

A popularização dos leites fermentados no Brasil*

*Kennya Beatriz Siqueira
Mairon Neves de Figueiredo*

Os leites fermentados são uma categoria de lácteos bem diversa, que abrange desde leites cultivados, *kefir*, leite acidófilo, alguns tipos de iogurte, coalhada e *kumys*. Esses produtos são resultado de um processo de fermentação microbiana controlada que os confere sabor, textura e aroma característicos, e muitas vezes exclusivos. O grande diferencial dessa categoria de produtos está na necessidade de apresentar microrganismos específicos abundantes e viáveis durante todo o prazo de validade. Deste modo, os produtos devem seguir padrões de fabricação e identidade, que garantem ao consumidor final um produto microbiologicamente ativo, padronizado, seguro e de qualidade (BRASIL, 2007).

O conjunto de atributos microbiológicos permite que os leites fermentados sejam classificados como alimentos funcionais, ou seja, alimentos que conferem benefícios à saúde, atendendo não só as funções nutricionais básicas, mas gerando efeitos metabólicos e/ou fisiológicos benéficos ao consumidor (ANVISA, 1999). Neste aspecto, os leites fermentados, devido a sua composição rica em probióticos, apresentam benefícios relacionados à imunidade, síntese de vitaminas e até prevenção contra certos tipos de câncer, como de colo (LEBLANC e PERDIGÓN, 2005).

A preocupação com a alimentação saudável vem crescendo entre os consumidores e segue impulsionando esse mercado. Pesquisa da Fiesp (2019) indica que cerca de 71% dos brasileiros buscam alimentos benéficos à saúde, sendo este um fator decisivo durante o processo de aquisição do alimento.

Esses produtos seguem assim, uma forte tendência de mercado voltado ao seu elevado potencial nutricional. A Allied Market Research

* Publicado em Revista Indústria de Laticínios

(2020) estima que, em 2018, o mercado dos produtos à base de leites fermentados movimentou cerca de US\$ 264,77 bilhões no mundo e projetam que em 2026 esse mercado chegará a US\$ 396,87 bilhões.

Apesar de atender a essa tendência de consumo de alimentos saudáveis e benéficos à saúde, o consumo de produtos lácteos, de um modo geral, é bastante sensível às variações de renda do consumidor. Assim, o presente artigo visa avaliar a evolução do consumo de leite fermentado no Brasil, elucidando diferenças regionais, bem como a influência da renda nesse mercado.

Para isso, foram analisados dados extraídos das Pesquisas de Orçamentos Familiares (POFs) realizadas pelo IBGE. O instituto coletou dados por meio de amostragens residenciais por todo o País, nos anos de 2002-2003, 2008-2009 e 2017-2018. Assim, foram obtidos dados referentes à aquisição e consumo de leites fermentados por regiões, bem como as médias para o Brasil nos referidos períodos.

Por meio da POF também foram obtidos valores da aquisição de leites fermentados por classe de rendimento do domicílio. Essas classes de rendimento ajustadas e categorizadas, foram classificadas atendendo critérios estabelecidos pela FGV Social (2014), com valores aproximados para classes econômicas no período 2018-2019. Dessa forma, foram classificados como classe econômica A/B, aqueles domicílios com rendimento familiar mensal total acima de R\$ 9.540, classe C entre R\$ 2.862,00 e R\$ 9.540,00, e as classes D/E com rendimentos inferiores a R\$ 2.862,00.

As classes definidas pelo IBGE nas POFs foram organizadas e agrupadas para cada pesquisa, formando três níveis categóricos: inferior, médio e superior. Logo, infere-se que as diferentes POFs associem os mesmos níveis categóricos, ou seja, as mesmas classes de rendimento, após ter sua renda ajustada ao período em que foi avaliado. Deste modo, foram avaliadas a aquisição de lácteos por região do país, assim como a distribuição da aquisição de lácteos por classe econômica.

Em 2003, os quase 180 milhões de brasileiros consumiram cerca de 50 milhões de quilos de leites fermentados. Já em 2018, com 210

milhões de pessoas, esse valor saltou para quase 200 milhões de quilos. Nestes 15 anos, o consumo de lácteos fermentados teve aumento de aproximadamente 400%, diante do aumento populacional de apenas 16,5 %. Com isso, o consumo *per capita* de leites fermentados, em 2003, que era de 0,27 kg atingiu, em 2018, quase 1 kg (Figura 1).

