

Margens apertadas e pouco leite no campo

PRODUÇÃO DE LEITE

EM 18/01/2022

4 MIN DE LEITURA

Início > [Produção de leite](#) > Margens apertadas e pouco leite no campo



O título desse artigo ilustra um pouco das **dificuldades enfrentadas pela cadeia produtiva do leite no Brasil ao longo de 2021**.

Foi um ano de margens apertadas, de difícil repasse de preços entre indústria e varejo e, ao mesmo tempo, com **pouco leite no campo devido a um aperto nas margens do produtor**.

Essa dificuldade toda foi oriunda de um consumo mais fraco, em que uma parcela dos consumidores das classes mais baixas, que ajudaram na demanda no ano passado, não tiveram fôlego e nem bolso para sustentar seu próprio consumo.

E **isso ocorreu por vários motivos**, principalmente econômicos, como alto desemprego, o menor aporte de recursos em programas de assistência à renda e a alta da inflação. No caso específico da inflação, que já não incomodava por vários anos, atingimos índices anualizados no patamar de 10%, o que **prejudica o poder de compra das famílias**. Além disso, a política monetária para seu controle envolve aumento de juros, o que encarece o crédito, o investimento e acaba **afetando a retomada da economia**.

O aperto de margem que recaiu sobre o produtor de leite veio inicialmente com uma **elevação de preços dos concentrados a base de milho e farelo de soja**. Em seguida a alta dos fertilizantes também encareceu o alimento volumoso. Por outro lado, **o baixo consumo acabou induzindo um recuo nos preços do leite ao produtor** de agosto de 2021 em diante.

Esse **conjunto de fatores afetou a oferta de leite**, com recuo de 4,9% no terceiro trimestre de 2021 em relação ao mesmo trimestre do ano passado; **no ano, a queda acumulada é de 1,2%**.

O **cenário mais difícil de rentabilidade tem levado produtores a repensar a atividade**, com alguns projetos em aceleração e outros em situação de vulnerabilidade. O fato é que existem dois movimentos em curso no campo, sendo um de elevados investimentos em tecnologia e escala e outro de produtores deixando a atividade.

No mercado de [derivados lácteos](#), o [leite UHT](#) tem **enfrentado dificuldades** para trabalhar diferenciação, agregação de valor e, conseqüentemente, margens. Especialmente após a recessão brasileira, em 2015 e 2016, **as margens pioraram e a absorção de preços pelo consumidor tem sido mais difícil**.

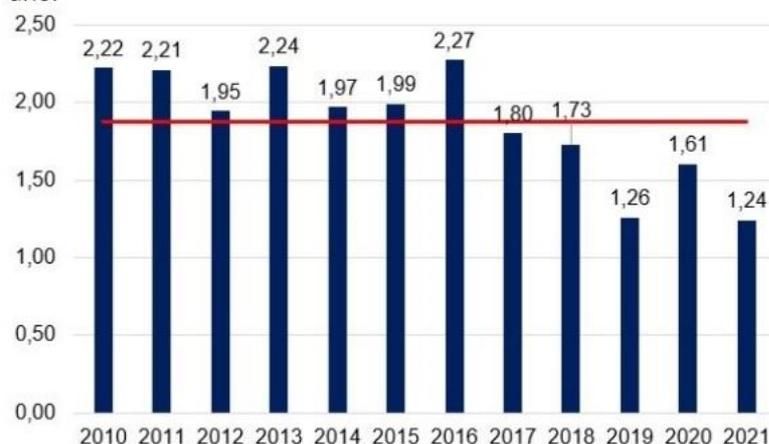
Historicamente, o *spread* da indústria sobre o produtor, representado pela diferença de preços entre eles,

Nós usamos cookies e outras tecnologias semelhantes para melhorar a sua experiência em nossos serviços, personalizar publicidade e recomendar conteúdo de seu interesse. Ao utilizar nossos serviços, você concorda com tal monitoramento. Informamos ainda que atualizamos nossa [Política de Privacidade](#).

PROSSEGUIR

Existe uma parcela da população disposta a pagar mais por esse leite, mas esse **consumidor tem de perceber o diferencial do produto**, seja em rastreabilidade, pagada de carbono, saudabilidade, ou outras características físicas ou mesmo de percepção do consumidor.

Gráfico 1. Leite UHT: spread sobre o preço ao produtor, em R\$/litro, deflacionado pelo IGP-DI. Médias de janeiro a novembro de cada ano.

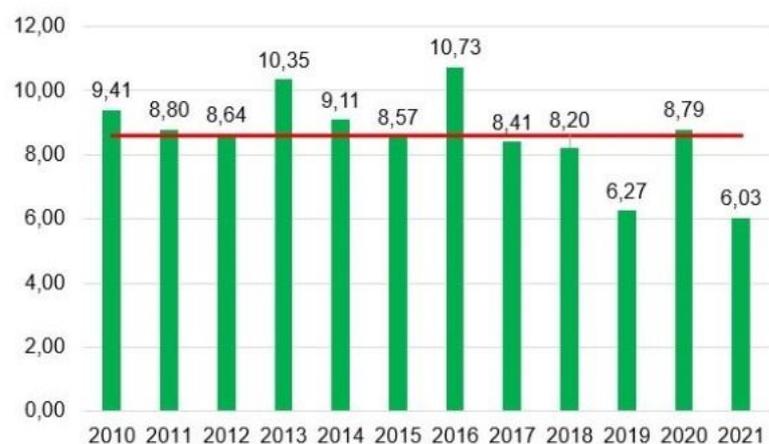


Fonte: Cepea. Elaboração Embrapa Gado de Leite.

