



USP ESALQ – ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Veículo: ZooNews

Data: 12/06/2012

Link: <http://www.zoonews.com.br/>

Caderno / Página: - / -

Assunto: Crescem as vendas de leite longa vida e produção poderá ultrapassar 6 bilhões de litros em 2012

Crescem as vendas de leite longa vida e produção poderá ultrapassar 6 bilhões de litros em 2012

Depois de registrar um expressivo crescimento de vendas de 6,7% em 2011, a indústria de Leite Longa Vida, ou Ultra High Temperature (UHT), já consegue prever, com a análise dos primeiros meses de 2012, um bom desempenho também para este ano. A expectativa é de que as vendas em 2012 cresçam entre 3% e 4%, pouco acima do PIB, e a produção ultrapasse a marca de 6 bilhões de litros.

"O setor tem presenciado um aumento de consumo médio do leite UHT em todo o País; o leite de consumo cresceu acima da média dos produtos lácteos em geral, como comprovam os números de 2011", diz o presidente da Associação Brasileira da Indústria de Leite Longa Vida (ABLV), Laércio Barbosa.

O setor, no entanto, se desdobra para absorver os aumentos nos preços da matéria-prima e a consequente queda na rentabilidade da indústria. No ano passado, a matéria-prima teve preço médio entre 15% e 20% acima do que em 2010, dependendo a região, segundo dados da Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq), da Universidade de São Paulo (USP). Ainda assim, a produção leiteira do País cresceu apenas 2,2%.

O relatório anual do setor de Leite Longa Vida acaba de ser finalizado pela ABLV. Com o aumento de 6,7% (5,81 bilhões de litros contra os 5,45 bilhões de 2010), o setor foi o maior responsável pelo crescimento de 4,2% do mercado total de leite de consumo, do qual ainda fazem parte os segmentos de leite em pó (+4,3%) e leite pasteurizado (-3,8%). O faturamento da indústria fechou em mais de R\$ 10 bilhões.

De acordo com as explicações do diretor-executivo da ABLV, Nilson Muniz, os setores de Leite Longa Vida e pó se "beneficiaram do aumento de renda da população, particularmente das classes mais baixas, que passaram a consumir um volume médio maior". Além disso, a influência da renda no consumo de lácteos estimula a preferência do consumidor pelo produto Longa Vida e também traz ao mercado formal usuários que antes eram do leite sem tratamento.

Em 2011, o market share do Leite Longa Vida foi de 78,2% e do Leite Pasteurizado de 21,8%. "Por sua praticidade e facilidade de distribuição e armazenamento, bem como pela crescente credibilidade junto aos consumidores, o UHT atende ao estilo de vida do brasileiro e às características do País, com seu clima tropical e dimensões continentais", lembra Laércio Barbosa.

INVESTIMENTOS - Outro fator que impulsiona as vendas do Leite Longa Vida é o constante investimento do setor em novas plantas, aumento de capacidade industrial, modernização, pesquisa e desenvolvimento de produtos, marketing e comunicação. No ano passado, foi encerrada uma fase de aportes superiores a R\$ 1 bilhão, o que marcou um dos maiores períodos de investimentos da história recente do setor, afirma Barbosa.

REPRESENTATIVIDADE - A ABLV completou 17 anos em setembro de 2011 e congrega atualmente 38 empresas, que juntas respondem por mais de 80% da produção de Leite Longa Vida no País, estimada em mais de 6 bilhões de litros em 2012. A entrada da associação no mercado, em 1994, coincide com o período que registrou maiores índices de crescimento de vendas do produto. Naquele ano, as vendas de LLV eram de 730 milhões de litros. O market share, de 20% em 1994, passou para os 78,2% em 2011.

A matéria é da ABLV