

Brasil exportador de leite

ntidades do setor lácteo nacional procuraram o BNDES e solicitaram que o Banco produza um documento capaz de estabelecer uma política de apoio ao setor, visando à exportação de lácteos. O BNDES assumiu esta responsabilidade e convidou a

Embrapa Gado de Leite a participar deste esforço. Nosso papel se restringiu a detectar os gargalos existentes e que precisam ser superados. Gustavo Simão, Samuel Oliveira e eu decidimos ouvir 23 especialistas do setor, que representam entidades de produtores, processadores, empresas do setor de insumos, consultores e produtores líderes. Foi da posição deste grupo que saiu o nosso diagnóstico.

De longe, é o melhor apanhado de posições já feito no setor desde 1985, ano em que comecei a me dedicar e a participar da formulação de políticas públicas para leite e derivados. Alguns dos entrevistados por nós afirmaram que não acreditam que o Brasil tem potencial para se tornar exportador. E os argumentos que apresentam são louváveis. Primeiro, entendem que o Brasil tem mercado consumidor forte, e isto inibiria o País de pensar em mercado internacional. A importante chegada de empresas processadoras no Brasil e a vinda de produtores estrangeiros que aqui estão adquirindo terra para produzir leite evidenciariam que o nosso destino é ser grande produtor para o nosso imenso mercado, sem pensar em exportar. Afinal, já temos mercado para os nossos produtos. O segundo argumento vai na linha dos custos elevados de produção, da baixa qualidade da matéria-prima e da pouca coordenação dos agentes econômicos que compõem a cadeia produtiva.

Desde os anos oitenta, quando o Brasil começou a ter participação mais diversificada nas exportações agrícolas, ficou evidenciado que os preços dos produtos exportáveis são mais estáveis que os preços de produtos típicos do mercado interno. Então, café, milho, soja, carne, suínos, aves têm preços mais previsíveis que arroz, feijão leite, banana, tomate, cenoura beterraba e outros. Somente isso já seria motivo para pensarmos em nos organizar para sermos exportadores. É importante que o Brasil se torne exportador de lácteos. Quando isso ocorrer os preços internacionais serão praticamente os mesmos vigentes aqui. Isso significará preços mais estáveis e previsíveis, o que é fundamental. É impossível tornar o setor atrativo a investimentos de longa maturação se a volatilidade e a imprevisibilidade de receita são a tônica, em função de ser impossível antever qual o preço que será pago ao produtor. Preços voláteis geram receita volátil e incerteza quanto ao retorno de investimentos. Portanto, se quisermos mercado interno estável, temos de ser exportadores.

Por outro lado, a trajetória das cadeias produtivas do agronegócio que são exportadoras nos ensina que nenhuma delas nasceu exportadora. Todas foram se estruturando para tal. Criaram inicialmente mecanismos de inteligência para detectar mercados potenciais. Com base nisso, investiram na conquista de um mercado então inexistente. E isso exigiu persistência, foco e especialização.

As empresas que se voltaram ao mercado internacional eram todas brasileiras. Isso é relevante. Não é da lógica da empresa láctea multinacional vir para o Brasil para se tornar exportadora. Não faz sentido. Considerando que o brasileiro consome em média 170 litros por habitante/ano e o potencial de consumo é de 270 litros por habitante/ano, fica evidente que temos um imenso mercado de consumo potencial, juntamente com um imenso mercado de produção em potencial. Logo, o diagnóstico destas empresas é que o mercado interno é grande, mas vai crescer muito ainda, na produção e no consumo. Afinal, somos o único país do mundo tropical que sabe produzir leite de forma eficiente e já somos o quarto em produção mundial. Temos tudo para crescer, pois temos animal e capim redesenhados para produzir leite nos trópicos e que não estavam na Arca de Noé. Foram recriados aqui, por brasileiros!

Portanto, é muito salutar que o Brasil receba empresas de produção e de processamento internacionais. Isto ajudará o Brasil a ser mais competitivo, pois elas criam emprego e renda no Brasil, e trazem para cá suas culturas de negócios, o que estimula aprendizagem para produtores e processadores brasileiros. Mas o foco destas empresas é o mercado interno. Então, cabe a nós brasileiros criar inteligência que viabilize a ida do leite brasileiro aos mercados potenciais no mundo.

O Brasil não nasceu exportador de soja, milho e proteína animal. Isso foi construído ao longo de três décadas. As empresas foram crescendo, baseadas em informações de mercado, em apoio do Governo e no desenvolvimento da própria aprendizagem. Hoje somos importantes produtores, consumidores e exportadores dos produtos citados. Não há dicotomia entre ser consumidor e exportador de lácteos, ensinam as cadeias produtivas vitoriosas. Sobre os gargalos enumerados pelos que não acreditam no Brasil exportador de lácteos, trataremos no mês que vem, pois que o espaço aqui já acabou. Até lá!BB

ANO 53 - NÚMERO 645 - AGOSTO/2018 - R\$ 11,00 - WWW.BALDEBRANCO.COM.BR



EDIÇÃO ESPECIAL

CADERNO SOBRE PRODUÇÃO DE SILAGEM DE QUALIDADE

Agroleite 2018

Uma festa à altura da capital nacional do leite

Entrevista

Ben Allones: a força dos jovens na atividade leiteira

Terra límpida

Queijos artesanais orgânicos com sabor italiano

Leite 4.0

Terra do Leite: uma indústria de produção leiteira



Energia Solar Adeus à conta de luz

Produtores de leite começam a despertar para as vantagens do uso da energia solar na propriedade