

XXIII Workshop de Iniciação Científica da Embrapa Gado de Leite

Juiz de Fora, MG – 21 de fevereiro de 2019

Mercado de Leite Fluido e Queijos no Brasil: Uma Análise de 2005 a 2016¹

Vinícius Pimenta Delgado Ribeiro Nardy², Glauco Rodrigues Carvalho³, Denis Teixeira da Rocha⁴

¹Agradecimento à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais – Fapemig e Embrapa Gado de Leite

²Graduando em Economia – UFJF/Juiz de Fora. Bolsista da Fapemig. e-mail: vinicius.nardy@gmail.com

³Economista, Ph. D. Economia Agrícola, Pesquisador da Embrapa Gado de Leite

⁴Orientador: Zootecnista, M. Sc. Economia Agrícola, Analista da Embrapa Gado de Leite

Resumo: A partir da análise exploratória de dados referentes à indústria láctea brasileira, notou-se a existência de grande capacidade ociosa nas plantas nacionais. Esta planta ainda é, em grande parte, referente ao leite fluido, produto que vem perdendo espaço na mesa não só dos brasileiros, mas de todo o mundo. Diante disso, buscou-se evidenciar os possíveis caminhos aos quais estes industriais devem recorrer nos próximos anos, como os queijos e os nichos recentes do próprio leite, como o zero lactose e o A2A2.

Palavras-chave: leite, nichos, pia, queijo

Fluid Milk and Cheese Market in Brazil: an Analysis from 2005 to 2016

Abstract: From the exploratory analysis of data referring to the Brazilian dairy industry, the existence of large idle capacity in national plants was noted. This plant is still largely related to fluid milk, a product that has been losing space at the table not only for Brazilians but for the whole world. In view of this, it was tried to highlight the possible ways in which these industrialists should resort in the coming years, such as cheeses and the recent niches of the milk itself, such as zero lactose and A2A2.

Keywords: milk, niches, pia, cheese

XXIII Workshop de Iniciação Científica da Embrapa Gado de Leite

Juiz de Fora, MG – 21 de fevereiro de 2019

INTRODUÇÃO

A indústria de laticínios no Brasil ocupa a segunda posição em faturamento da indústria de alimentos no país, perdendo apenas para o segmento de carnes, com total de R\$ 70,2 bilhões movimentados em 2017 (Abia, 2017).

De 1974 a 2014, a produção nacional de leite quase quadruplicou, passando de 7,1 bilhões para mais de 35,1 bilhões de litros de leite. Entretanto, a partir de 2015, a produção caiu por dois anos consecutivos. Um dos motivos que explica tal fato foi a crise econômica enfrentada pelo país, expressa pela redução do PIB e conseqüentemente a renda das famílias. Isso porque a renda é o principal direcionador de consumo de lácteos no Brasil (Travassos et al., 2017).

Segundo dados da Associação Brasileira de Produtores de Leite, a Leite Brasil, a capacidade ociosa das empresas listadas no Ranking da Leite Brasil, que era de 33,8% em 2014, atingiu 40% em 2016. Assim, é importante analisar como estão as vendas dos diferentes produtos lácteos bem como os fatores que implicam no desempenho do consumo. Considerando que leite fluido e queijos são os principais produtos lácteos comercializados no mercado brasileiro este trabalho tem como objetivo analisar o mercado destes produtos, avaliando o desempenho das vendas e possíveis fatores que estão afetando o consumo. Pretende-se ainda apontar algumas tendências que podem ser exploradas pela indústria nacional.

MATERIAL E MÉTODOS

O presente estudo teve como base uma análise exploratória dos dados da Pesquisa Industrial Anual (PIA), realizada pelo IBGE, entre os períodos de 2005 a 2016. Do IBGE, veio também a informação referente a Renda Real Média Efetiva do Trabalho, advinda da Pesquisa Mensal do Emprego. Foram utilizados ainda informações da Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação (ABIA) – faturamento do setor -, *The International Dairy Federation* (IDF) – consumo mundial de queijos -, *United States Department of Agriculture* (USDA) – consumo americano de leite fluido. Para comparação dos valores monetários, estes foram deflacionados para o ano de 2016, através do Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA). Além disso, as séries foram transformadas em número índice, para facilitar a análise da variação dos valores.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nos últimos anos houve importantes alterações no mercado brasileiro de lácteos, conforme dados analisados da Pesquisa Industrial Anual (IBGE, 2017). O valor real total das vendas do setor, passou de R\$ 24,72 bilhões em 2005 para R\$ 43,62 bilhões em 2016. Neste período, a participação do leite fluido nas vendas recuou de 48% para 33%, enquanto os queijos saltaram de 12,8% para 23,7%.