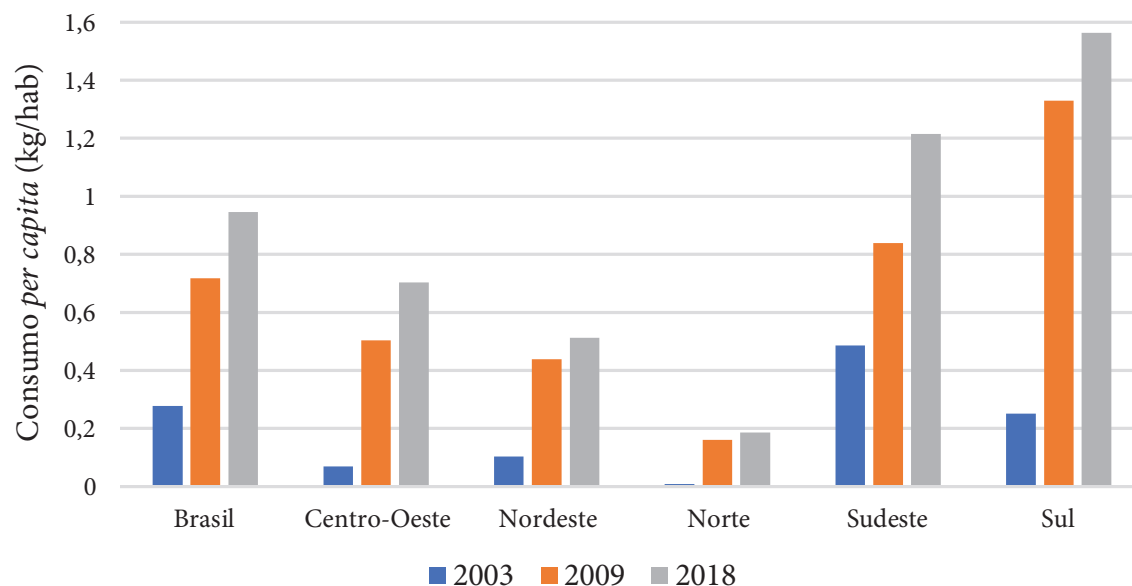


Figura 1. Evolução da aquisição domiciliar *per capita* anual de leite fermentado por região do Brasil.

Fonte: IBGE. Elaborado pelos autores.

Pelo País, regiões antes pouco expressivas, com o passar do tempo, impulsionaram o consumo destes lácteos. Um exemplo, é o Centro-Oeste, que apresentou a maior taxa de crescimento para o período, com o consumo saltando de 0,06 kg *per capita* em 2003 para 0,7 kg em 2018, ou seja, uma evolução de 1.067%. Entretanto, as regiões Sul e Sudeste ainda representam os maiores mercados consumidores de lácteos fermentados do Brasil. A região Sul, que em 2003 consumia apenas 0,25 kg de leite fermentado/hab., agora é a região de maior consumo de lácteos fermentados no Brasil com média *per capita* de 1,5 kg, bem acima da média nacional.

O aumento no consumo, corrobora com o aumento na diversidade de produtos e justifica a inserção de novas marcas no mercado, que

se torna cada dia mais abrangente e diversificado. Com isso, o aumento na aquisição e consumo de leite fermentado já engloba todas as classes sociais.

Em 2003, o acesso ao consumo de leites fermentados se restringia às classes A/B, em grande parte devido ao seu maior poder aquisitivo (Figura 2). O consumo nacional ainda era baixo e as classes A/B já consumiam 70% mais que todas as outras classes somadas. No mercado, os produtos comercializados se resumiam a alimentos especiais e *gourmet* de pouca acessibilidade a maior parte da população. Ao longo dos anos, as classes A/B passaram de 0,5 kg de consumo *per capita* ao ano, em 2003, para 1,7 kg em 2009, chegando a cerca de 2 kg consumidos em 2018, ou seja, o dobro da média nacional. Entretanto, as classes A/B incluem cerca de 30 milhões de pessoas, o que representa apenas uma pequena parcela da população brasileira (14,4%).

