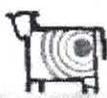
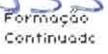
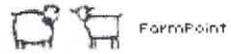
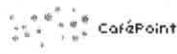


SP 3844
P. 135

REDE AGRIPPOINT



MILKPOINT
Essencial, como o leite



Usuário M

BUSCA

CADASTRO CARTAS PUBLICIDADE



- » início
- busca
- cadastro
- cadeia produtiva
- comércio internacional
- conjuntura de mercado
- dicas de sucesso
- editorial
- entrevistas
- espaço aberto
- especiais
- exibicionais
- fazendo a diferença
- foi um sucesso
- foi leite
- foi sucesso
- foi um sucesso
- foi leite
- participação do mercado
- saiba mais
- preços de leite
- raças e genética
- volta ao mundo
- chat
- clima
- comunidade
- cartas do leitor
- classificados
- eventos
- fique atento
- links
- novidades sonpoint
- opine
- de 10 dias
- agendas de parças
- curiosos online
- leitura técnica
- mapa do site
- parceiros
- leal
- sucesso
- novidades
- profissionais do futuro
- empresas
- novas
- raças técnicas
- animais jovens
- conservação de forragens
- gerenciamento
- melhoramento genético
- nutrição
- pastagens
- qualidade do leite
- reprodução
- saúde
- situações de produção
- institucional
- leite
- contato
- publicidade
- sobre o milkpoint

Conjuntura de Mercado

Existem 14 cartas relacionadas a este artigo.
Clique para lê-las.

[21/03/2007]

Leite em excesso é bom



Paulo do Carmo Martins
Pesquisador da Embrapa Gado de Leite e Professor Dr. da FEA/UFJF

Nos artigos anteriores demonstramos que, mantidas as tendências atuais, o futuro reserva excesso de leite no Brasil. A reação dos leitores foi de desânimo e apreensão. Será que há motivo para isso?

Os números esperados de excesso de leite para 2.025 são espetaculares, pelo tamanho. Contudo, mais importante que os valores, o que conta é a tendência. O alerta dado pelas projeções não assegura que um cenário sombrio para o setor lácteo nacional irá efetivamente acontecer. Afinal, o cenário de 2.025 será resultante dos fatos que irão ocorrer até lá. Alguns fatos futuros são passíveis de interferência da cadeia. Outros não. Iremos analisá-los.

Começamos pelas variáveis que escapam ao controle da cadeia produtiva. Não podemos interferir na redução do crescimento (1,4% hoje para 0,8% em 2.025) e no envelhecimento da população brasileira. Isso é dado. Também não temos condições objetivas de interferir no crescimento do PIB, pois cada vez mais fica evidente que o crescimento tem a ver com o tamanho do Estado.

O pesquisador Alexandre Marinis divulgou estudo, envolvendo dados de 215 países, cobrindo o período de 1971 a 2005. Ele concluiu que países em que o Estado abocanha até 10% do PIB com despesas correntes apresentaram um crescimento médio anual do PIB de 4,7%. Já nos países em que o Estado consome, com despesas correntes, 30% ou mais do PIB, o crescimento médio anual foi de somente 2,4%.

Este é o caso do Brasil. Em 1984, as despesas correntes representavam 7,7% do PIB. De lá até os dias atuais, não parou de crescer. Em 1994, já era 20,1% do PIB e, em 2006, fechou 30,2% do PIB. Esses dados colocam o Brasil numa situação somente comparada a países que estão em guerra. Países que têm apresentado contínuo crescimento elevado, como China e Chile, apresentam percentual de despesas correntes em relação ao PIB bem menor. Como não há no horizonte brasileiro nenhum movimento sólido de redução do tamanho do Estado, não é de se esperar que o espetáculo do crescimento ocorra em níveis maiores do que estamos verificando há duas décadas, ou seja, em média, abaixo de 3% ao ano.

Portanto, crescimento da população e da renda são duas variáveis que interferem diretamente na demanda de leite e cadeia não pode controlar. Todavia, há outras variáveis que é perfeitamente possível o setor agir sobre. A demanda efetiva de leite é resultante do consumo das famílias, do consumo do Governo, do consumo das empresas e das exportações.