As vendas per capita de leite fluido tiveram um crescimento de apenas 2,3% nos últimos 11 anos, de 34,08 litros por habitante no ano de 2005 para 34,87 litros em 2016. Por outro lado, no mercado de queijos o crescimento foi expressivo, subindo de 1,71 quilogramas por habitante em 2005 para 3,75 quilogramas em 2016. A evolução nas vendas de queijos está relacionado a mudanças nos hábitos de consumo dos brasileiros, melhorias na qualidade e oferta de queijos e crescimento de renda. A elasticidade consumo-renda, definida como a variação na quantidade consumida proporcionada por um incremento de renda, é alta para os queijos. Além disso, os queijos são ainda mais elásticos na população de baixa renda, em que os incrementos de ganhos aumentam o consumo daqueles que já compram o produto, mas também fazem com que aqueles que não tinham o queijo como alimento comum na dieta passem a ter. A Renda Real Média Efetiva do Trabalho, teve alteração positiva de 22,56% de 2005 para 2016. Houve um aumento de cerca de 14% no número de famílias com rendimentos superiores a 3 e inferiores a 5 salários mínimos mensais. Houve crescimento de 9% no número de lares com rendimentos maiores que 5 salários mínimos mensais.

A Figura 1 ilustra o comportamento das vendas per capita de leite fluido, de queijos e a evolução da renda real do trabalhador. Pode-se observar que as vendas de leite fluido tiveram crescimento igual ou inferior ao da renda, enquanto os queijos registraram desempenho bem superior. Há de se destacar que,

XXIII Workshop de Iniciação Científica da Embrapa Gado de Leite

Juiz de Fora, MG – 21 de fevereiro de 2019

mesmo no período de crise enfrentado pelo país a partir de 2015, o movimento do consumo de queijos permaneceu ascendente, evidenciando mudanças de hábito de consumo além do efeito renda no tempo.

Esse saturamento do mercado de leites fluidos no Brasil é visto também em outros países. Nos Estados Unidos, as novas gerações consomem cada vez menos leite fluído quando comparadas as anteriores. Enquanto os nascidos em 1970 consumiam 227 mL por dia, aqueles que nasceram em 2010 consumiam 140 ml diários, uma redução de quase 39% (Stewart, Dong e Carlson, 2013).

Além do fraco desempenho das vendas, há uma enorme competição via preços no mercado de leite fluído, visto a baixa diferenciação do produto, o que reduz cada vez mais as margens dos laticínios na comercialização deste produto. O valor por unidade vendida, que era de R\$ 1,88 em 2005, atingiu R\$ 2,01 em 2016, crescimento real de 6,91% no período. Nos queijos, por sua vez, o valor médio subiu de R\$ 10,00 por quilo em 2005 para R\$ 13,37 em 2016, aumento de 33,7% (Figura 2).

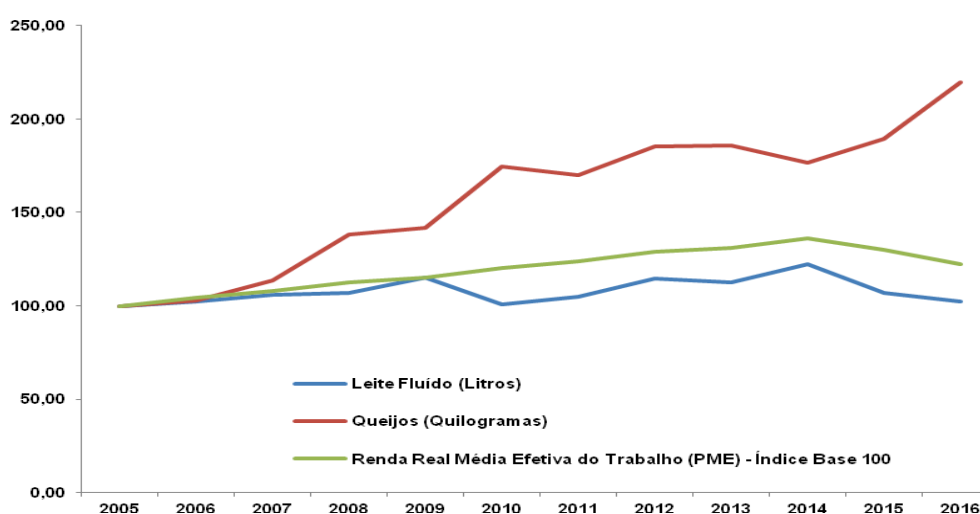


Figura 1. Variação das vendas per capita de leite fluído e queijo e da renda real média, de 2005 a 2016. (Índice base 2005 = 100).

Fonte: IBGE, Elaboração dos autores.

