

CONIC SEMESP

16º Congresso Nacional de Iniciação Científica

TÍTULO: EXPORTAÇÃO DE PRODUTOS LÁCTEOS PARA CHINA

CATEGORIA: EM ANDAMENTO

ÁREA: CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

SUBÁREA: ADMINISTRAÇÃO

INSTITUIÇÃO: FACULDADE DE TECNOLOGIA ZONA LESTE

AUTOR(ES): ALINE MARCELINO, AMANDA MORITA

ORIENTADOR(ES): JOSÉ ABEL DE ANDRADE BAPTISTA

Realização:

SEMESP 
sindicato das mantenedoras de ensino superior

Apoio:


Educação Básica e Superior

Resumo: O objetivo deste artigo é entender como funcionam as importações de produtos derivados lácteos na China e analisar de que forma isso pode ser um bom negócio para o Brasil. É importante ressaltar o crescimento recente do mercado de produtos lácteos na China e a oportunidade que isto gerou a exportadores estrangeiros como o Brasil. Este artigo baseia-se em pesquisa bibliográfica e pesquisa descritiva, que envolve um extenso estudo sobre determinado tópico, mas não faz previsões concretas.

1. INTRODUÇÃO

Observa-se que os movimentos do comércio internacional são de extrema importância para o desenvolvimento dos países, tanto do ponto de vista interno quanto do ponto de vista externo, sendo este último aspecto relacionado ao desenvolvimento da política comercial externa.

Dessa forma as exportações contribuem para uma diversificação maior do mercado, aumentam a produtividade, melhoram a qualidade do produto e da empresa e, sobretudo trazem divisas e geram emprego no país de origem. A respeito da China é seguro dizer que é uma grande potência mundial, por sua capacidade de exportar uma gama muito diversificada de produtos, sendo que as exportações de maior expressão são os equipamentos elétricos e eletrônicos, máquinas, reatores nucleares, cadeiras, mobiliário, iluminação, sinalização, construções pré-fabricadas, artigos de vestuário e acessórios de malha, entre outros. Nota-se que a China exporta muitos produtos industrializados, contrário ao que ocorre no Brasil que exporta principalmente commodities. O Brasil tem um grave problema, pois não possui uma indústria competitiva e devido a problemas em sua capacidade produtiva, concentrou mais ainda sua pauta de exportações para China que basicamente são constituídas de três commodities: minério de ferro, petróleo e soja. Todavia, esta conjuntura pode mudar com a inclusão dos produtos lácteos na pauta de exportação para China.

2. OBJETIVO

O objetivo desse artigo é conhecer a cultura Chinesa e por conseqüência suas necessidades, analisar o mercado lácteo tanto chinês quanto brasileiro, para descobrir as vantagens geradas nessa negociação para ambos os lados, verificar e pesquisar os potenciais brasileiros para exportação de lácteos e por fim entender o

porquê da China carecer de produtos lácteos, além das peculiaridades de mercado dessa população.

3. METODOLOGIA

A metodologia usada neste artigo foi a pesquisa bibliográfica que engloba toda bibliografia impressa e obras literárias, como teses, monografias, livros, revistas, jornais, etc., o intuito dessa modalidade é permitir que o pesquisador entre em contato direto com todo material que foi redigido e publicado. (MARCONI e LAKATOS, 2012). A pesquisa descritiva exige do investigador uma série de informações sobre o que deseja pesquisar. Esse tipo de estudo pretende descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade (TRIVIÑOS, 1987).

4. DESENVOLVIMENTO

As primeiras relações comerciais entre Brasil e China encetaram no final do século XIX e de princípio não se obteve êxito na parceria, devido recusa por parte da China no que estava sendo proposto pelo Brasil, posteriormente a relação Brasil-China foram definitivamente interrompidos devido aos acontecimentos das Guerras Mundiais (TUSCO, 2010).

A reaproximação se iniciou no ano de 1974, porém com novas complicações políticas entre os dois países, logo as parcerias não foram tão efetivas como esperado e caminharam assim até o princípio da década de 1990. A intensificação rápida do comércio bilateral foi à abertura da economia, no ano de 1993 na gestão de Itamar Franco que priorizou as relações diplomáticas com a Ásia, visto que era uma relação comercial estratégica em vários pontos e um deles é a exportação (TUSCO, 2010).

Atualmente os derivados lácteos merecem destaque, principalmente o leite em pó. Em 2007, os chineses compravam um terço de todo o leite produzido no mundo e o consumo crescia 25% ao ano, fato que surpreendeu os poucos produtores nacionais chineses de leite que estavam despreparados diante do imprevisto e não puderam dar conta da demanda (G1, 2016).

A insuficiência dos produtores nacionais chineses é uma porta aberta para os grandes produtores mundiais de leite, entre eles o Brasil. O Brasil é um dos maiores produtores de leite do mundo e uma forte aposta para abastecer a gigantesca população chinesa nos próximos anos. Apesar dos chineses consumirem um terço

do leite produzido no mundo, infelizmente o Brasil não está entre os principais fornecedores do produto, os motivos são diversos, entre eles a moderada relação político externa entre ambos os países no passado e a falta de um certificado sanitário internacional válido, que esteve inválido por anos.

O Brasil produz muito leite, dos 5.564 municípios brasileiros apenas 67 não produzem leite, ou seja, somos grandes produtores de leite, listado como o sexto maior produtor de leite do mundo em 2009, mesmo com a produtividade brasileira sendo muito inferior se comparado aos primeiros colocados (MILKPOINT, 2016). O Brasil participa de forma escassa nas exportações de leite destinadas a este país oriental, porém com a abertura do mercado, tudo se torna diferente.

6. RESULTADOS PRELIMINARES

De acordo com as pesquisas e análises feitas até o presente momento o trabalho nos mostra que a abertura do mercado lácteo Chinês para o Brasil trará como consequência direta, a diversificação da nossa pauta de exportação, ampliação das negociações diretas com a China, nosso produto terá maior poder competitivo no mercado internacional, além do maior aproveitamento do nosso potencial de produção.

7. FONTES CONSULTADAS

G1. **Chineses consomem 1 terço do leite mundial.** Disponível em: http://g1.globo.com/Noticias/Economia_Negocios/0,,MUL82209-9356,00-CHINESES+CONSUMEM+TERCO+DO+LEITE+MUNDIAL.html Acessado em: 15/06/2016.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do Trabalho Científico:** Procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. São Paulo: Atlas, 2012.

MILKPOINT. **Estatísticas do leite.** Disponível em: <http://www.milkpoint.com.br/cadeia-do-leite/estatisticas/estatisticas-do-leite-milkpoint-80417n.aspx> Acessado em: 15/06/2016.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais:** a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

TUSCO, Andre M. T. **Relações comerciais entre Brasil e China.** Disponível em: <http://www.pucsp.br/geap/artigos/art4.PDF> Acessado em: 15/06/2016.