MERCADO DE LEITE: CONJUNTURA ATUAL E OS ENSINAMENTOS DO PASSADO RECENTE

DENIS TEIXEIRA DA ROCHA[1], GLAUCO RODRIGUES CARVALHO[2]

As medidas adotadas para conter a pandemia do novo coronavírus, como a restrição da circulação de pessoas, o fechamento de escolas, food services *e serviços classificados como não essenciais, isolaram milhões de pessoas em suas residências, de forma repentina. Essa nova dinâmica trouxe grandes desafios para a cadeia produtiva de leite. Neste momento, a baixa oferta e a alta demanda dão suporte para a manutenção dos preços.*

EM UM primeiro momento, logo após o início das exigências de isolamento social impostas em grande parte do Brasil (que se deram na segunda metade de março último), houve um esforço do setor produtivo para manter a produção das fazendas, dos laticínios e de toda a logística de captação e distribuição, de modo a não faltarem produtos aos consumidores. Na ponta de consumo, o que se viu foi uma corrida aos supermercados em busca de produtos básicos e de fácil estocagem, o que impulsionou as vendas e, consequentemente, os preços do leite UHT e do leite em pó. Mas, logo em seguida, o mercado acomodou-se, e as incertezas sobre a pandemia e os seus efeitos sobre a economia seguraram os impulsos de compra dos consumidores, fatos que desestimularam toda a cadeia de produção. Assim, os preços do leite e dos seus derivados recuaram, com quedas no atacado, que se refletiram no mercado de leite *spot* (negociado entre as empresas), chegando até o produtor.

Entretanto, em meados de maio, uma conjuntura de fatores aqueceu o mercado, dando início a um período de sucessivas valorizações do leite e dos seus derivados ao longo de toda a cadeia produtiva de leite. A conjunção de uma baixa oferta de leite no campo com a redução nas importações reduziu a disponibilidade interna de leite. Pelo lado da demanda, os auxílios de renda do Governo à população, representados principalmente pelo auxílio emergencial, injetaram uma quantidade representativa de recursos na mão das pessoas de mais baixa renda que priorizaram a aquisição de alimentos. Além disso, o isolamento social trouxe novos hábitos de consumo doméstico. Esses fatos representaram um grande reforço nas vendas de produtos lácteos, o que mais do que compensou as perdas com o fechamento dos canais de *food service,* que respondiam por 10% das vendas de lácteos no País antes do início da pandemia. Nesse cenário, as vendas de lácteos aumentaram 5,3% no primeiro semestre deste ano em comparação ao mesmo período do ano passado, segundo dados da Nielsen. Esse fortalecimento da demanda, conjugado com a restrição na oferta, fez os preços dos lácteos acumularem uma expressiva valorização, fazendo com que o todo o setor vivencie um período de euforia em plena pandemia, algo difícil de se imaginar alguns meses atrás.

SEMELHANÇAS COM O PASSADO

Apesar das condições singulares impostas pela pandemia, é possível verificar, ao observar os dados do mercado de leite em um passado recente, algumas semelhanças em termos de preços com o momento atual. Tomando por base o preço do leite ao produtor, que reflete o comportamento de preços ao longo da cadeia, tem-se dois momentos recentes de valorização mais acentuada, sendo eles os anos de 2018 – em decorrência da greve dos caminhoneiros, que interrompeu o fluxo de produtos – e 2019 – dada uma expectativa positiva quanto ao crescimento da economia brasileira logo no início do governo Bolsonaro. Em ambos os momentos, as causas dessas valorizações foram pontuais e se dissiparam logo, resultando em quedas sucessivas nos meses seguintes (Figura 1).

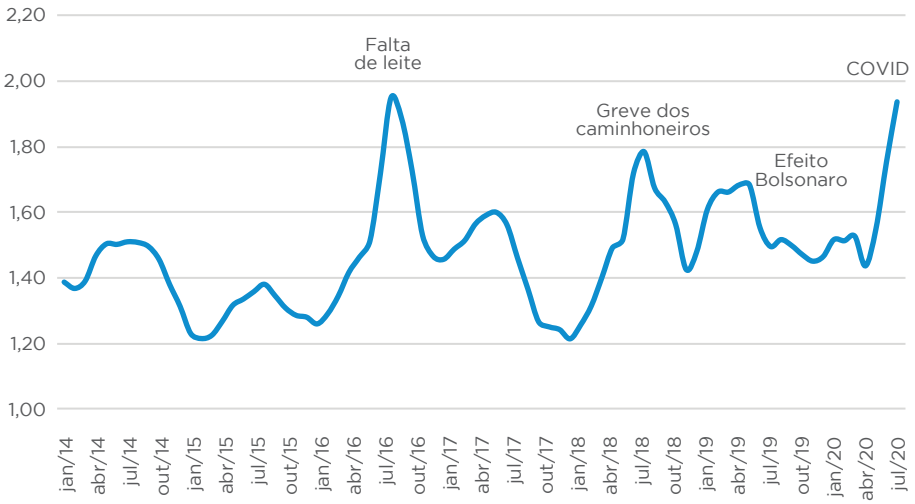
Observa-se, ainda, à primeira vista, uma maior semelhança do momento atual com o vivenciado em 2016. Essa constatação é reforçada ao expandir essa

