

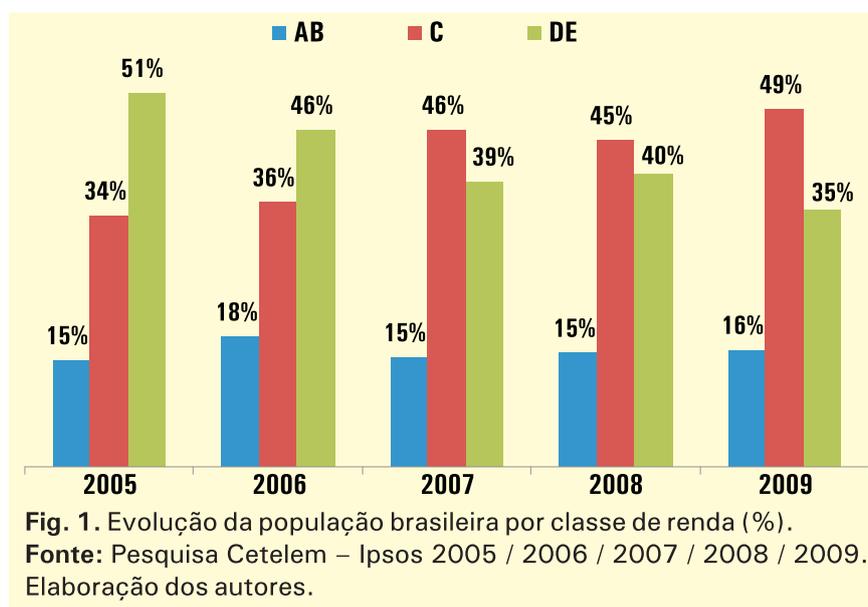
# Poder de compra e consumo de lácteos no Brasil

Glauco Carvalho, Lucas Campio Pinha e Kennya Beatriz Siqueira

A renda da população é um fator determinante para o crescimento do consumo de lácteos de um país. No Brasil, particularmente, onde existe grande parcela da população com dieta alimentar carente de proteínas, pequenas melhorias na renda das classes mais baixas permitem alterar a composição de sua alimentação e impulsionar o consumo de lácteos.

## Poder de compra

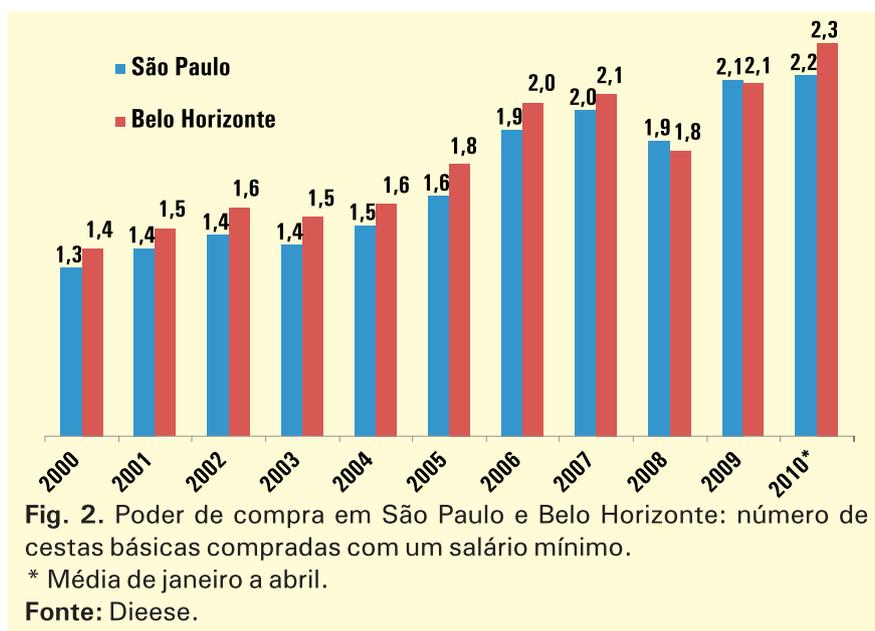
As transformações ocorridas nas classes de renda no Brasil no período recente foram significativas. As classes D e E, que em 2005 respondiam por 51% da população, recuaram para 35% dos brasileiros em 2009, conforme pesquisa divulgada pela Cetelem (financeira do grupo francês BNP Paribas) e pelo instituto de pesquisas Ipsos. Isso porque boa parte desse contingente migrou para a classe C, que em 2005 respondia por 34% da população brasileira e agora está em 49%, ou um total equivalente a 92,85 milhões de pessoas (pouco mais que toda a população da Alemanha, de 82 milhões de habitantes). As classes A/B também aumentaram a representação nacional, mas em menor intensidade, conforme Fig. 1.