Começamos com o **Consumo das Famílias**. Os dados de elasticidade-renda da demanda de lácteos mostrou valores restritos para o leite. Mas, isso pode ser plenamente modificado. Se o consumidor for estimulado a consumir um produto, ele irá modificar seus hábitos e irá incorporar à sua cesta de produtos e serviços preferidos aquele produto que antes não era tão considerado. Os laticínios brasileiros estão fazendo o seu papel. Desde 1995, o mercado lácteo vive um processo muito dinâmico de lançamento de novos produtos.

Na próxima ida a um hipermercado, veja a quantidade de novos produtos disponíveis. Perca um pouco de tempo e fique neste setor. Veja como o consumidor gasta uns bons

SP 3844
P. 135

SP 3844
P. 135

colaboradores
como participar
imprensa
informações legais
nossa proposta
novas do milkpoint
política de privacidade
188
serviços disponíveis
trabalhe conosco
outros sites
conheça o agripoint
acesso ao beefpoint
acesso ao cafeipoint
acesso ao farmipoint

minutos, não somente comparando preços, mas analisando e decidindo se experimenta uma nova versão que ele ainda não conhece. Se comparado com países europeus e EUA, temos ainda muito a diversificar os produtos lácteos e, também, a forma de apresentá-los. E isso, certamente continuará a acontecer no Brasil. E isso é bom, pois estimula o aumento do consumo de lácteos.

Mas, ainda nesta linha de modificar o comportamento do consumidor, lideranças do setor estão prestes a promover um verdadeiro salto quântico, ou seja, uma mudança estrutural, com a criação de um fundo para a realização de marketing institucional, com a participação de produtores e dos laticínios. Essa é uma ação vital e que não tem como se colher resultados desfavoráveis. A experiência americana e a recente experiência goiana avalizam esta iniciativa. É óbvio que o consumidor não muda comportamento rapidamente. Mudança de hábito exige persistência e continuidade. Mas, o mega excesso de leite previsto não é para amanhã!

A segunda variável que interfere na demanda de leite é o **Consumo do Governo**. O ministério do Desenvolvimento Social tem um belíssimo programa de aquisição de leite no nordeste, que tem estimulado a manutenção de emprego e renda no interior. Programas como esses devem ser apoiados, para que surjam outros, em outros ministérios, com outros desenhos institucionais e pressupostos, mas com o objetivo geral de estimular o consumo, ao mesmo tempo em que trazem para a formalidade o leite informal. É necessário, também, que governos estaduais criem programas estaduais de estímulo ao consumo de leite, como em São Paulo e Paraná.

Todavia, há uma grande oportunidade ainda não explorada. O principal programa alimentar do Governo é o da Merenda Escolar. Lanço mão de experiência que vivi, para comprová-la. Em 1993, durante o Governo Itamar Franco ocorreu a municipalização do Programa, ou seja, as prefeituras puderam gerir os recursos repassados pelo Governo Federal. Na ocasião, eu era o secretário de Agropecuária e Abastecimento de Juiz de Fora - MG.

O município tinha 108 mil pessoas, entre alunos e atendidos em programas sociais. Decidimos distribuir 80 mililitros por pessoa, três vezes por semana. Isso gerou a aquisição de 8.640 litros de leite por vez, ou 25.920 litros por semana, ou 1.347.840 por ano. Isso é caro? Claro que não. É possível atender cada aluno a R\$ 0,08, a preços de hoje. Ah... é muito pouco leite! Nenhum impacto irá gerar. Pois bem, retratei um município. O Brasil tem mais de 5.200. Imagine cada município adotando política similar?

Mas, atenção! A adoção de uma política como essa depende da ação das lideranças de produtores locais. Em cada município há, por força de lei, uma Comissão da Merenda Escolar. Compete a esse grupo estabelecer a política a ser implementada no município. Os prefeitos, em geral, não gostam de trabalhar com leite, pois há resistência das escolas. Além disso, muitos nem aderiram à municipalização, pois temem gerenciar produto perecível. Esse assunto é tão importante, que voltarei a ele em artigo específico. Mas, é uma mega fonte de estímulo ao consumo de leite, que está sendo pouco trabalhado e que pode auxiliar no aumento da demanda.

