

destaque

Agroleite aponta tendências para mercado lácteo

Fórum realizado em Castro (PR) reuniu vários especialistas do setor para discutir os gargalos do segmento lácteo e apontar tendências.

Eduardo Marchiori



Fotos: Eduardo Marchiori



Gerson Medeiros (acima) e Frans Borg

Sob um frio de cerca de oito graus, foi realizado, no Parque de Exposições Dario Macedo, na cidade de Castro (PR), a quinta edição do Agroleite. O evento aconteceu de 9 a 13 de agosto e contou com uma intensa programação que incluiu a 40ª edição da Expocastrolanda (feira de produtos e equipamentos para agropecuária), Leilão Elite Multiraças, Unidade Demonstrativa do Sistema de Produção de Leite, Exposição Nacional de Criadores da Raça Holandesa, Feira de Sabores, 2ª. etapa do Circuito Nacional Trekker Trek e várias palestras técnicas.

A expectativa de visitação foi superada, segundo dados oficiais da organizadora. Estava previsto um público de 35 mil pessoas, mas o balanço geral registrou cerca de 40 mil. Apesar disso, os negócios gerados sofreram uma queda de 15% do que era esperado, chegando na casa dos R\$ 6,8 milhões. Segundo Gerson Medeiros, coordenador do evento, essa baixa é considerada normal por conta do atual momento econômico.

Esse momento foi discutido no primeiro dia do Agroleite, durante o fórum técnico “Perspectivas da Cadeia do Leite para o Estado do Paraná”. Além de analisar a atual conjuntura econômica, também foram estudadas estratégias competitivas e as tendências para o setor lácteo. No final da tarde, representantes dos diversos elos que formam a cadeia do leite (produtor, sindicato, entidades de classe, cooperativa e indústria) realizaram uma mesa redonda para discutir os gargalos do sistema agroindustrial do leite.

Para Frans Borg, presidente da Cooperativa Agropecuária Castrolanda, realizadora do Agroleite, a importância deste tipo de evento reside no fato de que proporciona ao produtor a oportunidade de ter acesso às últimas tecnologias e novidades do mercado, garantindo sua inclusão no sistema agroindustrial. “Os produtores que não acompanham o desenvolvimento da cadeia e não se atualizam nem se informam, estão arriscados a serem excluídos dela”, alerta.

Exatamente por isso, durante o Agroleite foi inaugurado um novo projeto intitulado Ninho Eletrônico, fruto de um convênio firmado com a Castrolanda, o Governo do Estado, a SEAB (Secretaria da Agricultura e do Abastecimento do Paraná) e a Emater/PR (Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Paraná). Esse projeto consiste em inclusão digital dos

produtores da região, que terão computadores à disposição com acesso à Internet para qualquer tipo de consulta que seja necessária, desde pagamentos, transferências de valores e opções de venda de seus produtos.

“Na área de atuação da cooperativa, temos regiões de pequenos produtores que não têm acesso à informação. Esse projeto permite que eles tenham isso à disposição, além dos serviços oferecidos pela cooperativa, fazendo com que ele esteja mais próximo, mesmo estando fisicamente longe”, ressalta Borg.

Além do Projeto Ninho Eletrônico, o Agroleite também foi o palco para a assinatura oficial, pelas mãos

do vice-governador do estado, Orlando Pessuti, do documento que cria o selo de sanidade para as propriedades leiteiras. O prefeito de Castro, Moacir Elias, destacou a qualidade do leite na região, motivo de orgulho para o estado do Paraná e declarou que a prefeitura estará colaborando na construção de um Pavilhão de Exposições para que o Agroleite tenha um local com infra-estrutura mais adequada para receber os expositores e visitantes em 2006.

O evento também contou com a entrega da quinta edição do Troféu Agroleite, que premiou as empresas que se destacaram na região, durante o ano (veja box). “De uma



forma geral, demos continuidade ao que fizemos desde o início, que é mostrar para o produtor o que há de novo no mercado em termos de tecnologia e genética, de modo a melhorar a sua eficiência produtiva”, comemorou Medeiros, demonstrando que a temperatura não esfriou a competitividade do estado paranaense. 🐄

“O Oscar do Leite”

A noite de 9 de agosto reservou, para os profissionais do segmento lácteo, a entrega do Troféu Agroleite, um dos eventos mais aguardados da quinta edição do Agroleite. Foram 22 categorias, escolhidas em votação realizada pela Internet, mala direta encartada numa importante revista do segmento e cédulas entregues aos associados da Castrolanda, idealizadora do prêmio.



