

Falta leite em pó, falta manteiga, sobram os pudins. O caos do mercado de laticínios tem um só nome: escassez de matéria-prima.



Texto: Liana John
Ilustração: Sérgio Cajado

O mercado de laticínios está entrando em parafuso. A pane começa pelos queijos prato, parmesão e mussarela e se estende até os saudáveis iogurtes, atingindo de quebra os longa vida. E freguês é o que não falta, a julgar pelas enormes filas do saudoso leite em pó e do "in natura" nosso de cada dia.

Falta mesmo é produção, matéria-prima. Com o leite natural escasso (Ver Informe, pág. 8), a briga entre os derivados fica acirrada. No fim das contas vencem os mais rentáveis, desaparecem os tabelados. Claro, os laticinistas tem um litro de leite nas mãos e uma dúzia de opções (com suas respectivas traduções em números).

Raciocine como um deles. Você produziria:

- Queijos, para entrar num mercado de altos custos, altos preços e consumo em declínio?
- Manteigas, para sofrer a concorrência desleal da margarina (quase 50% mais barata) ou até do requeijão?

- Leite em pó, para apostar nos altos e baixos da política leiteira?

Atualmente o governo concede incentivos a este mercado como o recente aumento dos preços. Mas, continuará?

- Leite longa vida, para competir com o leite pasteurizado e o preconceito do consumidor brasileiro, aliados a um preço desfavorável?

Ou você optaria por:

- Iogurtes e sobremesas gelificadas, com seu público certo apesar de restrito, classe A e AB, ávidos por novidades, influenciáveis pela propaganda e capacitados para a rara compra por impulso?
- Requeijão, com seu tímido crescimento absoluto no consumo (em número de potes) e uma certa rentabilidade?
- Leite pasteurizado e seu consumo diário garantido?

Pois é, as escolhas parecem evidentes, embora não sejam nada promissoras nem tão simples. Nenhuma empresa pode mudar do queijo para o pudim de leite

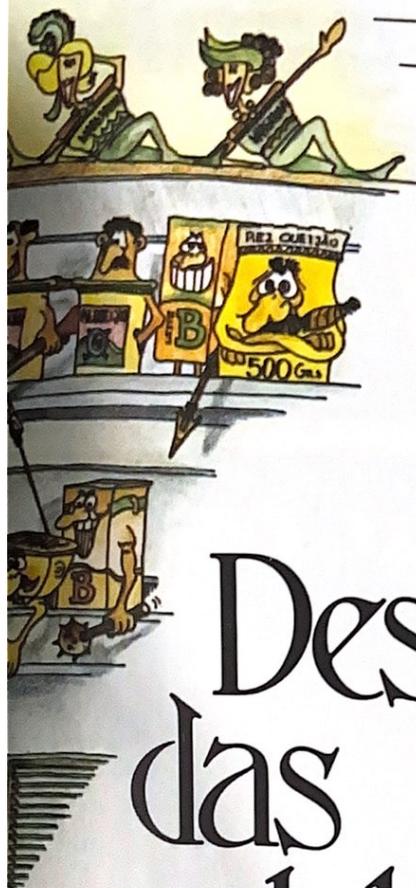
de uma hora para outra. Mas, se pudesse, com certeza cairia vertiginosamente a produção de queijos, manteigas e leite em pó, além do longa vida (com menos intensidade).

Nas empresas maiores, que têm uma linha de laticínios e realmente podem optar por um outro, isso vem acontecendo gradualmente. As menores, que representam 60% da produção nacional de laticínios, já não podem sair da crise com a mesma facilidade.

Todos os problemas têm uma só razão: preço

O fato é com a escassez da matéria-prima os preços de todos os laticínios aumentaram bem mais rápido que a inflação. Com isso, alguns deles começaram a ser considerados supérfluos e o consumo foi diminuindo.

Para manter o faturamento e o capital de giro muitas empresas foram obrigadas a aumentar suas margens sobre estes



Desaparecendo das prateleiras

produtos e aí o preço voou pelos ares, obrigando o consumidor a buscar alternativas. As diferenças de comportamento entre os diversos derivados veio, então, da capacidade do consumidor substituir o produto.