A terceira variável é o **Consumo das Empresas**. Refiro-me ao leite e seus derivados que são adquiridos por outras empresas de alimentos, de cosméticos, de remédios, dentre outros. Neste ponto, estamos pouco evoluídos. Ainda importamos vários derivados lácteos, como soro, caseína e derivados, enquanto os jogamos no ralo, ou seja, o que é resíduo poderia ser fonte de renda e emprego. Mas, o mais grave é que não temos linha de pesquisa contínua e vigorosa visando à obtenção de novos produtos e novas aplicações para o leite.

A quarta variável é a Exportação. Ainda estamos tateando nessa questão. Governo e setor privado ainda não priorizaram efetivamente o setor externo. Não há, efetivamente, um "acordo" generalizado que se traduza em ação vigorosa visando à conquista de novos mercados. Não participamos, por exemplo, de eventos e entidades mundiais relevantes que influenciam na tomada de decisões mundiais relacionadas ao leite. Um exemplo é a não adesão, ainda, ao IDF - *International Dairy Federation*. Voltaremos à questão da exportação num artigo específico.

Enfim, o anunciado excesso de leite deve ser visto como oportunidade e não problema. Se o pessoal da soja e da carne tivesse visto o excedente que geram há duas décadas como problema, o Brasil não seria um importante "player" no mercado mundial, a ponto de incomodar brutalmente os seus concorrentes. Se a Nova Zelândia temesse o excesso, não teria, hoje, cerca 30% do mercado mundial e mais uns 20% prováveis, por meio de parcerias.

O Brasil perdeu, desde os anos setenta, o interesse por planejamento. As campanhas para cargos executivos, para Presidência da República, para Governo de Estado e, até mesmo para prefeituras não levam ao surgimento de propostas concretas. Os candidatos não discutem propostas de Governo. No setor privado, as empresas líderes planejam suas ações. As empresas de porte médio e pequeno ainda vivem ao sabor da conjuntura. Já os setores organizados, conseguem se programar e priorizar suas ações conjuntas, visando ganhos coletivos para as empresas que atuam no setor.

O setor leiteiro tem mostrado uma vitalidade e um dinamismo nos últimos anos, que tem se traduzido em maturidade contínua. Portanto, baseado no passado recente e nas movimentações do presente, o excesso de leite que virá é notícia boa, alvissareira. Pois, na verdade, não se traduzirá em excesso. Irá se traduzir em aumento de consumo per capita nacional e aumento da participação brasileira no mercado internacional. Mais que fé, este é um cenário racionalmente possível.

AVALIAÇÃO » O que você achou desse artigo?



« anterior | próxima »

Cartas do leitor

[21/03/2007]

Guilherme Alves de Mello Franco

Juiz de Fora - Minas Gerais - *Produção de leite (de vaca)*

Prezado Professor Paulo,

Interessante seu artigo. Se todas as cidades brasileiras tivessem tomado a iniciativa daqui de Juiz de Fora, à época, estaríamos não só com nosso setor produtivo mais equilibrado como, também, nossas crianças seriam mais saudáveis, pois inegável e cientificamente comprovado, que o leite é um grande alimento.

Mas, por lado outro, não se pode colocar a culpa do marasmo em que se encontra o setor, única e exclusivamente, nas costas de nós produtores, sob o emblema de que não nos organizamos de forma efetiva. É verdade que sim, porém, devemos nos lembrar que a grande maioria de nossos pecuaristas de leite reside em locais de difícil acesso, distantes uns dos outros muitas vezes por quilômetros de estradas intransitáveis, atuam em regime de economia familiar (não tendo empregados, não podem afastar-se de suas propriedades para reuniões e discussões necessárias, sob pena de não alimentar o gado, não tirar o leite, enfim, estagnar a vida da propriedade) e não possuem grau de escolaridade suficiente para entender as necessidades do associativismo.

"Marketing", então, nem pensar, ainda mais em estrangeirismo de língua inglesa, tão comum em países subdesenvolvidos como o nosso, que copia tudo de banal da "grande mãe americana do norte", sendo que ele mal sabe falar a língua oficial. Como esperar, então, a efetiva ação desta fatia produtiva?