O principal ponto a destacar destas informações refere-se a migração da população das classes D/E para a classe C, devido principalmente aos aumentos reais do salário mínimo e às políticas de transferência de renda, assistência social e segurança alimentar implementadas pelo Governo Federal. Em termos absolutos isto representa um aumento de 30,1 milhões de pessoas pertencentes a classe C entre 2005 e 2009, enquanto a população brasileira aumentou em 7,9 milhões de pessoas. Vale destacar ainda que esse contingente é constituído de uma parcela da população com elevada elasticidade-renda por alimentos em geral e por lácteos em particular. O total da população que saiu das classes D/E foi de aproximadamente 26 milhões de habitantes.

Porém, a elevação da renda nominal e uma melhor distribuição da mesma, que possibilita muitas pessoas migrarem para classes superiores, deve ser analisada em consonância com a inflação, pois o que

realmente influencia no aumento do consumo das famílias é o seu poder de compra. Tomando por base o salário mínimo (SM) e a cesta básica (CB) calculada pelo Dieese (Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos) para São Paulo e Belo Horizonte, verifica-se que entre 2000 e 2009 houve aumento no poder de compra de 68% e 56%, respectivamente (Fig. 2). Em São Paulo, por exemplo, um SM comprava em 2000 cerca de 1,28 CBs. Já em 2009 o SM foi suficiente para adquirir 2,14 CBs. Em Belo Horizonte, essa quantidade passou de 1,36 CB para 2,37 CBs (Fig. 2).



Nos quatro primeiros meses de 2010 em relação ao mesmo período de 2009, verifica-se também aumento no poder de compra das famílias, com elevação de 7,7% e 10,7% para São Paulo e Belo Horizonte, respectivamente. Todavia, uma inflação mais alta é esperada para 2010 e tende a reduzir o patamar recorde do poder de compra ao longo do ano. Ainda assim, o desempenho do consumo de lácteos tende a ser positivo, já que o cenário para o PIB brasileiro indica algo próximo de 5%, conforme levantamento do Banco Central do Brasil em final de abril.

### Consumo de lácteos

O consumo de leite no Brasil, assim como a oferta, vem evoluindo rapidamente nos últimos anos. Analisando os dados de consumo aparente (produção mais importação menos exportação), verifica-se que o consumo aparente per capita aumentou cerca de 18% de 2000 até 2009, passando de 124 litros/habitante para 146,8 litros/habitante (Fig. 3). Isso equivale a uma taxa média anual de 1,9%.

Neste mesmo período, a produção brasileira total de leite aumentou 39% ante um avanço de 32% no consumo aparente total, ou seja, apesar do bom desempenho do consumo interno, a oferta aumentou em quantidade suficiente para reduzir o déficit doméstico de produção em relação ao consumo e ainda gerar um excedente para exportação. A evolução do consumo no período analisado foi impactada positivamente pela melhoria de renda e de sua distribuição.

O ano de 2009 foi bastante difícil para maioria dos países, devido à maior recessão econômica mundial desde 1929, que assolou o mundo no final de 2008 e gerou os maiores impactos negativos no ano posterior. A escassez de crédito em grande parte dos países fez com que os investimentos e o



consumo diminuíssem drasticamente, gerando desemprego e queda do PIB em boa parte do mundo. O Brasil foi um dos países menos afetados pela crise, e mesmo assim registrou um decréscimo de 0,2 % no PIB de 2009, comparando com 2008, e isto porque a crise diminuiu os investimentos que estavam programados para o país. O que diferenciou o Brasil de outros países foi o consumo, já que ele se manteve aquecido durante todo o ano, e foi responsável pela volta do crescimento do PIB brasileiro já no terceiro trimestre de 2009.