Por isso é que, como dissemos acima, a manteiga anda perdendo, para a margarina e o requeijão; o longa vida não tirou público do leite pasteurizado e os queijos viraram artigo de muito luxo. O único que continuaria sendo consumido, se estivesse nas gôndolas, é o leite em pó. Mas este não vale a pena produzir, dada a pequena margem de lucro e a enorme concorrência dos líderes de mercado.

Como vemos, as pequenas indústrias estão realmente encurraladas neste mercado. Segundo o relatório do Instituto de Desenvolvimento Industrial de Minas Gerais (INDI) sobre o assunto, as pequenas empresas, "pouco diversificadas, são colocadas face a face com o poder de absorção de vários extratos da população, cujos hábitos e poder aquisitivo circuns-

crevem as taxas de crescimento demográfico vegetativo e à evolução de renda".

Em vista disso, a maioria delas "vive um período de descapitalização, com dilapidação do capital de giro, endividamento e incremento nos encargos financeiros", ainda conforme relatório do INDI.

A origem da crise

Para o Sindicato das Indústrias de Laticínios do Estado de Minas Gerais, a crise do setor não teve origem na escassez de matéria-prima, apenas. As taxas negativas de crescimento podem ser também creditadas ao decreto governamental que alterou a legislação do ICM no ato da aquisição da matéria-prima, diz Lindemberg Albuquerque, superintendente do Sindicato.

O decreto, explica, isentou o produtor do ICM e quer obrigar as indústrias a pagarem pela isenção concedida, provocando bi-tributação. Em decorrência desta

legislação, "houve queda na produção de laticínios de muitas indústrias passaram a vender apenas leite 'in natura' para consumo (isento de ICM), enquanto outras foram vendidas a multinacionais e até se desativaram filiais por não suportarem a carga tributária".

Por tudo isso, o Sindicato das Indústrias de Laticínios impetrou recurso na Justiça, alegando que a medida é ilegal e inconstitucional. O recurso deverá ser julgado neste mês de março.

Outro fator apontado como responsável de crescimento negativo é a importação de similares. Este fator atinge apenas os queijos, que deveriam estar protegidos pela legislação. Acontece que a lei de proteção à indústria nacional só proíbe a importação de queijos com o mesmo nome, sem fazer referência ao tipo. E como existem muitos queijos semelhantes, com nomes diferentes de país para país, basta trocar a marca e o produto pode entrar com tarifas favorecidas.

E para que se tenha uma idéia do volu-

me de queijos importados, basta dizer que apenas os similares dos queijos prato e parmesão, com os nomes de "Tilsit", "Colônia" e "Sbrinz", chegaram a atingir 40,5% da produção nacional, em 1977.

Roubaram gordura da manteiga

Para o lado da manteiga, as coisas também não andam boas. Além dos problemas de preço, comuns a todos os laticínios, as manteigas sofreram uma redução na oferta de matéria-prima com a instituição do leite especial (e o aumento do teor de gordura no leite).

A oferta interna do produto diminuiu tanto, que o Brasil foi obrigado a importar 5,6 mil toneladas no ano passado. Basicamente, a manteiga importada foi utilizada para a reconstituição do leite em pó, também importado.

Conforme declarou na época Carlos Viacava, da Secretaria Especial de abastecimento e Preços, o leite em pó importado foi consumido como líquido pelas populações dos grandes centros, durante a entre-safra do leite "in natura". Grande parte do leite era desnatado, daí a necessidade da manteiga para a reconstituição.

Purpurina para o creme de leite e iogurtes

A instituição do leite especial também afetou a produção de creme de leite, que se tornou ainda menos consumido. Muitas marcas, inclusive, chegaram a sumir do mercado, restando praticamente só os líderes.

Segundo Afonso Vilela, da Assessoria de Marketing da Cooperativa Central dos Produtores de Minas Gerais (CCPR) "o futuro do mercado de laticínios depende da política de leite a ser traçada pelo governo este ano. Assim, a "estratégia dos fornecedores de laticínios será diversificar a linha, oferecendo mais opções ao consumidor como cremes de leite com sabores, por exemplo".

Em outras palavras, Vilela talvez esteja apontando para a única saída possível ao creme de leite: virar produto de luxo para o consumo supérfluo da classe A, já que seu preço não comporta as vendas antigas.