Além do mais, nem todos são abastados financeiramente (pelo contrário, a maioria apenas sobrevive) para poder bancar propagandas. Resta, portanto, cobrar a ação deste desastroso governo, que amplia seus gastos de 7,7% para 30,2% do produto interno bruto, como se isso fosse a coisa mais natural do mundo, e continua a vestir bonês e camisetas, posando com a falsa e demagoga humildade de quem vive em castelo de ouro.

Enquanto isso, perdemos espaço para toda sorte de outros manejos agropecuários, como, recentemente, acontece com a cana-de-açúcar. Depois que a balança comercial cair vertiginosamente, em face da interrupção do comércio de lácteos, vitimada pela falta de produção, não adiantará mais "chorar o leite derramado", porque a "Inês é morta".

Ou o Governo deixa de brincar com a vida do povo brasileiro, como se este fosse uma marionete nas mãos de péssimo manuseador, ou nós não veremos concretizado o tão cantado excesso de leite em 2025, já que nossos rebanhos e produtores terão morrido bem antes, de fome, de raiva e de desilusão.

Parabéns pelo enfoque e um grande abraço,

GUILHERME ALVES DE MELLO FRANCO

[21/03/2007]

MARCOS NEVES LOPES

Outro - Ceara - *Consultoria/extensão*

A chegada a margem de um rio, a depender do olho do observador, poderá despertar diferentes percepções: retornar, ficar olhando a água passar ou tentar transpor aquela "possível" barreira.

Acredito que estamos vivendo esse momento. Estamos presenciando a tomada da decisão do retorno (alguns), do comportamento passivo do observador (do apreciadores da paisagem) ou da construção da ponte (os intusiasmistas).

Compartilhamos do pensamento do autor, e pensamos que já é hora de construir essa ponte. Penso também que já é hora de agir, de procurar as formas e aplica-las.

E para aqueles que procuram chegar à outra margem, até lá!

[21/03/2007]

Martinho Mello de Oliveira

Paranaíba - Mato Grosso do Sul - *Produção de leite (de vaca)*

Brilhante a sua explanação, Dr Paulo Martins, pois nos leva a ser mais pró-ativos, e não ficar chorando o leite derramado. Através da nossa união, nós produtores poderemos remar contra a maré de juros altos, câmbio desfavorável, baixo consumo e etc.

Sobretudo se estivemos todos juntos: produtores, entidades representativas, pesquisadores, estudiosos no assunto, caminhando no sentido de mudar o cenário futuro, principalmente com campanhas de massificação do consumo e uma mudança na política externa brasileira, para, enfim, sermos os maiores produtores e exportadores de leite do mundo. Não subsidiados, mas respeitados e reconhecidos como economicamente viável, socialmente justo e ecologicamente sustentável.

Muito obrigado, Dr. Paulo, pelo alerta.

[21/03/2007]

Paulo Fernando Andrade Correa da Silva

São José dos Campos - São Paulo - *Produção de leite (de vaca)*

É o brilhantíssimo, Dr. Paulo Martins, deu uma consertada!

Concordo com toda esta, agora, visão otimista, como deveria ser a da Embrapa, órgão do executivo federal. Só que, para o lado do produtor, está russo! Vamos encarar a realidade. Tem gente demais querendo pressionar otimismo aonde não cabe.

Sugiro trabalhar mais nos pontos aonde podemos trabalhar, vários claramente mencionados pelo Dr. Martins. Da nossa parte continuamos, desesperadamente, batalhando.

Paulo Fernando.
APLISI

[22/03/2007]

João Paulo Vaianti Alves dos Santos

Lençóis Paulista - São Paulo - *Pesquisa/ensino*

A divulgação de idéias e conceitos é extremamente importante. Bons artigos auxiliam e ampliam os horizontes dos formadores de opinião. Estes, por sua vez, ajudam a manter expectativas positivas e propulsionam a produção de leite.

Parabéns, Paulo, pelo esclarecedor artigo, e Equipe MilkPoint pelo trabalho desenvolvido!

