

Evolução do consumo de lácteos no Brasil¹

Breno Canto Ferreira Ramalho², Kennya Beatriz Siqueira^{3,4}

¹Este trabalho foi apresentado com o apoio do CNPq, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – Brasil.

²Graduando em Agronomia – UFV, Viçosa, MG. e-mail: breno.ramalho@ufv.br

³Pesquisadora – Embrapa Gado de Leite, Juiz de Fora, MG. e-mail: kennya.siqueira@embrapa.br

⁴Orientadora

Resumo: O leite faz parte da dieta de milhões de pessoas e movimenta um setor com vasta variedade de produtos, cada vez mais presentes nas compras das famílias brasileiras. No entanto, informações sobre o consumo de leite e derivados são raras no Brasil. Diante disso, este artigo objetivou analisar a evolução do consumo de alguns dos lácteos mais comprados no Brasil. Usando dados secundários de 2009 a 2019, pode-se ter uma breve noção sobre a evolução do consumo de alguns produtos lácteos como *cream cheese*, leite condensado, creme de leite, *petit suisse*, requeijão e leite UHT no período que compreende 2009 e 2017. Concluindo um aumento na penetração no consumo de todos os produtos, exceto o *petit suisse* que esteve cada vez menos presente nos lares brasileiros.

Palavras-chave: Compra, famílias, penetração, derivados lácteos.

Evolution of dairy consumption in Brazil

Abstract: Milk and its derivatives are part of the routine of millions of people and moves a sector with a wide variety of products, increasingly present in the purchases of Brazilian families in retail and wholesale. However, little is known about the consumption of most commercially available milk and dairy products. Through Abras data and the prices obtained from PIA (Annual Industrial Survey), you can get a brief idea about the evolution of consumption of some dairy products such as *cream cheese*, condensed milk, sour cream, *petit suisse*, curd and milk UHT in the period between 2009 and 2017. Concluding an increase in the penetration and consumption of all products, except *petit suisse*, which was decreasing the presence in Brazilian homes.

Keywords: Shopping, families, penetration, dairy derivatives.

Introdução

O setor lácteo é de grande importância no Brasil e no mundo, de maneira que o leite e seus derivados estão presentes no cotidiano de milhões de pessoas em várias refeições do dia. Isso se justifica também pelo fato do leite ser uma matéria prima extremamente versátil, podendo ser consumido na forma salgada, como os queijos, na forma de doce, como o doce de leite ou compondo receitas culinárias. Os produtos lácteos mais consumidos no mundo são, respectivamente, os lácteos frescos (incluindo leite fluido, iogurte, etc.), manteiga, queijos e leite em pó (SIQUEIRA, 2019), embora o leite condensado, creme de leite, requeijão e o *cream cheese* também tenham grande destaque no setor.

Anualmente, são produzidos 816 milhões de toneladas de leite no mundo (SIQUEIRA, 2019), com uma média de consumo de leite fluido por volta de 44,44 litros/hab/ano no mundo (GDP, 2017). No Brasil, estima-se que o consumo aparente

per capita de leite em 2018 foi de 166,4 L/ano, ainda abaixo do consumo de países desenvolvidos (cerca de 250-300 litros), mas bem acima do total consumido há duas décadas (SIQUEIRA, 2019).

No entanto, informações sobre o consumo de leite e derivados são raras no Brasil. Diante disso, este artigo visa analisar a evolução do consumo de alguns produtos lácteos tão comuns nos lares brasileiros como forma de entender melhor o comportamento deste mercado e as preferências do consumidor. Tal análise é extremamente importante para agentes do setor posicionarem seus produtos, policymakers tomarem decisões sobre o setor, entre outras funções.

Material e Métodos

A fonte de dados empregada neste estudo foi o levantamento “Consumidores e Categorias”, elaborado pela Kantar Worldpanel para a Associação Brasileira dos Supermercados (Abras). O estudo descreve a penetração e o tíquete médio dos produtos de alto giro nos supermercados brasileiros. Os produtos lácteos presentes no estudo da Kantar são leite condensado, creme de leite, requeijão e leite UHT, no período de 2010 a 2019. As categorias *cream cheese* e *petit suisse* também foram incluídas no estudo, porém com dados disponíveis de 2009 até 2017.

