

Evolução do consumo de queijos finos no Brasil

Kennya Beatriz Siqueira – Pesquisadora da Embrapa Gado de Leite
Cíntia Clara Viana – Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciência e Tecnologia do Leite e Derivados (PPGCTLD)

Davi Oliveira Chaves – Estudante de Estatística da Universidade Federal de Juiz de Fora
Lorildo Aldo Stock – Analista da Embrapa Gado de Leite

Introdução

No processo de produção de queijo, o leite passa por diversas fases, como a adição de coalho, extração de ácido láctico, coagulação, corte da coalhada, sinérese e armazenamento. Esse processamento pode gerar produtos que apresentam diferentes níveis de umidade. De acordo com a Portaria nº 146, os queijos de baixa umidade, com até 35,9%, são classificados como queijos de massa dura e os queijos de massa semidura são caracterizados como de média umidade, entre 36,0% e 45,9% (BRASIL, 1996). Tais categorias são denominadas, comercialmente, de queijos finos ou especiais. Para o mercado consumidor, essa denominação sugere maior elaboração e qualidade do produto e tem relação com seu público-alvo, que são as classes sociais mais elevadas (REZENDE et al., 2019).

Os queijos finos ou especiais no Brasil apresentaram incremento de consumo nos últimos anos, passando de 5,6 kg per capita em 2007 para 7,1 kg per capita em 2018 (IBGE, 2020). Com isso, o consumo total de queijos finos aumentou 41% no Brasil e o consumo per capita aumentou 28% no período. Esse incremento no consumo de queijos finos, aliado à alta competitividade e à baixa lucratividade do mercado de queijos comuns, fez com que várias indústrias de laticínios investissem na produção de queijos especiais (REZENDE et al., 2019).

No entanto, ainda existem poucos estudos sobre o mercado de queijos finos no Brasil. Neste sentido, este artigo pretende analisar o panorama do consumo de queijos finos no País de forma a identificar fatores que influen-

ciaram esse mercado. Primeiramente, foram utilizados dados da série histórica de vendas de queijos de massa dura e semidura da Pesquisa Industrial Anual (PIA) do IBGE (2020) e dados relativos ao Produto Interno Bruto (PIB) para o período 2007 a 2018 (Figura 1).

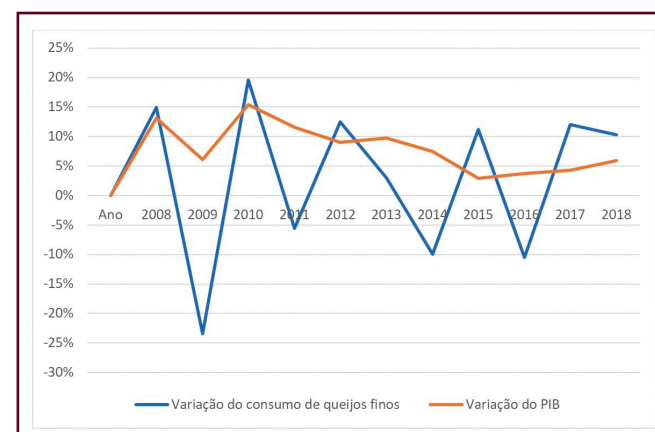


Figura 1. Variação percentual do consumo per capita de queijos finos no Brasil (kg/hab/ano) e do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro
Fonte: Resultados da pesquisa.

Pela Figura 1 observa-se algumas similaridades entre a variação do consumo per capita de queijos finos e o PIB brasileiro apenas no início do período analisado. Além disso, a magnitude da variação é bem maior para o consumo de queijos finos do que para o PIB.

Apesar dos estudos mostrarem que os lácteos são muito sensíveis à variação da renda, cada derivado apresenta uma elasticidade renda diferente. Elasticidade renda da demanda é um conceito econômico que mede a variação percentual na quantidade demandada de um determinado bem, diante de uma

variação percentual na renda do consumidor. De acordo com Vaz e Hoffmann (2020), a elasticidade renda da despesa com leite e derivados no Brasil é de 0,563, o que indica que um aumento de 10% na renda implicaria em um aumento 5,6% no consumo de leite e derivados. Para os queijos, de acordo com Carvalho e Chaves (2020), a elasticidade renda do dispêndio pode chegar a 1,22, ou seja, sendo superior a da maioria dos lácteos.