[22/03/2007]

Wilson Mota da Silva

Curitiba - Paraná - *Estudante*

No colégio dos meus filhos a cantina NÃO vende refrigerantes e sucos artificiais e as crianças só podem levar estes produtos uma vez a cada 14 dias (dia do lanche livre).

Os sucos naturais, achocolatados com leite, iogurtes são liberados tanto para comprar na cantina, ou para que o alunos os levem de casa. Sindicatos, sociedades, cooperativas e associações de produtores rurais devem pressionar as autoridades políticas para que escolas públicas e particulares adotem esta prática, nem que seja por conta de uma lei.

Do mesmo modo trabalharem na divulgação dos benefícios de as nossas crianças e adolescentes receberem um alimento rico em nutrientes no lanche escolar. Veja o absurdo, o pai paga caro para o lanche na escola, e o que o filho toma? Coca-cola e similares, Cadê o valor nutritivo?

E quando chegam à idade adulta então, mais gasto para o setor público (tratamento para obesidade, cirurgia para redução do estômago...) enfim, mais gasto governamental e mais imposto para nós.

[23/03/2007]

Marcelo Donizete Cerutti

Paranaíba - Mato Grosso do Sul - *Consultoria/extensão*

Muito Bom!

São essas informações que nos motivam ao trabalho.
Tenho uma simpatia por pessoas otimistas, realistas, de visão e perspectiva.

Admiro o pensamento que busca a solução dos problemas e não a problematização da questão. Bola pra frente. Está na hora de exigirmos mais do poder público local, no nosso município, para que criem condições objetivas mais próximas de nós, esse poder tem condições de nos dar resultados imediatos.

É isso mesmo.
Só o trabalho nos edifica.
Cerutti.

[25/03/2007]

José Geraldo Pereira Pinto
Caxambu - Minas Gerais - *Vendas*

Dr. Paulo,

Parabéns pelo artigo, concordo e espero que atitudes sejam tomadas em todos os setores para realmente dar vazão a essa crescente produção de leite. Se isso realmente acontecer, todos ganharão.

Abraços,
Pereira

[25/03/2007]

Francisco Hercilio da Costa Matos
Ouro - Distrito Federal - *Produção de leite (de vaca)*

Caro Paulo,

Para variar, voce conseguiu mais uma vez ser didático, preciso e oportuno. Um país, um setor produtivo, uma empresa (incluindo aí uma chácara leiteira, como a minha), não se fazem sem trabalho, pertinência, e visão de futuro. O "cabo da Boa-esperança" foi, antes de Vasco da Gama, o "cabo das Tormentas".

Precisamos trabalhar, unir esforços e perseverar. A Embrapa, como sempre, pode ser o nosso boi-de-guia.

Obrigado pelas luzes.

Um abraço, Hercilio.

[26/03/2007]

Maurício Silveira Coelho
Passos - Minas Gerais - *Produção de leite (de vaca)*

Prezado Dr Paulo,

Parabenizá-lo por mais um bom artigo é uma redundância, uma vez que você sempre está sintonizado com os problemas do setor e os conhece muito bem.

O que de fato é importante, é estarmos pela primeira vez discutindo o futuro em diferentes cenários, por visões diferentes, o que invariavelmente nos leva a ter uma visão mais critica e realista do setor.

Deparar com um problema de excesso de oferta de leite num futuro não muito distante, deve gerar em nós produtores, indústria, pesquisadores, ações que neutralizem essa perspectiva, promovendo aumento de consumo, incremento de exportações, inclusão do leite em programas oficiais, e outras como você citou neste artigo.

Devemos exercitar o nosso empreendedorismo a favor do nosso segmento, e quisá quando o futuro chegar estaremos dizendo que um dia o Dr. Paulo Martins , chefe da Embrapa Gado de Leite, escreveu um prognóstico para o leite, que não se confirmou (ele estava errado) porque nós mudamos esse futuro.

Afinal, as pessoas são diferentes. Umam vivem a história e outras constroem e modificam a história, e essas são absolutamente imprescindíveis.

Parabéns, e vamos continuar a desenhar o futuro que esta classe merece e precisa.