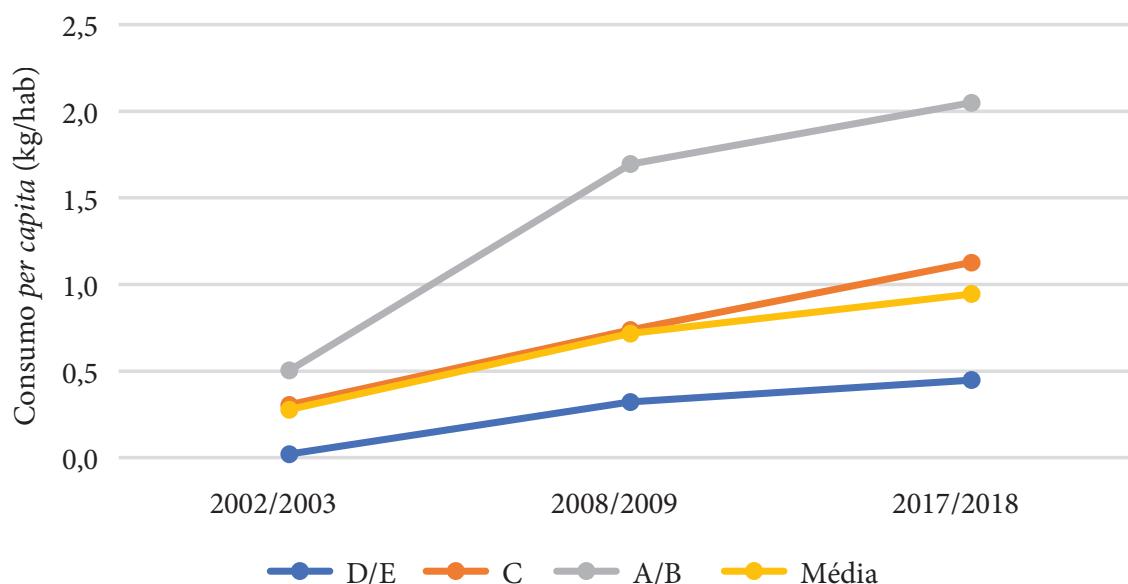


Figura 2. Evolução da aquisição domiciliar *per capita* anual de leite fermentado por classe de rendimento no Brasil.

Fonte: IBGE. Elaborado pelos autores.

Em 2018, dos quase 210 milhões de brasileiros cerca de 87,6% compõem as classes sociais C, D e E. Essas classes que, antes não apresentavam consumo expressivo de leites fermentados, já vêm incorpo-

rando estes produtos na sua dieta. As classes D/E por exemplo, que em 2003 apresentavam consumo *per capita* anual de 0,02 kg, apresentaram um incremento de consumo de 20 vezes, chegando a consumir 0,45 kg/hab. em 2018. Com o maior acesso aos lácteos fermentados, o consumo das classes C, D e E que antes era irrisório, atualmente representa quase 65% do mercado brasileiro.

Portanto, a aquisição média nacional não segue mais puxada apenas pelas classes de renda mais elevadas. Quando analisada isoladamente, neste período, a classe C representava 116 milhões de brasileiros com consumo de 1,12 quilos de leite fermentado/hab/ano, valor que supera a média nacional de 0,95 kg/habitante. Logo, os fatores consumo e representativa das classes, reafirmam a importância das classes mais baixas na formação da crescente demanda por esses produtos.

Com isso, os leites fermentados, antes pouco conhecidos, hoje representam um grande segmento dentro do mercado lácteo brasileiro. As últimas décadas, colaboraram para a incorporação dos leites fermentados na dieta e seu consumo segue crescendo. Assim sendo, essa tendência de crescimento da demanda hoje atinge todas as classes sociais, ainda que as classes A/B apresentem maior consumo *per capita*. Este aumento pode estar atrelado às maiores exigências nutricionais pelos consumidores e às tendências para incorporação de hábitos mais saudáveis na dieta.

Esses consumidores preocupados com saúde e saudabilidade devem se manter fiéis ao leite fermentado mesmo durante a crise econômica gerada pela pandemia de Covid-19 no Brasil. Pesquisa da Embrapa (SIQUEIRA, 2020) realizada entre abril e maio de 2020, evidenciou que 69% dos consumidores de leite fermentado mantiveram o consumo desses produtos durante a pandemia. Portanto, a expectativa é que o segmento não sofra muito com a crise econômica.

Referências Bibliográficas

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA (ANVISA). Resolução nº 19, de 30 de abril de 1999. Aprova o Regulamento Técnico de Procedimentos Para Registro de Alimento com Alegação de Propriedades Funcionais e ou de Saúde em sua Rotulagem. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, 03 mai. 1999. Disponível em: <http://portal.anvisa.gov.br/wps/wcm/connect/727a7f004745792d8641d63fbc4c6735/RESOLUCAO_19_1999.pdf?MOD=AJPERES>. Acesso em: 24 ago. 2020.

ALLIED MARKET RESEARCH. **Global Fermented Milk Market to Reach \$396.87 Billion by 2026**. Disponível em: < <https://www.alliedmarketresearch.com/fermented-milk-market-A05952> >. Acesso em: 27 ago. 2020.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Instrução Normativa nº 46, de 23 de outubro de 2007. Adota o Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade de Leites Fermentados, anexo à presente Instrução Normativa. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**. Brasília, 24 out. 2007. Seção 1, p.4.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS SOCIAL – FGV SOCIAL. **Qual a faixa de renda familiar das classes**. Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: <<https://cps.fgv.br/qual-faixa-de-renda-familiar-das-classes>>. Acesso em: 27 ago. 2020.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO - FIESP. **A mesa dos brasileiros**: transformações, confirmações e contradições. São Paulo, 2019. Disponível em: <<http://hotsite.fiesp.com.br/amesadosbrasileiros/>>. Acesso em: 07 set. 2020.

IBGE. **Pesquisa de Orçamentos Familiares**. Brasília, DF, 2020.

Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em: 10 fev. 2020.

LEBLANC, A. M.; PERDIGON, P. Reduction of beta- Glucuronidase and nitroreductase activity by yoghurt in a murine colon cancer model. **Biocell**, Apr;29(1):15-24, 2005.

SIQUEIRA, K. B. **O consumo de lácteos na pandemia**. CILeite, 2020.

Disponível em: <www.cileite.com.br>. Acesso em: 07 set 2020.