

# SECTOR LÁCTEO INTERNACIONALIZAÇÃO E COMÉRCIO EXTERNO APRESENTAÇÃO DE DEZ MERCADOS ALVO

Autoria: FEP Junior Consulting  
Coordenação: Dr<sup>a</sup> Paula Morais (PriceWaterhouse Coopers)

Data: Janeiro.2007



## SÍNTESE

O processo de consolidação que o sector lácteo nacional atravessa, tem dado origem a movimentos de vária índole que permitem afirmar que, não obstante as dificuldades derivadas de uma prolongada crise económica ou os múltiplos desafios colocados por um mercado, nacional e internacional, cada vez mais agressivo e competitivo, a fileira do leite em Portugal ultrapassou o teste da sobrevivência e hoje tem que, forçosamente, encarar voos mais ambiciosos.

Durante décadas, a principal batalha da relativamente incipiente indústria de lacticínios nacional passava por tentar satisfazer as necessidades do mercado português ao nível do leite líquido e dos vários derivados lácteos. Era uma época em que a prioridade era dada sem ambiguidade ao então chamado leite de abastecimento, sobrando para a indústria transformadora algumas 'franjas' da matéria-prima produzida no país e a importação continuada de manteiga e leite em pó, como base para a fabricação de queijos, manteigas, iogurtes, leite em pó,...

As profundas mudanças socio-económicas verificadas após o 25 de Abril e muito especialmente após a adesão de Portugal à então denominada Comunidade Económica Europeia, a que há a adicionar os elevados investimentos realizados ao nível, por exemplo, das vias de comunicação ou da distribuição comercial, motivaram a uma enorme modificação do perfil de consumo do leite e produtos lácteos no nosso país. As capitações sofreram, em especial na segunda metade da década de oitenta e em toda a década de noventa, um crescimento imparável.

Nesse período e também nos anos mais recentes, a indústria láctea nacional, mas também a produção de leite em Portugal, deram uma resposta ao desafio colocado muito para lá daquelas que eram as previsões mais correntes por altura da adesão de Portugal à CEE.

Hoje, podemos referir com indisfarçável orgulho, que – não obstante haver problemas a carecer de resoluções e desafios difíceis de vencer no horizonte – o sector é apontado como o caso de maior sucesso da agricultura nacional e aquele em que, apesar de condições geográficas e climáticas tantas vezes referidas como adversas, a organização construída no seu seio, muito mais que os apoios comunitários ou a presença 'paternal' do Estado, foi o mais crítico factor para o seu sucesso.

É, pois, chegado o momento de começar a encarar com ambição a penetração em mercados externos. Depois de um relativamente alargado período em que imperavam as pequenas exportações, tantas vezes apoiadas nas colónias de emigrantes portuguesas espalhadas pelo mundo, começam a ser observados movimentos mais sérios, seja no

envolvimento ao nível das grandes encomendas internacionais dos chamados produtos industriais (manteiga, leite em pó, soro em pó,...) seja no esforço de internacionalização efectiva das maiores empresas nacionais.

A ANIL, atenta a esta fenómeno e ciente da ausência de massa crítica em algumas áreas do sector lácteo nacional, pretende, com este primeiro conjunto de fichas, apontar pistas, dar a conhecer realidades, apoiar decisões empresariais, dando a conhecer dez países, dez potenciais mercados-alvo, alguns deles acessíveis não apenas às grandes empresas do sector, mas também a outras de menor dimensão, mas geridas por empresários atentos e ambiciosos.

Temos consciência, que, até pelos motivos atrás referenciados, esta é uma corrida em que 'partimos' mais tarde do que a generalidade dos nossos mais próximos concorrentes. Sabemos também que, quer da Oceânia, quer, mais recentemente da América do Sul, novas potências apostam tudo nos mercados internacionais, sob o lema "não há mercados impossíveis".

Por tudo isto, devem as empresas nacionais ser não apenas muito selectivas em relação aos seus alvos, como também fortemente estudiosas do contexto em que tendencialmente se moverão, pois a participação no comércio internacional terá que ser feita, em qualquer circunstância, contra tudo e contra todos.

Este estudo foi realizado pela FEP Junior Consulting, com a colaboração da PricewaterhouseCoopers, a pedido da Associação Nacional dos Industriais de Lactínios.

Depois do desenvolvimento de um conjunto de tarefas prévias à elaboração do próprio estudo, as quais culminaram com a identificação de um conjunto de dez mercados alvo potenciais.

Relativamente a cada um dos países, foi realizada uma análise macroeconómica e do sector em particular, sendo dada especial atenção a diversos aspectos específicos de elevado significado para a actuação das empresas portuguesas nesses mercados.

- Angola;
- Cabo Verde;
- Guiné-Bissau;
- Moçambique;
- São Tomé e Príncipe;
- Argélia;
- Egipto;
- Líbia;
- Marrocos;
- Tunísia.

É ainda apresentada uma breve descrição do sector na União Europeia e do sector lácteo português no seu seio.