Foto: Bárbara Tostes

Segundo Gerson Medeiros, foram listadas, pelo comitê pecuário da cooperativa, uma série de empresas do setor e levadas à comissão técnica do prêmio, que selecionou as quatro mais significativas de cada categoria e que fizeram parte da cédula de votação. “Nosso objetivo é que o prêmio mantenha sua credibilidade e a tendência é melhorarmos a cada ano. Em conversa com alguns indicados, percebemos que o troféu se tornou um parâmetro para que essas empresas melhorem seus serviços e produtos”, comemora. Acompanhe os premiados 2005:



MÍDIA

Revista: Balde Branco
TV: Globo Rural
Jornal: O Estado de São Paulo
Portal do Leite: MilkPoint

FORNECEDORA DE INSUMOS

Genética: Alta Genetics
Nutrição: Nutron Alimentos
Medicamentos: Pfizer
Forragens: Agropecuária Leffers
Fertilizantes: Fertipar

MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

Ordenha e Resfriamento: De Laval
Implementos para Mistura Total: Casale
Implementos para ensilagem e fenação: New Holland
Tratores: Massey Ferguson

DESTAQUES

Produtor de Leite: Fazenda São João (True Type)
Personalidade do Ano: Roberto Rodrigues

Líder Classista: Nélio Ribas Centa – Presidente da Assoc. Prod. Raça Holandesa
Prestador de Serviços Agrícolas: Bouwman Serv. Agrícolas
Agente Financeiro: Banco do Brasil
Cooperativismo: José Aroldo Gallassini – Pres. Coamo Agroind. Coop.

PROCESSAMENTO DE LEITE

Laticínio: Batávia
Embalagens Lácteas: Tetra Pak
Programa de Qualidade de Leite: Clínica do Leite (Esalq/USP)

Palestras discutiram estratégias e perspectivas

O fórum "Perspectivas da Cadeia do Leite para o Estado do Paraná" abriu o Agroleite 2005 apresentando um panorama atual do mercado lácteo em palestra do engenheiro agrônomo e presidente da Comissão Nacional de Pecuária de Leite do CNA (Confederação Nacional de Agricultura), Rodrigo Alvim. Segundo ele, a produção de leite, desde 1995, nunca regrediu e projeta, para o final deste ano, 24,5 bilhões de litros.



De 1993 a 2003, o sul do País foi a terceira região que mais cresceu em produção, com 56,81% do leite produzido, superando até mesmo a região sudeste, que estagnou sua produção e foi a que menos cresceu nesse período. Alvim destaca que os desafios para a melhoria de produção estão focados na evolução dos preços pagos pelo produto, na realização de um programa de incentivo à produção e consumo e na melhoria da qualidade a fim de que a pauta de exportações continue fortalecida.



O engenheiro agrônomo e professor do IbmeC/USP, Fábio Chaddad analisou o esquema de Michael Porter e as cinco forças que atuam para um bom desempenho de marketing: rivalidade interna, barreiras à entrada de novos produtos, substitutos e complementos, poder dos fornecedores e o poder dos compradores.

Em um estudo de caso do mercado americano, Chaddad tirou três estratégias genéricas que podem ser seguidas pelos produtores a fim de obter competitividade no mercado: adquirir vantagens de custo ou diferenciação, procurar segmentos menos competitivos e agir para mudar as cinco forças de Porter. Para ele, é preciso criar mais valor que o concorrente e isso só é possível de duas formas: aumentando o benefício do produto para o consumidor ou diminuindo os custos.

Para falar sobre a importância do marketing institucional no se-



tor lácteo, o diretor executivo do AgriPoint Consultoria e diretor de Marketing da Láctea Brasil, Marcelo Pereira de Carvalho, apontou mais dois fatores influenciadores no esquema das cinco forças de Porter: um deles compreende o Governo e o outro, órgãos de Imprensa, médicos e escolas.

Tendo apoio dessas entidades, o consumo de leite pode aumentar muito no País, pois são importantes influenciadores da população. No caso do Governo, pode-se até mesmo criar leis de incentivo ao consumo e evitar o marketing inverso que serve para desinformar. O fórum terminou com a mesa redonda onde se concluiu que, para ter força e aumentar competitividade, o produtor precisa estar bem informado sobre o mercado e mais ligado à sua cooperativa.