

Os lácteos podem ser um “negócio da China” ...

Fornecer alimentos de alto valor agregado para a sua população de 1.411 bilhões de habitantes tem sido um desafio para a China.

São 253,38 milhões de crianças (0-14 anos) e 47 milhões de adolescentes (14-17 anos) que correspondem, respectivamente a 17,95% e 3,3% da população total.

Não há dúvidas sobre a importância que a China dá para a “proteína animal” e, não é por acaso que, nas últimas décadas, o país vem aumentando a produção destes alimentos. Hoje, disputa a 3ª posição no ranking mundial de produção de leite bovino, atrás apenas dos EUA e Índia, alternando essa posição, ocasionalmente com Brasil e a Rússia.

Nesse esforço de prover sua imensa população, a China complementa a oferta com importações que representam grandes oportunidades para os países produtores. Suas importações volumosas e constantes são procedentes, principalmente, da Nova Zelândia, Austrália, Estados Unidos, Europa e nos últimos 15 anos iniciou sua aproximação com os países da América do Sul produtores de lácteos: Argentina, Uruguai e mesmo do Brasil.

Oportunidades para a proteína láctea

Embora o território chinês seja 12,7% maior que o brasileiro, cerca de 20% são desérticos, e em um outro tanto predominam áreas de montanhas. A prioridade do país é o cultivo de grãos (especialmente soja), a pecuária leiteira é majoritariamente estabulada. E, descontando áreas alagadas e florestas, a área agricultável disponível na China aproxima-se da brasileira. No entanto, o Brasil tem a vantagem em tecnologia e experiência na produção e processamento de lácteos, um diferencial a ser explorado.

Ainda que o território utilizável para a agricultura se aproxime, entre os 2 países, fato é que a China tem 6,6 vezes a população

brasileira, sendo que as suas crianças e adolescentes somam 300 milhões – equivalente a 38,9% da população total.

Esses jovens, na sua grande maioria são mantidos em um sistema educacional bastante intenso, permanecendo nas escolas de 8 a 10 horas diárias. Certamente demandam proteína de qualidade e cálcio. Tanto é, que a China não mede esforços para o desenvolvimento e saúde de sua massa de jovens. Mantém o país abastecido de produtos lácteos.

A China abre, constantemente, oportunidades para os países exportadores. Suas importações são volumosas e constantes, seja da Nova Zelândia, Austrália, dos Estados Unidos, Europa e nos últimos 15 anos iniciou sua aproximação com os países da América do Sul produtores de lácteos, Argentina, Uruguai e mesmo do Brasil.

A imprensa especializada, recentemente, destacou: “Brasil aumenta as exportações de lácteos em mais de 300%, para China”. De fato, a China tem ampliado suas compras do Brasil. Mas, desde muito antes o mercado da China tem sido impulsionado pelo esforço da indústria brasileira em entender e atender esse mercado. Governos também têm contribuído, com acordos fitossanitários firmados pelo Ministério da Agricultura. O Ministério das Relações Exteriores e Ministério da Indústria, Comércio e Turismo tem dado relevantes contribuições a esses esforços.

Em 2012, a Associação Brasileira das Pequenas e Médias Cooperativas e empresas de Laticínios- G100”, organizou uma missão à China juntamente com a SRI/MAPA, levando 45 empresários de cooperativas e Empresas associadas à Xangai, Pequim, Hong Kong, Hohhot na Mongólia Interior, regiões onde desenvolveu visitas técnicas, conhecendo a cultura, supermercados, fazendas de leite, usinas processadoras de leite, participando de feiras; sistemas de logísticas e inclusive comercializando proteína de soro de leite, o que certamente trouxe algum resultado, sem dúvidas, impulsionando as

exportações. Posteriormente houve tantas outras missões de empresários do setor juntamente com órgãos governamentais brasileiros que estão relacionados ao esforço em abrir o mercado chinês para os produtos lácteos.

Segundo o ditado mineiro - “Água bate mole em pedra dura, bate, bate, até que fura” - Inicialmente, os destaques foram leite UHT, doce de leite, leite condensado, fórmulas infantis e leite em pó, basicamente entre 2013 e 2014. A partir de 2022, cresceram as vendas de leite em pó e produtos concentrados; em 2023, entraram em cena soro de leite, queijos e manteiga, que são os produtos que vem aumentando atualmente suas exportações.