No caso dos lácteos, as vendas no varejo também se mantiveram aquecidas. Segundo levantamento da Nielsen, praticamente todos os derivados lácteos registraram aumento de vendas em 2009. As maiores altas ocorreram no leite fermentado (17,9% em relação a 2008), leite em pó (11,4%), iogurte (6,8%), requeijão cremoso (5,4%), petit suisse (5,4%) e queijos (3,7%). O desempenho negativo foi verificado no leite UHT, que teve suas vendas penalizadas pelo aumento real dos preços ao consumidor (Fig. 4).

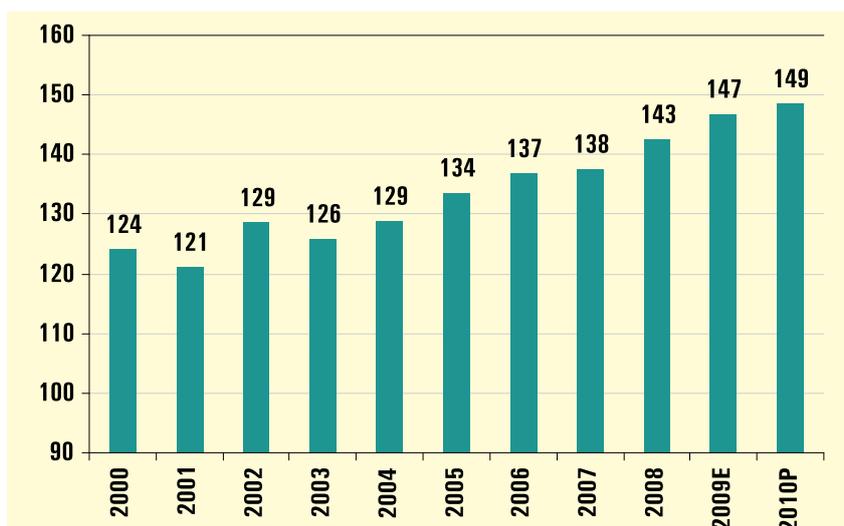


Fig. 3. Consumo aparente per capita de lácteos, em litros/habitante. Fonte: IBGE/Pesquisa Pecuária Municipal - MDIC/Aliceweb. Elaboração dos autores.

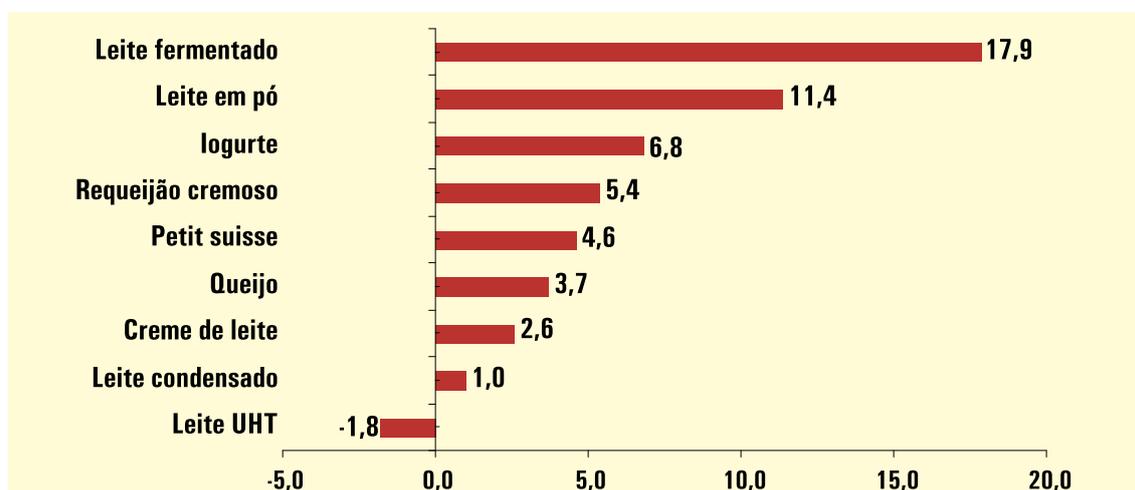


Fig. 4. Variação no volume de vendas no varejo dos derivados lácteos: 2009 em relação a 2008, em %.