Um abraço,
Mauricio Silveira Coelho
Médico veterinário e produtor na Fazenda Santa Luzia - Passos MG

[28/03/2007]

Marco Godinho Dib
Passos - Minas Gerais - *Estudante*

Artigos com visões otimistas, como este do Dr. Paulo, são muito positivos, pois encorajam e estimulam os novos profissionais do setor leiteiro a continuar e melhorar cada vez mais suas ferramentas de produção.

O futuro do leite no Brasil está em nossas mãos, estudantes, profissionais, produtores de visão vanguardista e políticos com consciência de que o setor agroindustrial será cada vez mais importante na economia do país, tanto interna quanto externa.

Marco Godinho Dib
Estudante de Zootecnia
Passos-MG

[29/03/2007]

Edson Felix Costa

Recife - Pernambuco - *Produção de leite (de vaca)*

Parabéns, Dr Paulo Martins,

Semana passada assisti a sua palestra sobre o tema acima descrito e achei que havia captado tudo. Lendo o seu artigo, pude perceber com mais nitidez a consistência e a pertinência dos seus conceitos.

[04/04/2007]

Marcello de Moura Campos Filho

Campinas - São Paulo - *Produção de leite (de vaca)*

Caro Paulo,

No último artigo da trilogia você mostra que haverá ou não grandes excedentes de oferta em 2025 dependendo de algumas variáveis, algumas possíveis de interferência da cadeia e outras não.

E mostra que as duas variáveis que não podemos controlar são a redução da taxa de crescimento da população e o baixo crescimento do PIB. A redução do crescimento da população é uma tendência no meu ver irreversível. Já o crescimento do PIB creio que possa melhorar. Aliás a revisão da metodologia de cálculo do IBGE já mostrou um cenário mais favorável.

Creio que nos próximos 15 anos teremos um crescimento sustentado da economia e que possamos chegar a um crescimento do PIB em torno de 5% ao ano. Mas será difícil, pois como você mostrou com clareza, depende da redução do tamanho do Estado, que por sua vez depende de uma mudança cultural envolvendo a sociedade e a classe política, o que realmente é um processo muito demorado.

Mas nesse período creio que pelo menos alguns avanços com relação ao tamanho Estado podemos esperar. Resumindo, acredito que as variáveis que estão fora da ação da cadeia, se não melhorarem, pelo menos não irão piorar.

Você mostrou quatro variáveis importantes sobre as quais a cadeia produtiva pode agir: consumo da família, consumo de governo (que representa populações que só através de programas sociais podem consumir leite), consumo das empresas e exportações. É importante lembrar que a ação do Governo afeta muito o comportamento dessas variáveis.

A perspectiva de excesso de leite poderá ser boa ou ruim, dependendo de como forem tratadas essas variáveis. Lembro uma citação que vi certa vez num editorial do jornal O Estado de São Paulo: "Todos os nossos grandes problemas de hoje foram pequenos problemas que não foram devidamente equacionados e resolvidos no passado".

A Leite São Paulo acredita que a criação de um Grupo Temático Permanente de Política e Planejamento do Setor Leiteiro junto à Câmara Setorial da Cadeia Produtiva do Leite do MAPA, nos moldes da sua proposta, se constituirá no fórum para que a iniciativa privada e o Governo possam discutir essas variáveis, propor e acompanhar as ações estratégicas necessárias para que essas variáveis assumam valores desejáveis para a cadeia produtiva do leite e para o País.

Finalizo parabenizando-o pela trilogia, que representa um alerta importante para a cadeia produtiva e para o Governo que o futuro do leite poderá ser muito bom ou muito ruim, dependendo das ações que fizermos a curto prazo.

Um grande abraço,

Marcello de Moura Campos Filho

Presidente da Leite São Paulo

[16/04/2007]

Aluizio Lindenberg Thomé

Carangola - Minas Gerais - *Produção de leite (de vaca)*

Dr. Paulo,

Li e reli os três artigos, inclusive os comentários e réplicas do Marcello Moura Campos Filho, que muito enriqueceram o debate. Li também todas as cartas relacionadas. A primeira carta, do primeiro artigo, escrita pelo professor Jobson, doutorando em Viçosa, foi premonitória. Seguem meus comentários, espero que possam de alguma forma contribuir para esse debate.