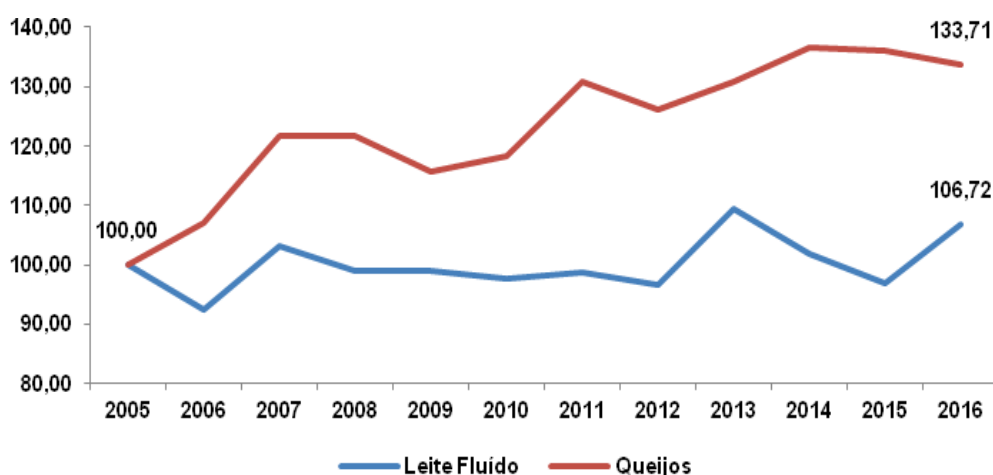


Figura 2. Índice de preço da unidade vendida do leite fluído (l) e do queijo (kg): base 2005 = 100.

Fonte: IBGE - Elaboração dos autores.

Há de se destacar, entretanto, que ainda há espaço para crescimento de outros tipos de leite. A intolerância a lactose atinge cerca de 35% dos brasileiros o que equivale a aproximadamente 53 milhões de pessoas segundo pesquisa do Instituto Datafolha realizada em 2017. Dessa forma, é importante considerar a possibilidade de explorar nichos como o proporcionado pelo leite sem lactose, próprio para aquelas

XXIII Workshop de Iniciação Científica da Embrapa Gado de Leite

Juiz de Fora, MG – 21 de fevereiro de 2019

peças que têm dificuldade na digestão da lactose (açúcar encontrado no leite tradicional). Este produto está presente em somente 11% dos lares brasileiros, sendo apenas 1,4% do total do leite UHT vendido, havendo ainda bastante espaço para ampliação. Além deste, o leite A2A2, indicado para aqueles que apresentam alergia a proteína caseína, presente no leite comum, também deve ganhar espaço nas gôndulas dos supermercados nos próximos anos. Outra estratégia é atuar em nicho de mercado em que as margens de comercialização da indústria podem ser maiores, visto a maior disposição a pagar dos consumidores em produtos diferenciados. O leite zero lactose, por exemplo, chega a custar 42% a mais que o UHT regular (Silva, Carvalho e Faria, 2017).

Quando se analisa os locais com maior consumo per capita de queijos do mundo, observa-se a predominância de países de renda mais alta (Tabela 1). Interessante observar o patamar brasileiro bem abaixo dos demais países, o que indica um potencial enorme de crescimento desse mercado.

XXIII Workshop de Iniciação Científica da Embrapa Gado de Leite
Juiz de Fora, MG – 21 de fevereiro de 2019

Tabela 1. Consumo per capita de queijos em países selecionados: 2016.

Países	Consumo per capita (kg)
Dinamarca	28,1
Holanda	21,6
União Europeia	18,6
Argentina	11,6
Brasil	3,8

Fonte: The International Dairy Federation (IDF).

CONCLUSÕES

A análise dos dados apresentados confirma a grande mudança na configuração do mercado de lácteos nos últimos anos. Há de se atentar aos pontos positivos de tal mudança, como o aumento da venda de produtos com maior valor agregado, como o queijo. O impacto deste movimento nas receitas é nítido, com o valor de vendas total do mercado de lácteos crescendo 76,49% entre 2005 e 2016. Como evidenciado nesta análise, há oportunidades para novos ambientes, que poderiam proporcionar liderança de mercado e, conseqüentemente, maiores margens. Mas tais caminhos definitivamente não são os tradicionais.

REFERÊNCIAS

ABIA. Números do Setor – Faturamento. Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação, 2017. Disponível em: <<https://www.abia.org.br/vsn/anexos/faturamento2017.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2019.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Pesquisa Industrial Anual. Rio de Janeiro, RJ, 2017. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/economicas/industria/9044-pesquisa-industrial-anual-produto.html?=&t=o-que-e->>. Acesso em: 10 dez. 2018.

SILVA, J. M. M., CARVALHO, G. R., FARIA, W. R. Precificação dos atributos do leite fluido no município de Juiz de Fora - MG: uma análise de preços hedônicos. In: 20º Workshop de Iniciação Científica da Embrapa Gado de Leite. 20º. **Anais...** Juiz de Fora/MG. Embrapa Gado de Leite, 2017. 4p.

STEWART, H., DONG, D., CARLSON, A. **Why Are Americans Consuming Less Fluid Milk? A Look at Generational Differences in Intake Frequency**, ERR-149, U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service, May 2013.

TRAVASSOS, G. F., CARVALHO, G. R., PINHA, L. C., SILVA, J. M. M. Demanda por produtos lácteos no Brasil: uma análise utilizando dados da POF 2008/2009. In: Reunião Anual da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural . 55. **Anais...** Santa Maria - RS. SOBER, 2017. 18 p.