Como não foram encontrados preços da maioria dos produtos no varejo, os preços dos produtos foram coletados com base nos dados de valores de venda e quantidades vendidas ao longo dos anos, obtidos da Pesquisa Industrial Anual (PIA) do IBGE, para o período de 2009 até 2017. Nas categorias *cream cheese* e requeijão, empregou-se os dados de queijo fundido.

Resultados e Discussão

Os dados mostraram que existe grande diferença no consumo dos diversos derivados lácteos analisados. Com relação ao índice de penetração, que mede a porcentagem de lares que compraram o produto durante o ano, o leite UHT se destaca, estando presente em 93% dos lares em 2017, seguido pelo leite condensado e o creme de leite, ambos com 90% de penetração (Figura 1).

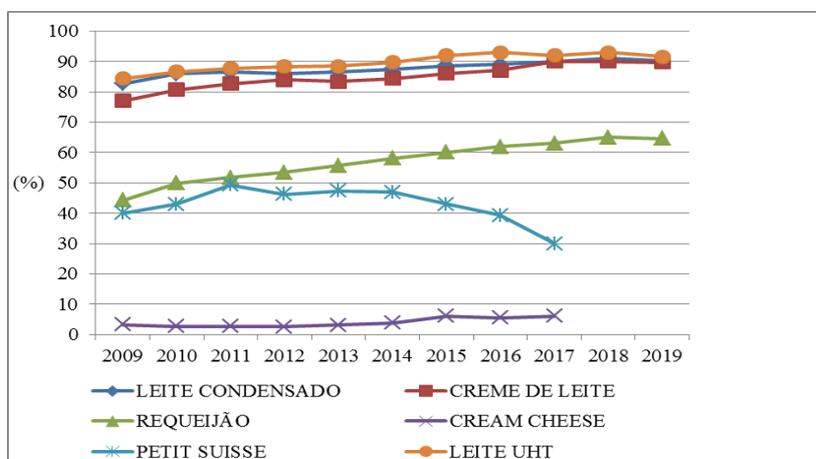


Figura 1 – Percentual de lares compradores de produtos lácteos
Fonte: Elaborado pelos autores.

O requeijão apresentou crescimento na penetração durante todo o período estudado (exceto 2019, que teve ligeiro recuo 0,5 pontos percentuais), expandindo 20,3 pontos percentuais (pp) ao todo ou 2,1 pp por ano (em média). O *petit suisse* teve um expressivo aumento de 9,3 pp de 2009 até 2011, mas a partir desse ano

apresentou reduções consecutivas (exceto em 2013), perdendo 16,2 pp da presença dessa categoria nos lares brasileiros. Em 2017, último ano que apresenta dados para o *petit suisse*, o produto atingiu 30% de penetração.

No que diz respeito ao *cream cheese*, pode-se dizer que este produto se caracteriza por baixo índice de penetração no Brasil, chegando ao máximo de 6% em 2015 e 2017. Esse baixo nível de penetração pode estar atrelado ao fato do *cream cheese* não ser um produto típico da cultura brasileira. Ele foi criado nos Estados Unidos e ficou mais conhecido pela população brasileira nas últimas décadas. Some-se a isso, o preço mais elevado do produto e a comercialização em locais mais restritos.

Outro item avaliado neste artigo foi a evolução dos tíquetes médios, que remete ao valor gasto pelas famílias por ocasião de compra. Pode-se observar que todos os produtos apresentaram significativo aumento do tíquete médio ao longo do período, com destaque para o creme de leite (131,7%) e leite UHT (100,4%) (Figura 2).

O produto responsável pelo maior tíquete médio foi o leite UHT, chegando a R\$ 14,60 em 2017. Posteriormente, em 2018, houve o primeiro decréscimo no valor gasto pelas famílias por ocasião de compra, caindo de R\$ 14,60 para R\$ 13,30, redução de 9,09%. No que diz respeito ao *cream cheese*, o produto manteve o posto de segundo lugar como maior tíquete médio até o ano de 2017, quando perdeu o posto para o *petit suisse*. Já o produto que reflete o menor tíquete médio entre todos os produtos do levantamento é o creme de leite, seguido, de perto, pelo requeijão.