Não acredito muito em redução do tamanho do Estado. O ciclo vicioso do baixo crescimento econômico x aumento das políticas de proteção social, aliado a um governo que pratica claramente uma política de ocupação de espaços da iniciativa privada como recurso para ampliar seu poder de manipulação eleitoral impede isso. Ao contrário, existe uma corrente de pensamento que acredita é que o tamanho do estado brasileiro aumentará em relação ao PIB nos próximos anos.

E a mudança de metodologia na medição do PIB não significa que o mesmo começou a aumentar mais agora, apenas que os números estão sendo lidos de forma diferente.

Programas governamentais de fornecimento de leite também geram aumento de gastos, se não

houver economia em outros setores. O programa de aquisição de leite do Nordeste, o Sr. bem mencionou, tem sido um grande propulsor da manutenção de emprego e renda, comprando leite de agricultores familiares e assentados, e com isso estimulando também o aumento da produção leiteira, inclusive via financiamentos subsidiados para aquisição de matrizes, investimentos em infra-estrutura e irrigação, etc... Nada de mal nisso, são apenas constatações que reforçam sua tese.

Então em relação ao "consumo de governo", realmente o grande caminho é o das lideranças de produtores locais procurarem influir nas compras da merenda escolar. Essa intervenção não gera risco de aumento de gastos ou aumento de produção. Apenas de consumo. Ponto!

Quanto ao "consumo das famílias", espero ansioso o deslanche do Fundo de Marketing Institucional. Existem muitas dificuldades aqui, que terão que ser transpostas com muita paciência, persistência e competência das lideranças envolvidas. Só um exemplo: no início da década de noventa tive a oportunidade de participar no prédio da Bolsa de Mercadorias, no Rio de Janeiro, de uma reunião da ABIQ (Associação Brasileira das indústrias de Queijo), que teve como objetivo a produção de marketing institucional.

Mas apenas fabricantes de queijo, na época já pressionados pela explosão do leite Longa Vida e dos Iogurtes em geral, participaram. Não havia ainda a idéia da Cadeia Produtiva. Estávamos desfocados, éramos Don Quixotes lutando contra o moinho errado! Ao invés de pensarmos no consumidor de lácteos, restringimo-nos ao consumidor de queijos! Acontece que era e é ainda muito cara, caríssima, a produção de uma campanha que realmente possa interferir no aumento de consumo de forma continuada (e aqui não falamos em mudanças de hábito, o que é muito mais difícil).

Não é coisa para apenas uma parcela da Cadeia. Resultado da experiência: foram criadas duas peças de marketing até muito boas, mas que foram veiculadas umas poucas vezes e se não me engano, em duas redes de televisão menos importantes (na época, muuuuuittto menos importantes) onde o perfil do público certamente não era o que pretendíamos atingir. E ficamos por aí.

E o marketing institucional hoje, não será feito apenas em "outdoors" ou em comerciais de TV, mas deverá estar inserido na fala dos artistas na novela, na mesa do café da manhã, no ato pedir um copo de leite na academia de ginástica, nos programas de entrevistas, talvez até via Internet ou no Celular, enfim, explorando as infinitas possibilidades que a cada dia surgem com o advento de novas tecnologias.

Mencionei entre parênteses no outro parágrafo, que não estamos falando de mudanças de hábito. E não estamos mesmo. A grande maioria dos brasileiros bebe leite até o advento de sua idade adulta. O envelhecimento da população chega também com a constatação cada vez mais provada cientificamente sobre a necessidade e importância do consumo de lácteos na idade adulta como forma de prevenção da osteoporose entre outros males.

O que temos a fazer é convencer aos próximos novos adultos, durante os próximos 18 anos do período em questão, a não parar de tomar leite! Simples, não? Se associarmos isso a uma ação incisiva no consumo de lácteos na merenda escolar, inclusive nas cantinas das escolas particulares, como já foi mencionado em carta anterior, teremos dado a partida em nosso Moto Contínuo. Ah! E que a regulamentação de rotulagem dos produtos venha a beneficiar e a incentivar realmente àqueles alimentícios e não puni-los com frases idiotas e preconceituosas.