Fonte: Nielsen.

No primeiro bimestre de 2010, o volume de vendas também foi positivo para os produtos lácteos (Fig. 5). Comparando janeiro-fevereiro de 2010 com o mesmo período de 2009, novamente o leite fermentado registrou a maior variação nas vendas, com alta de 22,9%, seguido do queijo (16,7%), petit suisse (9,8%), leite UHT (9,2%) e requeijão cremoso (8,2%). O único produto que registrou decréscimo nas vendas no varejo foi o creme de leite, com recuo de 1,7%. Portanto, o ano de 2010 se inicia de forma favorável para o setor lácteo brasileiro, com incremento da captação, aumento de preços ao produtor e crescimento do consumo interno. As exportações, por outro lado, tendem a continuar modestas, ficando na dependência de uma recuperação mais rápida da economia mundial e dos preços internacionais, já que as previsões atuais para a taxa de câmbio não indicam desvalorização acentuada.

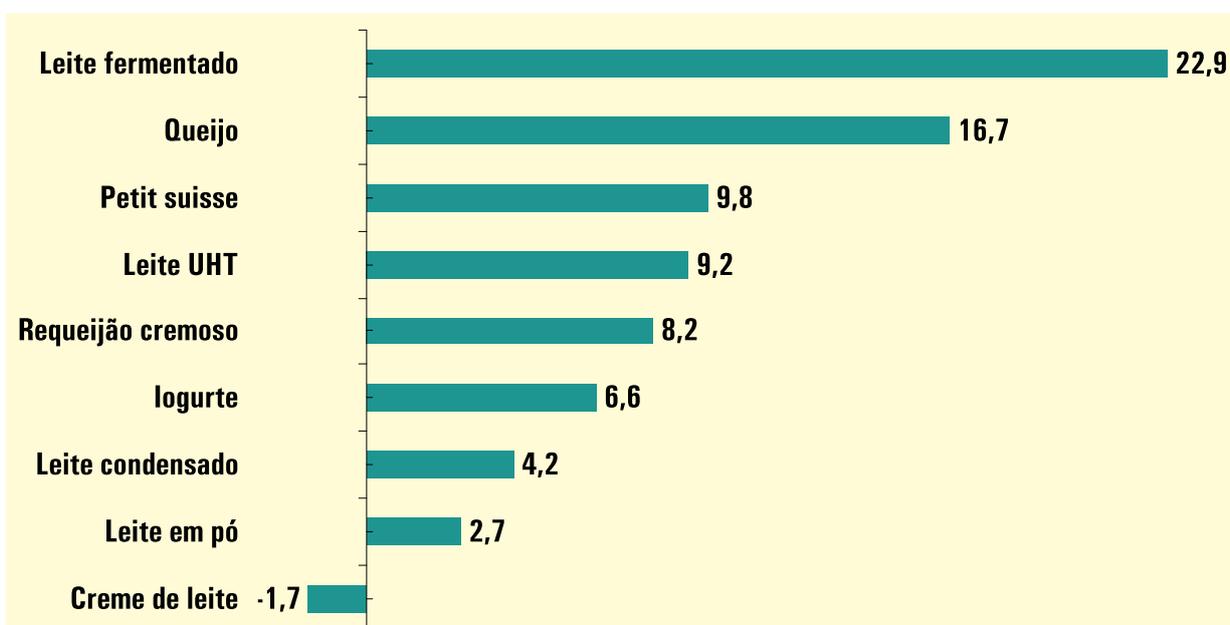


Fig. 5. Variação no volume de vendas no varejo dos derivados lácteos: primeiro bimestre de 2010 em relação ao mesmo bimestre de 2009, em %.

Fonte: Nielsen.