

## Vantagens comparativas reveladas nas exportações de lácteos: uma análise de Brasil, Argentina e Estados Unidos

Revealed comparative advantage in dairy exports: an analysis of Brazil, Argentina and USA

Kennya Beatriz Siqueira, Lucas Campio Pinha, Alziro Vasconcelos Carneiro; Guilherme Fonseca Travassos

### Introdução

Na última década, o comércio internacional de bens e serviços aumentou significativamente. De acordo com Comtrade (2010), o valor de mercadorias transacionadas mundialmente passou de US\$ 25,2 bilhões em 2000 para US\$ 65 bilhões em 2008, o que representou um crescimento de 157%. Esse desempenho do comércio internacional é resultado, principalmente, da expansão das economias dos países em desenvolvimento.

Neste contexto de exportações, o agronegócio e, em especial o setor lácteo, também se destacou e o Brasil conseguiu inserir maior volume de leite e derivados no exterior. Portanto, é importante identificar o papel que os grandes *players* tem desempenhado no comércio mundial de lácteos, bem como verificar a evolução da competitividade do agronegócio do leite brasileiro. Assim, o objetivo principal deste trabalho foi analisar o comércio internacional de leite e derivados, de forma a identificar as vantagens comparativas de dos lácteos do Brasil frente a seus grandes concorrentes americanos neste mercado.

### Metodologia

A Vantagem Comparativa Revelada (VCR), proposta por Balassa, utiliza dados de preços pós-comércio e, é um dos métodos mais utilizados para determinar a competitividade de um país. O VCR constitui-se numa medida revelada, pois seu cálculo está baseado em dados observados, *ex-post* ao comércio. A literatura em sugerido vários índices de vantagens comparativas reveladas, cuja utilização depende do tipo, da periodicidade e da qualidade dos dados disponíveis. Não há um índice claramente superior. Neste trabalho utilizaremos o seguinte:

$$VCR = (X_{ij}/X_i)/(X_w/X_w)$$

(1)

em que:  $X_{ij}$  = valor das exportações do produto  $j$  pelo país  $i$ ;  $X_i$  = valor das exportações totais pelo país  $i$ ;  $X_w$  = valor das exportações mundiais do produto  $j$ ; e  $X_w$  = valor das exportações mundiais totais.

O cálculo do VCR mostra se o país tem uma tendência natural de produzir e exportar determinado produto, comparando com as exportações de outros locais. Um país possui uma vantagem comparativa na produção de um bem se o custo de oportunidade da produção desse bem em relação aos demais é mais baixo nesse país do que em outros (Krugman e Obstfeld, 2005).

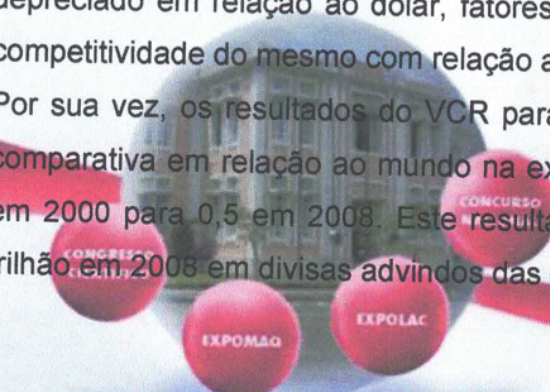
Os anos analisados foram 2000 e 2008, sendo considerados três dos grandes exportadores de lácteos do continente americano: Estados Unidos, Argentina e Brasil. Foram analisados todos os lácteos presentes na categoria 04 da Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM). Os dados foram coletados no Comtrade, banco de dados das Nações Unidas.

## Resultados e Discussão

Neste trabalho analisamos, além do Brasil, o comportamento competitivo de dois dos principais *players* americanos no mercado lácteo mundial, sendo eles Argentina e Estados Unidos. Os Estados Unidos, como grande potência mundial, se sobressai no consumo, importação e exportação de lácteos, além de ser o maior produtor mundial de leite de vaca, com cerca de 86,2 bilhões de toneladas produzidos em 2008. A Argentina é o país da América do Sul que tem se mostrado mais representativo no mercado mundial de leite e derivados, por possuir os menores custos de produção de leite da região, inferiores a US\$30/100 kg, e apresentar os melhores índices de produtividade e superávits recorrentes na balança comercial de lácteos. A Tabela 1 apresenta o VCR para as categorias de lácteos exportados pela Argentina, Brasil e Estados Unidos.

