

NOVAS TENDÊNCIAS DO MERCADO DO LEITE

Sebastião Teixeira Gomes¹

O mercado do leite do Brasil vem experimentando, nos últimos anos, profundas modificações. De um lado, grande concentração da indústria leiteira, com poucas multinacionais detendo fatia cada vez maior deste mercado. De outro, intensa multiplicação do número de empresas produtoras que vendem leite e derivados diretamente ao consumidor.

Na raiz deste fenômeno está uma questão eminentemente econômica, que é o custo de intermediação do leite entre produtor e consumidor. A elevação das margens de comercialização decorrem, principalmente, de ineficiências administrativas e da pequena escala de operação da maioria das indústrias leiteiras. Para fugir desta armadilha (elevação da margem de comercialização) o produtor vai em direção ou das grandes indústrias ou da venda direta ao consumidor de leite e derivados.

As alterações no mercado do leite trazem importantes conseqüências para o setor. A concentração da comercialização facilita o controle de preço. Ainda que o preço do leite esteja liberado do tabelamento do governo, ele é definido por poucos agentes econômicos. Hoje, pouco mais de uma dezena de empresários decidem o preço do leite que prevalece para quase dois milhões de produtores. Em extensão, também poucos definem as margens de comercialização, dando mais para quem tem mais argumentos.

Outra conseqüência relevante diz respeito ao aumento do volume de leite e derivados que é vendido sem nenhum controle de qualidade por parte dos órgãos governamentais responsáveis por esta tarefa. Aproveitando das circunstâncias de crise econômica e crise na fiscalização governamental, multiplica-se o número de produtores que vendem direto ao consumidor sua produção leiteira, sem nenhum controle de qualidade oficial.

¹ Professor da UFV e consultor da EMBRAPA. Escrito em 29-03-1993.

No cenário examinado anteriormente, as cooperativas dos produtores de leite ocupam posição de destaque. Embora sejam criadas para agregar produtores e facilitar a comercialização de insumos e produtos, existem cooperativas que acabam contribuindo para a ida de produtores, ou para a indústria privada, ou para a venda direta ao consumidor de leite e derivados.

Antes de prosseguir a análise sobre as alterações do mercado do leite, é preciso registrar que existem boas cooperativas leiteiras, que representam bem os interesses de seus filiados. Entretanto, também existem más cooperativas, que exploram o produtor e que nem deveriam ser chamadas de cooperativas. Estas últimas é que contribuem para a fuga do produtor do sistema cooperativista.

Com pequenas particularidades, específicas de cada caso, um problema comum nas más cooperativas diz respeito ao elevado custo operacional, principalmente, com o pagamento de mão-de-obra. Elas oferecem excessivos empregos para familiares e amigos dos diretores, que se perpetuam em seus postos, como se a cooperativa fosse seu feudo. A combinação de elevados custos operacionais com a pequena escala de processamento desemboca, naturalmente, na elevação das margens de comercialização da cooperativa e, por fim, na saída do cooperado.

O diagnóstico anterior é grave, porque deveria ser a cooperativa o instrumento que protege o produtor contra grupos econômicos mais fortes.