Ainda sobre o consumo das famílias, é importante registrar que muito mais do que novidades no âmbito dos produtos lácteos nas gôndolas, está crescendo percentualmente o espaços de produtos advindos da industrialização da soja, há uma grande explosão de marcas de novos produtos com frutas, inclusive misturados à soja, refrigerantes com frutas, etc... Então, atenção com isso também.

Mas aqui a soja enfrenta uma dificuldade maior, para atingir ao consumidor: a mudança de hábito. Me lembro quando criança, meu pai tentou introduzir soja na alimentação dos funcionários solteiros que naquele tempo tinham sua alimentação fornecida pela "casa-grande". A rejeição foi total, pois soja era comida de porco! E os funcionários nem provaram da comida, jogaram tudo fora! Então, ponto pro leite novamente!

Sobre o consumo das empresas, normalmente o esforço de pesquisa no Brasil é função governamental e depende novamente de decisão sobre gastos públicos. É evidente e todos sabemos disso, que muito dinheiro é desperdiçado em gastos desnecessários, etc. e a realocação de parcela dessa grana para a pesquisa seria muito bem vinda.

Não conheço no Brasil trabalho de pesquisa produzido pela iniciativa privada nesse setor. Conheci na Nova Zelândia o centro de pesquisa da Fonterra. São centenas de pesquisadores, estagiários, doutores, pinçados no mundo inteiro, do Brasil à China, trabalhando 24 horas em desenvolvimento de produtos! Aqui, perdemos feio!

Sobre as exportações: não penso que seja esse aspecto de motivo de grande preocupação da Cadeia. É claro que esse espaço tem que ser ocupado cada vez mais e com mais competência e qualidade pelas cooperativas e indústrias de capital brasileiro, mas os principais jogadores dessa partida não jogam pro time. Aumento de exportação e mercado interno referenciado pelo externo tem gerado grandes lucros aos exportadores das cadeias produtivas agro-pecuárias mas não aos produtores no início da linha. E aumento de exportação não significa necessariamente aumento de escoamento da produção primária nacional.

Com o mercado globalizado, as transnacionais importam e reexportam produtos de qualquer de suas bases internacionais, ao sabor das melhores oportunidades comerciais. Um aumento percentual menor no consumo interno trará muito mais benefícios à Cadeia do que um grande aumento percentual nas exportações.

Finalizando, ao falarmos em Cadeia Produtiva, não podemos esquecer do elo rebelde dessa corrente, o setor que mais se beneficia de todo o esforço seja de produção ou de marketing, mas que nada contribui, ao contrário, tem sido uma grande pedra lascada no calcanhar de todos nós: o comércio varejista. Mas aí já outra história...

Parabéns a todos que participaram dessa bela série de debates, parabéns ao "Milkpoint" por proporcionar a todos nós essa grande oportunidade de pensar.

ENVIE SUA CARTA

Dulcinea Machado [dulcinea@cnppl.embrapa.br]

Juiz de Fora - Minas Gerais - *Produção de leite (de vaca)* - **ATUALIZE SEU CADASTRO!**



ainda restam 3000 caracteres



Autorizo a publicação desta carta na seção Cartas do Leitor

enviar

Artigos Relacionados

[22/02/2007] Construindo o excesso de leite

[16/01/2007] O futuro é leite em excesso

versão para impressão

Que tal guardar esse artigo impresso com você ? Clique para imprimir.

envie para um amigo

Indique este artigo para um amigo. Basta clicar aqui e preencher os dados para envio.

comunicar erros

Alguma informação incorreta ou erros de digitação podem ser comunicados aqui.

Política de Privacidade | Informações Legais | Anuncie no MilkPoint
Contato | contato@milkpoint.com.br | fone: (19) 3432-2199 - fax: (19) 3433-3518 | skype: agripoint

2000-2007©AgriPoint Consultoria Ltda. - Todos os direitos reservados
O conteúdo deste site não pode ser copiado, reproduzido ou transmitido sem o consentimento expresso da AgriPoint