análise para o leite no mercado *spot* e o queijo muçarela no atacado. A exceção fica por conta do leite UHT, que, apesar das altas recentes, permanece em um patamar bem inferior ao registrado em 2016 (Figura 2).

Mas como era o cenário de mercado em 2016? O Brasil vivenciava uma crise econômica iniciada em 2015, quando o Produto Interno Bruto (PIB) recuou 3,6%, repetindo uma queda semelhante no ano seguinte, de 3,3%. Com a economia fraca, o consumo da cesta de lácteos recuou 1,2% no primeiro semestre de 2016 em relação ao mesmo período de 2015. Com a demanda fraca, a alta de preços daquele momento foi influenciada, principalmente, pela baixa oferta de leite. No primeiro semestre de 2016, a captação de leite inspecionado reduziu-se 5,9%, um reflexo de margens ruins no campo em 2015. As importações estavam em alta, com aumento de 58% no mesmo período estimulado, também, pelos baixos preços do leite em pó no mercado internacional. Mesmo com maiores importações, a disponibilidade interna *per capita* naquele período de 2016 foi 3,7% menor do que a do ano anterior. Portanto, havia pouco leite no campo, alta importação e baixo consumo em 2016. Mas a restrição da oferta foi mais acentuada e provocou alta nos preços.

Já em 2020, a oferta também está baixa, mas a demanda segue firme, o que está dando suporte para a manutenção dos preços por um período maior. Contudo, existem desafios conjunturais importantes para os próximos meses, como um incremento das importações, a entrada da safra nas regiões Sudeste e Centro-Oeste, a redução no valor do auxílio emergencial, a manutenção de custo mais alto com alimento concentrado, entre outros. Enfim, são questões que deixam os agentes da cadeia produtiva felizes e preocupados ao mesmo tempo. ■

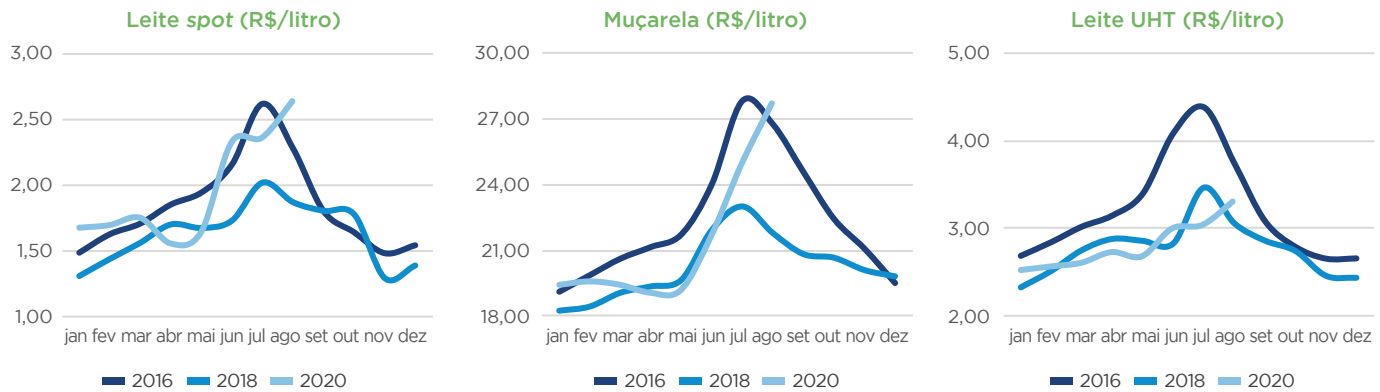
FIGURA 1. PREÇOS MENSAIS DO LEITE AO PRODUTOR DEFLACIONADOS PELO IGP-DI
(R$/LITRO)



Fonte: Cepea; FGV; elaborado pelos autores

1 Analista da Embrapa Gado de Leite
2 Pesquisador da Embrapa Gado de Leite

FIGURA 2: MÉDIA NACIONAL DE PREÇOS MENSAIS DO LEITE *SPOT* EM MINAS GERAIS E DO QUEIJO MUÇARELA E DO LEITE UHT NO ATACADO
(VALORES DEFLACIONADOS PELO IGP-DI ATÉ AGOSTO DE 2020)



Fonte: Cepea; FGV; elaborado pelos autores