov. 2021.

ESTADÃO CONTEUDO. Infomoney. **Brasil consegue abertura do mercado egípcio para lácteos e Bolsonaro comemora**. 2019. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/mercados/brasil-consegue-abertura-do-mercado-egipcio-para-lacteos-e-bolsonaro-comemora/>. Acesso em: 06 dez. 2021.

FAESC/SENAR (Florianópolis - Sc). **Balança comercial: puxada pelos leites em pó, exportação sobe 96% com relação a dezembro**. 2017. Disponível em: [http://www.sistemafaesc.com.br/Noticias/Detalhe/16272#:~:text=todos%20os%20dias,Balan%C3%A7a%20comercial%3A%20puxada%20pelos%20leites%20em%20p%C3%B3%20exporta%C3%A7%C3%A3o%20sobe,96%25%20com%20rela%C3%A7%C3%A3o%20a%20dezembro&text=Com%20rela%C3%A7%C3%A3o%20%C3%A0s%20importa%C3%A7%C3%B5es%20houve,de%20litros%20em%20equivalente%20leite\)..](http://www.sistemafaesc.com.br/Noticias/Detalhe/16272#:~:text=todos%20os%20dias,Balan%C3%A7a%20comercial%3A%20puxada%20pelos%20leites%20em%20p%C3%B3%20exporta%C3%A7%C3%A3o%20sobe,96%25%20com%20rela%C3%A7%C3%A3o%20a%20dezembro&text=Com%20rela%C3%A7%C3%A3o%20%C3%A0s%20importa%C3%A7%C3%B5es%20houve,de%20litros%20em%20equivalente%20leite)..) Acesso em: 19 nov. 2021.

FORMIGONI, Ivan. **Como está a exportação de leite e derivados do Brasil na parcial de 2019?** 2019. Disponível em: <http://www.farmnews.com.br/dados/exportacao-de-leite-e-derivados-do-brasil/#:~:text=Na%20parcial%20de%202019%2C%20at%C3%A9,no%20mesmo%20per%C3%ADodo%20de%202018..> Acesso em: 19 nov. 2021.

GRUPO SERPA (ed.). **Exportação de leite no Brasil ganha uma nova oportunidade.** 2019. Disponível em: <https://www.gruposerpa.com.br/exportacao-de-leite-no-brasil/>. Acesso em: 02 dez. 2021.

JULIANA PILA. Scot Consultoria. **A exportação de lácteos vai decolar?** 2019. Disponível em: <https://www.scotconsultoria.com.br/noticias/cartas/51469/carta-leite---a-exportacao-de-lacteos-vai-decolar>. Acesso em: 02 dez. 2021.

LUANA CARLA DE MOURA DOS SANTOS. **Exportação brasileira de lácteos: abertura dos mercados da china e da Rússia.** Florianópolis: Sebrae - Sc, 2015.

KOLLING, Márcio Henrique. **ANÁLISE DAS BARREIRAS PARA AMPLIAÇÃO DAS EXPORTAÇÕES DOS PRODUTOS LÁCTEOS.** 2017. 49 f. Monografia (Especialização) - Curso de Administração, Universidade do Vale do Taquari – Univates, Lajeado, 2017.

MAPA. **Brasil obtém aprovação para exportar leite e produtos lácteos para o Japão.** 2017. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/noticias/brasil-obtem-aprovacao-para-exportar-leite-e-produtos-lacteos-para-o-japao>. Acesso em: 08 dez. 2021.

MILKPOINT. **Brasil: confira a lista dos estabelecimentos habilitados a exportar produtos lácteos para a China.** 2019. Disponível em: <https://www.milkpoint.com.br/noticias-e-mercado/giro-noticias/confira-a-lista-dos-estabelecimentos-brasileiros-habilitados-a-exportar-produtos-lacteos-para-a-chin-215165/>. Acesso em: 02 dez. 2021.

MILKPOINT MERCADO. **LÁCTEOS - IMPORTAÇÕES.** 2018. Disponível em: <https://cadeialogisticadofrio.blogspot.com/2018/12/lacteos-importacoes.html?zx=b147f751aecc3273>. Acesso em: 20 nov. 2021.

Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. Comércio Exterior Brasileiro de Lácteos. **Brasília: Governo Federal, 2016. 32 slides, color.**

PIGATTO, Santini *et al.* EVOLUÇÃO DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE LÁCTEOS: análise do período 2004 a 2010. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras - Mg, v. 16, n. 3, p. 306-323, 2014. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87832203005>. Acesso em: 18 nov. 2021.

SILVA, André Sérgio Alves da; ROMERO, Érica Aparecida. **GERENCIAMENTO DE CUSTOS DA PECUÁRIA DE LEITE EM PROPRIEDADE RURAL SITUADA**

EM RONCADOR - PR. **Revista em Agronegócios e Meio Ambiente**, Roncador, v. 2, n. 1, p. 69-85, jan. 2009.