Pelo mesmo caminho seguem os iogurtes, que apesar de firmes no mercado, dependem cada vez mais da propaganda para serem consumidos. O número de marcas no mercado vem aumentando, acirrando, com isso, a concorrência.

Empresas como a Itambé (CCPR) chegou a destinar suas verbas de publicidade exclusivamente para iogurtes e sem prazo fixo: quando a concorrência aperta, ela ataca para neutralizar as outras empresas.

Ainda assim, o crescimento dos iogurtes não é o esperado (comparando-se com o crescimento demográfico). Cresce o número de potes consumidos, mas isso é debitado exclusivamente na conta do aumento populacional, não representa um aumento propriamente dito. Tanto, que as lojas da rede Pão de Açúcar de Supermercados estão reduzindo drasticamente a área de exposição de iogurtes, segundo Silvio Luiz Bresser Pereira, diretor de compras da empresa.

Curtas possibilidades para o longa vida

Já o leite longa vida, apesar de ter conquistado seu lugar nas prateleiras dos supermercados, talvez seja o laticínio de menos futuro nesta lista toda. Logo no começo ele conquistou um certo público pelo preço vantajoso em relação ao leite pasteurizado e, claro, pela inédita garantia de não estragar em dois ou três dias.

Gradualmente, porém, o preço foi subindo e a novidade desapareceu, relegando o longa vida aos acampamentos de fim de semana (onde não há geladeira). A manutenção do mercado, ou do sonho de mercado dos fornecedores, só seria possível se este tipo de leite substituisse todo o leite pasteurizado.

Segundo uma pesquisa da Tetra-Pak

do Brasil, fabricante das embalagens do leite, isso significaria uma "racionalização com os custos de transporte, distribuição e conservação, pois a entrega poderia ser feita três vezes por mês e o país economizaria, por ano, 48.739.705 litros de óleo diesel, ou US\$ 15 milhões".

Com uma distribuição em massa, o longa vida teria seu preço unitário diminuído e até equiparado ao leite pasteurizado do tipo B, como já acontece em alguns países europeus, complementa a pesquisa.

É, mas como convencer o tradicional consumidor brasileiro que ele deve consumir aqueles pacotinhos mais caros e de sabor direrente, porque um dia eles serão mais baratos que o leite B e ainda economizarão divisas para o país?

Uma bolsa de leite, para botar ordem na crise

Ainda a tempo de fazer alguma coisa pela escassez de matéria prima, em 1979 nasceu a Canelat, Central de Negócios de Laticínios. Esta central tem particular importância na crise do mercado de laticínios porque pode evitar desperdícios com suas informações.

Explicando melhor: a Canelat funciona como uma espécie de bolsa de laticínios, com cotações diárias dos preços por quilo, condições de pagamento e observações de mercado (sem compradores, em alta, sem vendedores, em baixa, sem negócios, estável e com possibilidades de negócios).

Através desses boletins, os fornecedores

Aos poucos, os queijos, iogurtes, sobremesas e cremes de leite vão se transformando em artigos de luxo: os laticínios podem sobreviver às custas da classe A?

Mais eficiente que um estoque regulador, a bolsa de leite pode ajudar a estabilizar o mercado. E nem é do governo...