A Argentina se destaca na exportação dos produtos que compõe a categoria leite/creme de leite em pó, porém, apesar de ser o principal produto exportado do país, o leite em pó foi o único que perdeu espaço na pauta total de exportação da Argentina, e por isso seu índice de vantagens comparativas diminuiu praticamente 70% entre os anos analisados. Vale considerar que de acordo com o relatório do IFCN (2008), o consumo interno de leite no país piorou consideravelmente de 2000 para 2007, passando de 216 kg por habitante para 178 kg por habitante, além de o país possuir um câmbio consideravelmente depreciado em relação ao dólar, fatores que melhoram os valores de exportação do país e favorecem a competitividade do mesmo com relação ao resto do mundo.

Por sua vez, os resultados do VCR para os Estados Unidos revelaram que o país não possui vantagem comparativa em relação ao mundo na exportação de lácteos como um todo, já que o VCR passou de 0,2 em 2000 para 0,5 em 2008. Este resultado já era esperado, visto que o país recebeu cerca de US\$ 1,3 bilhão em 2008 em divisas advindos das exportações, e apenas 0,2% deste montante é referente a leite e



derivados. Apesar de representar um grande valor, cerca de US\$ 3 bilhões, nota-se que o valor não é tão significativo se comparado ao total exportado pelos Estados Unidos, o que torna o VCR pequeno.

No Brasil, verifica-se que os produtos que aumentaram a exportação de forma pouco expressiva obtiveram variações negativas nos índices. Isto ocorreu com o soro de leite e iogurte. No caso dos queijos, apesar do país ter arrecadado 328% a mais de divisas em 2008 que em 2000, o índice de vantagem comparativa despencou nos anos analisados, indicando que as exportações mundiais de queijo aumentaram numa proporção maior que a brasileira.

Assim como na Argentina, os principais produtos lácteos de exportação do Brasil são os da categoria leite/creme de leite em pó, nos quais o Brasil conseguiu praticamente triplicar o índice de vantagem comparativa nos anos analisados. As exportações destes produtos cresceram substancialmente: 9.737% entre 2000 e 2008, alcançando US\$ 452,63 milhões no último ano. Se comparado com os outros países analisados, o Brasil é o que possui os melhores índices de vantagem comparativa nesta categoria.

## Conclusão

Apesar de ter ingressado no mercado internacional de lácteos tardiamente, o Brasil tem conseguido grandes avanços neste comércio. Os resultados do índice de vantagem comparativa revelada indicaram que o País não é competitivo no comércio de lácteos de um modo geral. Porém, o Brasil mostrou-se competitivo nos produtos da categoria leite/creme de leite em pó. Diante disso, estratégias de marketing e de comercialização devem ser traçadas de modo a aproveitar e ampliar esta característica adquirida do País.

**Agradecimento:** A FAPEMIG pelo auxílio financeiro.

## Abstract

Besides Brazil has started lately in the international dairy market, the country has achieved successes in this market. The results of the revealed comparative advantage index indicated that the country is not competitive in the dairy trade in general. However, Brazil is competitive in the products of the category cream/milk powder. So, strategies should be developed to take advantage and improve this characteristic of the country.

BALASSA, B. Trade Liberalization and “revealed” Comparative Advantage. The Manchester School of Economic and Social Studies, 1965.

COMTRADE - United Nations Commodity Trade Statistics Database: Statistic Division. Commodity Trade Division. United Nations, New York, 2010. Disponível em: <<http://comtrade.un.org>>. Acesso em: 11 mar. 2010.

KRUGMAN, OBSTFELD. Economia Internacional, 6ª edição, São Paulo: Pearson Addison Wesley, 2005.

IFCN Dairy Report 2008. Kiel, Germany: IFCN Research Center, 2008.

## Anexos

Tabela 1. Índices de vantagem comparativa em países selecionados, por categorias de derivados lácteos.

	Argentina		Brasil		EUA	
	2000	2008	2000	2008	2000	2008
Leite/creme de leite( fluido)	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1
Leite/creme de leite ( em pó)	2,6	1,8	0,9	2,8	0,9	1,9
logurte	0,1	0,2	1,4	0,1	0,2	0,3
Soro de leite	0,6	1,8	0,1	0,0	5,5	3,2
Manteiga	0,4	1,0	0,1	0,2	0,1	1,0
Queijos	0,5	0,5	1,1	0,1	0,3	0,5
<b>Total de lácteos</b>	<b>3,0</b>	<b>2,7</b>	<b>0,1</b>	<b>0,6</b>	<b>0,2</b>	<b>0,5</b>

Fonte: Resultados de pesquisa.