Alguns números são significativos exemplos dessa teimosia da indústria brasileira de lácteos, senão veja:

Em 2021 ainda eram pouco significativa as exportações, mas frente aos dados históricos anteriores, os de 2021 já seriam muito melhores, veja a seguir nos anos seguintes:

O valor “médio” total mensal em dólar e as quantidades exportadas em KG, foram respectivamente:

Exportações médias mensais de produtos lácteos para a China			
Ano	Volume (kg)	Valor (US\$)	Preço US\$/kg
2021	40.811	45.836	1,123
2022	66.431	54.232	0,816
2023	135.021	184.384	1,366
2024	199.776	336.261	1,683
2025*	444.745	585.158	1,316
* Até março de 2025			
Fonte: SECEX/MDIC			

OBS.: Não só os preços internacionais foram melhores em 23,24 e 25, mas houve também inclusão na pauta mais produtos de maior valor agregado, tipo soro de leite e queijos. Claro está que o Brasil não é os EUA que exportaram para China, nos últimos 03 anos, 244 mil toneladas de soro e lactose por ano, num total de US\$ 254 milhões.

Desafios e potencial brasileiro

O comércio internacional depende de competitividade, custos e oferta constante.

No Brasil, a produção de excedentes para exportação é limitada pela demanda interna, sendo que o consumo per capita aparente brasileiro aproxima-se de 170 litros, variando conforme a renda real da população. Embora a produtividade do rebanho leiteiro venha crescendo desde 2015, sobretudo impulsionado pelo “Projeto Mais Leite Saudável – MAPA/MINFAZ”, ainda está aquém do seu potencial. São incipientes as políticas públicas estratégicas para consolidar o setor no mercado interno e externo, por mais que tenha se desenvolvido ao longo das últimas duas décadas.

O Brasil hoje importa queijos, leite em pó, dentre outros, numa quantidade equivalente a mais de 2 bilhões de litros de leite anualmente, tendo um aumento considerável a partir de junho de 2023.

A produção está oscilando em torno do recorde de 2014, o que não é suficiente para o abastecimento interno e sobretudo não é competitiva, por diversos motivos estruturais, como o Uruguai e a Argentina.

As indústrias brasileiras foram inibidas de fazerem importações após a edição do Decreto 11.732/23. Apenas os supermercados, tradings, indústria de alimentos podem importar sem punição. Seria esse um decreto voltado a desestimular importações, resultou bastante equivocado até o momento, visto que precisaria estimular mais a produção primária de leite e não punir as empresas que mantêm uma grande indústria ociosa.

Entretanto, com uma política pública reequilibrada e somando ao fato que o Brasil possui rebanho; cultura de produção, território, clima, pastagens em evolução, além de produtores cada vez mais focados em gestão e indústrias tecnologicamente modernas. Com investimentos compatíveis com as margens da cadeia láctea e de longo prazo e sistemas de logísticas corretas, o Brasil pode

transformar a China em um “negócio de bilhões”, para os lácteos nacionais, para o Brasil.

Não se pode ignorar que o Brasil possui pelo menos 55 milhões de crianças e adolescentes, entre 0-14 e 15-17, em idade escolar, para as quais é preciso implementar programas que inicie a educação alimentar, por exemplo, em relação aos benefícios de tomar 1 copo de leite diariamente. Um incentivo que também representaria uma revolução e um enorme estímulo ao desenvolvimento da produção.

Já, para as crianças de pais que recebem benefícios do “Bolsa Família”, que segundo MDS somam 12 milhões, se fosse possível oferecer-lhes 1 copo de leite diariamente, já teria um potencial para reduzir os custos de saúde do SUS com uma alimentação rica em nutrientes essenciais para as crianças em formação, cujos benefícios são consideráveis

Seria muito importante tais ações de políticas públicas e mais ainda se, concomitantemente, houvesse uma política estruturante para a cadeia produtiva do leite, elevando a produtividade no campo; melhoria das infraestruturas de estradas, mobilidade, energética, comunicação, além do nível da educação formal do trabalhador, do produtor rural para lhes facilite a vida no trabalho com tecnologias, acesso ao crédito de longo prazo com taxas compatíveis com a rentabilidade da cadeia, certamente haveria crescimento da oferta, evitando importações e aumentando a competitividade para tornar o Brasil tão importante na produção de leite quanto conseguiu com os grãos.

[Acesse os dados das exportações brasileiras de lácteos para a China](#)