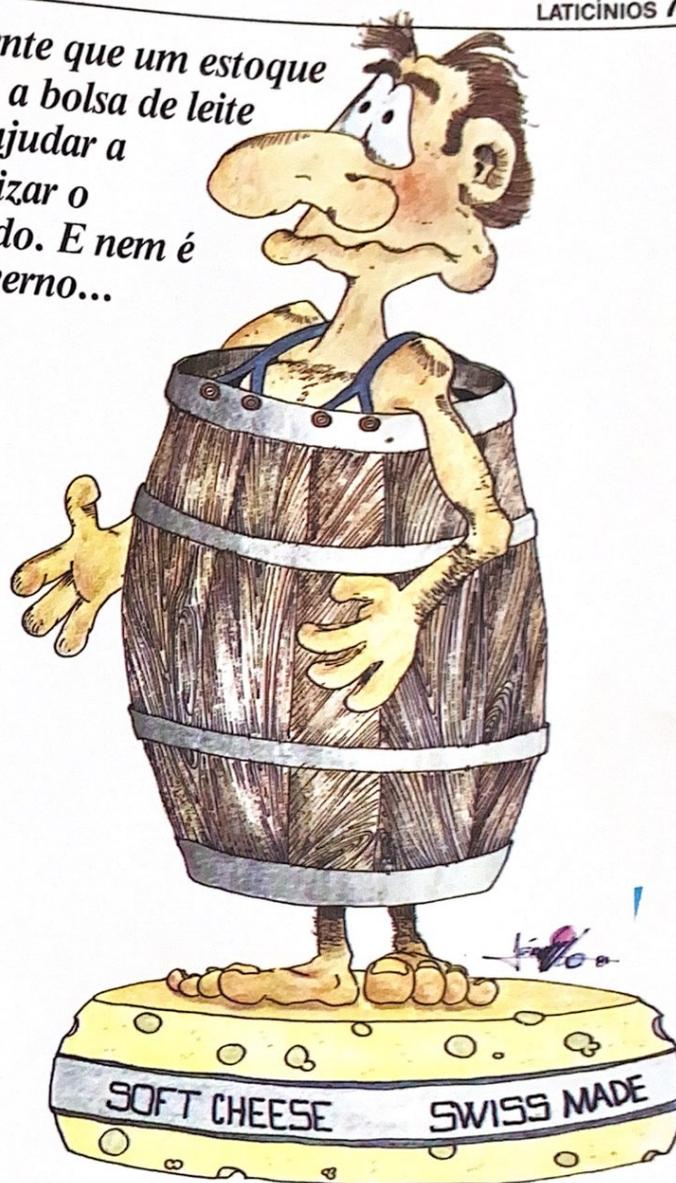
res de laticínios podem verificar qual o produto que está em falta e desviar o leite (matéria-prima) para aquela produção. Na prática, a coisa ocorre da seguinte forma: uma indústria que produz queijo verifica que existe excesso de seu produto no mercado e falta de leite em pó. Entra em contato com a CeneLat, que vai indicar uma empresa com capacidade ociosa de secagem de leite.

Mediante pagamento em dinheiro ou espécie, uma empresa faz a secagem do leite para a outra. Com isso, evita-se que a escassa produção de leite industrial seja desperdiçada com laticínios que vão morfar na prateleira por falta de comprador.

Os negócios podem ocorrer de região para região também: uma empresa que esteja com falta de matéria prima no nordeste entra em contato com a CeneLat, que verifica quem pode oferecer este leite em outras regiões. Quando o laticínio já foi produzido e não encontra comprador na sua região habitual, a CeneLat ainda intermedia a operação entre a empresa e supermercados de outra região.

As transações todas são feitas por telex, telefone e correio, o que as torna bastante rápidas. Além disso, a central informa sobre as últimas novidades em equipamentos, químicos, mão-de-obra, embalagens e até legislação, como diz Paulo Sivestrini, diretor da CeneLat e pai da idéia.

Eles são não podem mesmo é acabar com a escassez do leite industrial, porque isso é da competência de Brasília. Que, aliás, bem poderia adotar um sistema semelhante para tantos outros produtos escassos, básicos e desperdiçados por este país agora. ■



Laticínios — Consumo aparente (toneladas)

	74	78	79
Leite pasteurizado	4.490.979	6.242.461	6.773.000
Preparação de leite	6.402	22.600	30.962
Leite condensado	37.600	56.795	63.000
Leite evaporado	106	119	123
Leite em pó	138.905	206.968	229.000
logurte	41.696	88.396	106.690
Queijo fresco	18.634	30.932	35.000
Outros queijos	64.426	94.062	103.460
Creme de leite	11.245	21.477	25.250
Doce de leite	18.580	20.726	21.900
Outros	37.220	86.353	106.600
TOTAL	4.863.793	6.870.889	7.494.985
TOTAL Cr\$ 000	25.817.067	50.597.362	55.193.217

Fonte: ABIA — Estimativas com base no Censo Industrial de 1970, Pesquisa Industrial de 1974, DIPOA e dados colhidos no setor.