No caso do [queijo muçarela](#), a situação também foi difícil. Apesar do retorno gradativo do *foodservice*, a **indústria de muçarela não conseguiu repassar os aumentos de custo** que tiveram e o spread médio sobre o produtor também recuou em 2021. Em média, esse spread está em torno de R\$8,61/kg, mas em 2021 caiu para R\$6,03/kg (Gráfico 2).

No ano passado, o spread industrial foi um pouco acima da média histórica, mostrando que os **repasses de preços aconteceram e o consumidor absorveu**. Inclusive, as vendas de queijos pelos supermercados registraram bom volume e classes mais baixas de renda tiveram forte presença no consumo. Este ano, uma parcela dessa população não conseguiu manter suas compras.

Gráfico 2. Queijo muçarela: spread sobre o preço ao produtor, em R\$/kg, deflacionado pelo IGP-DI. Médias de janeiro a novembro de cada ano



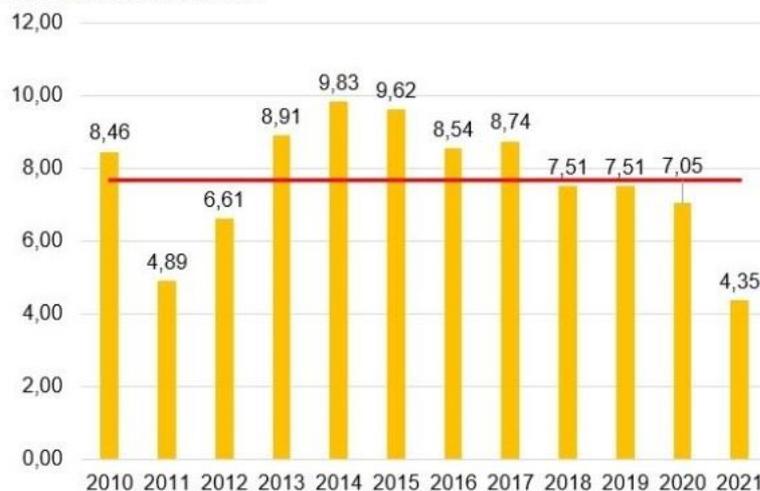
Fonte: Cepea. Elaboração Embrapa Gado de Leite. Conversão utilizada: 1kg de muçarela = 9,4 litros de leite

Nós usamos cookies e outras tecnologias semelhantes para melhorar a sua experiência em nossos serviços, personalizar publicidade e recomendar conteúdo de seu interesse. Ao utilizar nossos serviços, você concorda com tal monitoramento. Informamos ainda que atualizamos nossa [Política de Privacidade](#).

PROSSEGUIR

Isso ilustra bem como algumas regiões de maior consumo de leite em pó como a Norte e a Nordeste **sentiram o impacto negativo da pandemia sobre a economia e a renda das famílias.**

Gráfico 3. Leite em pó fracionado: spread sobre o preço ao produtor, em R\$/kg, deflacionado pelo IGP-DI. Médias de janeiro a novembro de cada ano



Fonte: Cepea. Elaboração Embrapa Gado de Leite. Conversão utilizada: 1 kg de leite em pó = 9,0 litros de leite

Portanto, foi um **ano com margens apertadas em determinados produtos**. Obviamente que nem todos os derivados lácteos e laticínios sentem da mesma forma. O mix de vendas faz diferença na rentabilidade da empresa e as **margens dos produtos também são variáveis**. O direcionamento para nichos específicos e diferenciais de agregação de valor ao produto ajudam muito a atenuar as baixas margens na negociação de commodities.

Por outro lado, em grandes plantas industriais **essas commodities são fundamentais para diluir os custos fixos**, mas ganhos de eficiência e produtividade precisam ser incorporados quase que constantemente na rotina das empresas.

Uma lição importante deste cenário é de que a **sustentação da cadeia do leite depende do consumidor, de seus gastos**. É preciso entender suas preferências, suas demandas e o seu orçamento. Mas também é possível **influenciar suas decisões**.

Autor

Glauco Rodrigues Carvalho
Pesquisador - Embrapa Gado de Leite



COMENTE:



MILKPOINT É UM PRODUTO DA
REDE AGRIPPOINT

Nós usamos cookies e outras tecnologias semelhantes para melhorar a sua experiência em nossos serviços, personalizar publicidade e recomendar conteúdo de seu interesse. Ao utilizar nossos serviços, você concorda com tal monitoramento. Informamos ainda que atualizamos nossa [Política de Privacidade](#).

PROSSEGUIR