O preço dos produtos também é um aspecto que merece ser ressaltado, pois é um importante determinante no consumo de lácteos. A Figura 2 apresenta o preço médio de venda de queijos finos no Brasil.

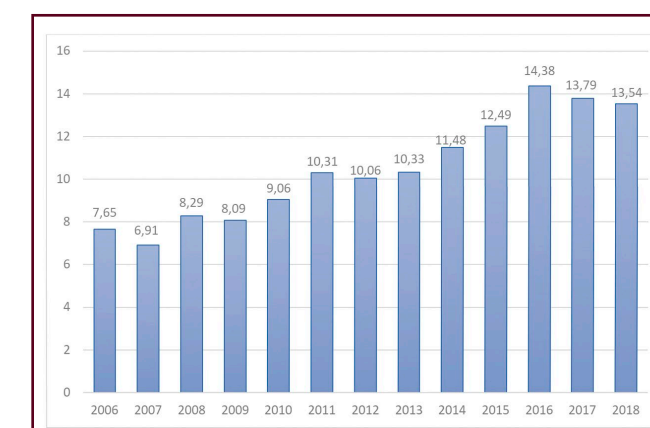


Figura 2. Preço médio de venda de queijos finos (em R\$/kg)
Fonte: Resultados da pesquisa.

De acordo com Siqueira (2019), o impacto do preço sobre o consumo tende a ser maior que a variação de renda nos produtos de origem animal, especialmente, em países em desenvolvimento. No entanto, para os queijos especiais, os dados mostram aumento significativo do preço médio no período analisado: de 81% (Figura 2), com alguma queda apenas nos últimos anos. De um modo geral, quando os preços dos alimentos aumentam, o consumo tende a diminuir, o que não ocorreu no mercado de queijos finos no Brasil. Apesar desse aumento significativo nos preços, e variações relevantes na renda da população durante o período analisado, os brasileiros aumentaram o consumo do produto.

Esse crescimento do consumo pode estar atrelado a algumas tendências do mercado de alimentos. Uma delas é a busca do consumidor por produtos gourmet, exóticos e

sofisticados. Isso foi evidenciado por Pinto et al. (2013) em pesquisa realizada com consumidores de queijos finos. Na época, os aspectos identitários dos consumidores brasileiros de queijos especiais eram: ousadia, polidez, requinte, poder aquisitivo e vínculos sociais. Isso indica que o consumo do produto está associado com status e sofisticação. Para este tipo de produto, o preço mais elevado tende a ser mais um atrativo para o consumo.

Portanto, pode-se notar que os queijos finos se caíram no gosto do brasileiro, de modo que o consumo deve permanecer em crescimento. Apesar da atual crise econômica gerada pela pandemia, os dados do segmento refletem um produto que se estabeleceu no mercado, podendo até se sair fortalecido dessa crise.

Referências Bibliográficas

BRASIL. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. Portaria n. 146, de 07 de março de 1996. Aprova os regulamentos técnicos de identidade e qualidade dos produtos lácteos. Diário Oficial da União. Acesso em: 07 de dezembro de 2020

CARVALHO, G. R.; CHAVES, D.O. Impactos da renda da população sobre o consumo de lácteos. Milkpoint Mercado, 2020. Disponível em: <<https://www.milkpoint.com.br/mercado/int/analises/2249>>. Acesso em: 10 abr. 2021.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Sidra. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/5938#resultado>. Acesso em: 13 de janeiro de 2021.

PINTO, C. L., VIEIRA, K. C., SETTE, R. S. Ter e ser, essa é a questão. Analisando a identidade do consumidor de queijos finos. XVI SEMEAD Seminários em Administração. 2013. ISSN 2177-3866. Disponível em: http://sistema.semead.com.br/16semead/resultado/an_resumo.asp?cod_trabalho=629.

REZENDE, D.; VIVAN, A. M.; LÚCIO DE ÁVILA, M. O mercado de Queijos Finos no Brasil e sua Relação com o Comportamento Estrategista das Indústrias Oligopolistas. Revista de Economia e Sociologia Rural, v. 37, n. 2, p. 9–30, 2019.

SIQUEIRA, K. O Mercado Consumidor de Leite e Derivados. Circular Técnica. Embrapa, 2019.

VAZ, D. V.; HOFFMANN, R. Elasticidade-renda e concentração das despesas com alimentos no Brasil: uma análise dos dados das POF de 2002-2003, 2008-2009 e 2017-2018. Revista de Economia, v. 41, n. 75, 2020.