

A CIGARRA, A FORMIGA E O LEITE

Sebastião Teixeira Gomes¹

A fábula da “cigarra e a formiga” retrata bem o que está acontecendo, atualmente, no setor leiteiro brasileiro. Segundo essa fábula, no verão, com abundância de alimentos na natureza, enquanto a cigarra vivia apenas a comer e a cantar, a formiga comia mas também trabalhava arduamente, armazenando alimentos. Com a chegada do inverno, os alimentos na natureza foram se escasseando, para desespero da cigarra, que, com fome e frio, foi pedir socorro à formiga, que, protegida em seu ninho, comia o que foi estocado. Antes de ajudar a cigarra, a formiga aplicou-lhe uma boa lição sobre as conseqüências de sua imprevidência.

O produtor de leite vive, hoje, o correspondente ao período de verão da fábula da cigarra e a formiga. A combinação de alguns acontecimentos elevou o preço do leite ao nível de 1975, ano de ouro da pecuária leiteira nacional. As causas da elevação do preço do leite estão relacionadas com o plano real e com as importações de leite em pó. O plano real favoreceu esse aumento tanto pelo aumento da demanda, especialmente pelas faixas mais pobres da população, quanto pela eliminação da perda do produtor pelo prazo de pagamento. Em relação às importações de leite em pó, elas ficaram mais difíceis nesse ano, em razão do elevado preço do mercado internacional e da manutenção do imposto de importação em 33%. Para aumentar ainda mais a felicidade do produtor de leite, o preço da ração concentrada está baixo, o que significa menor custo para alimentação do rebanho.

A combinação do alto preço do leite com o baixo preço da ração concentrada transformou a atividade leiteira no melhor negócio do setor agropecuário, o que fez com que o produtor de leite ficasse anestesiado, sem se preocupar com o que poderá acontecer no futuro. Para que essa alegria permaneça, o produtor deverá atuar em duas frentes, uma individualmente e outra em conjunto com outros produtores de leite. A primeira diz respeito a melhorias em seu sistema de produção, buscando sempre maior produtividade e eficiência, e a segunda refere-se à melhor estruturação do mercado de leite. Em outras

¹ Professor da UFV e consultor da EMBRAPA. Escrito em 12/06/95.

palavras, o produtor deve agir, em fatores internos e externos à propriedade, na busca de manutenção do bom negócio.

Na estruturação do mercado de leite, o ponto-chave é a cota de produção. Aliás, sobre essa cota existem mitos criados por alguns industriais ou por seus representantes, os quais precisam ser esclarecidos. O primeiro mito diz que, com o preço do leite liberado do tabelamento do Governo, não deve existir cota. Isso é a negação do que acontece em, praticamente, todo o mundo, inclusive em países com pecuária leiteira especializada, nos quais a cota não só existe, como também existem enormes penalizações para quem não a cumpre. O segundo mito diz que a indústria não pode prometer honrar a cota numa economia tão instável como a brasileira, porque é difícil prever o comportamento do mercado. Realmente, isso é verdade para o mercado de alguns derivados do leite, como o do queijo, cujo consumo é muito sensível às variações de preço e de renda. Entretanto, o mercado do leite pasteurizado é bem mais estável, com comportamento previsível com pequena margem de erro. Pelo menos para o mercado de leite fluído é possível estabelecer cota e honrá-la, mesmo porque o ajustamento da indústria, em face à instabilidade da economia, pode ocorrer no leite-excesso. O terceiro mito diz que a prática da cota beneficia uma minoria de produtores, cuja produção tem pequenas variações no ano. Em realidade, a cota é por produção e não para alguns produtores. Evidentemente que aqueles com produção estável durante o ano são mais beneficiados com a política de cota, mesmo porque o objetivo dela é o de premiar o produtor especializado, contribuindo para a modernização da atividade leiteira.

Retornando à fábula da cigarra e a formiga, o que deve ser “armazenado” agora é uma boa negociação (se possível, registrada em contratos) sobre a cota de produção, que está sendo formada nos meses de junho, julho, agosto e setembro, na maioria das regiões produtoras de leite do País. Para viabilizar a cota, na próxima safra, o recomendável é que ela seja segmentada de acordo com o destino da produção. Assim, podem-se ter cota-consumo (para o leite pasteurizado) e cota-indústria (para derivados). Dada a estabilidade do mercado de leite pasteurizado, pode-se negociar, agora, uma relação entre o preço ao produtor e ao consumidor.

Para facilitar o entendimento é apresentado, a seguir, um exemplo, com números hipotéticos que devem ser adaptados às diferentes realidades do País. Um produtor tem a

produção média diária, nos meses de junho a setembro, de 100 litros de leite, sendo essa a sua cota total. Nesse período, a indústria para a qual ele vende o leite (seja ela cooperativa ou laticínio particular) coloca no mercado 70 litros por dia, como leite pasteurizado, e o equivalente a 30 litros/dia, como derivados. Isso significa que o produtor tem 70 litros/dia de cota-consumo e 30 litros/dia de cota-indústria. Em determinado mês da próxima safra, esse produtor entrega à indústria 180 litros/dia, cujo pagamento deve ser assim segmentado: a) 70 litros/dia ao preço do leite cota-consumo, que poderá ser atrelado ao preço pago pelo consumidor, por exemplo, 60% desse preço; b) 30 litros/dia ao preço do leite cota-indústria, que dependerá do mercado naquele mês. A seguir, é determinada a média ponderada dos preços do leite-cota (consumo e indústria), que servirá de referência para o preço do leite-excesso; e c) 80 litros/dia ao preço do leite-excesso, que não poderá ultrapassar determinado percentual da média dos preços-cota, por exemplo, 50%.

Na operacionalização desse modelo, pode-se aumentar a segmentação da cota, dependendo da realidade de cada mercado. Pode-se ter, por exemplo, cota para leite pasteurizado, para leite longa vida e para derivados. Hoje em dia, com o uso generalizado do microcomputador, os cálculos são simples e rápidos. Outra questão que também pode ser adaptada diz respeito aos percentuais do mercado de cada derivado, que, no exemplo anterior, referem-se apenas aos meses formadores da cota.

Negociações para a cota e sua segmentação, de acordo com o destino da produção e, principalmente, de acordo com a estabilidade dos mercados de leite e derivados, devem ser realizadas urgentemente, porque as previsões para o início do próximo ano são preocupantes para o produtor. Tudo indica que haverá grande excesso de produção e depressão de preços na próxima safra. Aí, com certeza, a indústria não terá o mesmo comportamento da formiga, que, após aplicar uma boa lição à cigarra pela sua imprevidência, a convidou para entrar em seu ninho, abrigando-a do frio e saciando-lhe a fome. É esperar para ver.