Para calcular o consumo desses produtos pelas famílias brasileiras, ao longo do tempo, empregou-se o tíquete médio, a frequência de compra e o preço dos produtos (Tabela 1). Todos os itens estudados tiveram um aumento do consumo com exceção do *cream cheese* que se manteve estável. A liderança ficou com o leite UHT em 21,39 litros por família, com média de 2,37 litros/ano, de 2009 a 2017. Em seguida vem o creme de leite, o leite condensando, o *petit suisse* e o requeijão, com elevações no consumo de 1,51 Kg, 1,22 Kg e 0,25 Kg, respectivamente.

Tabela 1 – Evolução do consumo de lácteos no Brasil.

	CREME DE LEITE (Kg)		LEITE CONDENSANDO (Kg)		PETIT SUISSE (Kg)	
	2009	2017	2009	2017	2009	2017
TÍQUETE (R\$)	2,46	4,8	3,79	7,2	4,01	8
FREQUÊNCIA (VEZES/ANO)	6,2	7,4	6,7	7,1	3,8	3,9
PREÇO (R\$)	3,19	5,64	2,91	5,14	4,16	6,96
CONSUMO TOTAL/FAMÍLIA	4,78	6,29	8,72	9,94	3,66	4,48
	LEITE UHT (Litros)		REQUEIJÃO (Kg)		CREAM CHEESE (Kg)	
	2009	2017	2009	2017	2009	2017
TÍQUETE (R\$)	7,03	14,6	3,58	6,3	4,06	7,5
FREQUÊNCIA (VEZES/ANO)	20,8	19,6	4,5	5,1	2,1	2
PREÇO (R\$)	1,28	2,11	8,41	14,85	8,41	14,85
CONSUMO TOTAL/FAMÍLIA	114,23	135,62	1,91	2,16	1,01	1,01

Fonte: Elaborado pelos autores.

Conclusões

O estudo mostrou que, dentre os derivados lácteos analisados, há alta penetração do leite UHT, creme de leite e leite condensando, provavelmente em razão de serem produtos muito populares e convenientes para a massa. O requeijão também esteve mais presente nos lares brasileiros, mas em menor proporção que os citados anteriormente.

Pôde-se observar também que o consumo, em geral, aumentou para a maioria dos produtos analisados no período de 2009 a 2017. O tíquete médio aumentou, em razão da elevação dos preços e pela elevação do consumo por ocasião de compra das famílias, quando utilizados os preços da PIA.

Referências

ABRAS. **Super Hiper**. CONSUMIDORES E CATEGORIAS. n. 397-515, 2009-2019. Available at: <<https://www.abras.com.br/superhiper/edicoes-anteriores/>>. Accessed on: Jan. 31 2020.

FAO – Food and Agriculture Organization of the United Nations. **Milk and dairy products in human nutrition**. Rome, 2013. Available at: . Accessed on: Feb 18 2020.

GDP – **Global Dairy Platform. Annual Review 2016**. Rosemont, IL, [2017]. Available at: . Accessed on: Feb. 18 2020.

HEMME, T. (ed.). **IFCN Dairy Report 2018**. Kiel, Germany: IFCN, 2018.

HOFFMAN, Rodolfo. Estimativas das elasticidades renda de várias categorias de despesa e de consumo, especialmente alimentos, no Brasil, com base na POF de 2008-2009. **Revista de Economia Agrícola**, São Paulo, v. 57, n. 2, p.49-62, jul./dez. 2010. Available at: . Accessed on: Feb. 12 2020.

IBGE. Brasília, DF, 2019. Available at: . Accessed on: Feb. 18 2020.

SIQUEIRA, K. B. **Consumo de Leite e Derivados no Brasil**. Anuário Leite Embrapa, Juiz de Fora – MG, 2019. p. 24-25. Available at: . Accessed on: Feb 15 2020.

SIQUEIRA, K. B. **O Mercado Consumidor de Leite e Derivados**. Circular Técnica Embrapa, Juiz de Fora – MG, 2017. Available at: <<https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/199791/1/CT-120-MercadoConsumidorKenny.pdf>> Accessed on: Feb. 18 2020.