

Relatório de Inteligência



Produtos lácteos com valor agregado: estratégias para diferenciação no mercado

Em 2024, o cenário global do mercado de laticínios tem valor estimado em US\$ 620 bilhões. As expectativas da [Mordor Intelligence](#) são de que esse número chegue a atingir US\$ 768,8 bilhões até 2029. No território brasileiro, há mais de 1 milhão de propriedades produtoras de leite e 15,7 milhões de vacas-leiteiras. Além disso, segundo dados da [FAO](#) e do [IBGE](#), o Brasil detém cerca de 5% dos 718 bilhões de litros de leite de vaca produzidos mundialmente, um total de cerca de 35,5 bilhões de litros.

O consumidor brasileiro

O leite sempre esteve presente no dia a dia dos brasileiros e é considerado uma das principais *commodities* do setor agropecuário. Por outro lado, uma análise da [Associação Brasileira dos Produtores de Leite](#) indicou que os brasileiros reduziram o consumo de leite e seus derivados, com um consumo per capita de cerca de 128 litros por ano – antes, a estimativa era de 150 litros. Esse declínio pode ser atribuído a diversos fatores, como: os econômicos, o nível de renda e os preços relativos; os demográficos, como a urbanização; e os socioculturais.

De fato, a demanda de produtos lácteos se transforma em decorrência das variações de renda. Isso significa que um pequeno aumento na renda resulta em um aumento significativo nos gastos com esses produtos. Consequentemente, os derivados do leite tendem a ter seu consumo reduzido durante períodos de crise econômica. Mas, mesmo diante de uma redução no consumo, em 2023, o Brasil foi apontado pelo [Statista](#) como o maior consumidor de leite entre os países analisados da América Latina e do Caribe, com um volume de consumo de quase 27,5 milhões de toneladas. Além disso, [projeções recentes](#) indicaram uma melhora para o mercado de lácteos, com destaque para uma crescente demanda especialmente por produtos de maior valor agregado, sobretudo o queijo.

O sucesso dos produtos brasileiros pode ser atribuído à fama de sua qualidade. Embora desafios como barreiras tarifárias e custos elevados ainda existam, o crescimento na exportação de produtos lácteos de maior valor agregado demonstra o potencial do Brasil em competir globalmente, impulsionado pela qualidade reconhecida de seus produtos. Portanto, o mercado lácteo brasileiro está se posicionando para se tornar um grande exportador global. Em 2021, por exemplo, o país exportou leite e derivados para mais de 100 países. A diversificação de mercados tem sido a estratégia-chave que permite ao país expandir sua presença internacional.

Tendências de consumo para produtos lácteos com valor agregado

Segundo o Cepea, devido ao aumento da produção doméstica e das importações, o preço do leite pago ao produtor caiu 24,8% de janeiro a outubro de 2023 em comparação ao mesmo período de 2022. Essa queda significativa no preço do leite impactou o setor e aumentou a busca por maior agregação de valor na produção. A seguir, separamos as tendências de consumo que mais se destacam entre os consumidores e podem ser aplicadas por pequenos negócios que buscam se sobressair nesse cenário:



- **práticas sustentáveis e transparentes:** há uma crescente valorização pelas práticas de bem-estar animal, rastreabilidade e certificações de qualidade. Produtos que promovem sustentabilidade e transparência na cadeia produtiva estão em alta;
- **conveniência:** em busca de praticidade e economia de tempo, cresce a popularidade de modelos de negócio como clubes de assinatura de produtos lácteos e o comércio *contactless*, ou seja, sem contato direto, desde a loja on-line até a entrega na porta de casa;
- **experiências autênticas:** outro aspecto valorizado pelos consumidores atuais são produtos com boa narrativa sobre sua origem, produção e comercialização. Logo, ao destacar o cuidado envolvido em cada etapa, é possível criar uma conexão emocional com o consumidor;
- **personalização e segmentação:** produtos voltados para nichos específicos, como saúde e bem-estar, ou com atributos premium, se destacam. Diversificar a produção e investir em produtos de valor agregado aumenta as margens de lucro e garante o crescimento financeiro dos negócios.

Por que investir em lácteos com valor agregado?

Investir em lácteos com valor agregado traz uma série de benefícios, como maior margem de lucro em comparação aos lácteos convencionais (com produtos como queijos especiais, iogurtes premium e leites fermentados). Além disso, atendem a um público mais exigente e disposto a pagar mais por qualidade e inovação. Outro ponto relevante é que a diversificação do portfólio com produtos de valor agregado promove a sustentabilidade econômica do negócio, aumenta a competitividade no mercado interno e externo, permite o acesso a novos mercados e acarreta a fidelização de consumidores. Além disso, essa diversificação permite que o produtor defina o preço de seus produtos, diferentemente do que ocorre com a venda de leite, em que o preço é estabelecido pela indústria de laticínios. Com produtos de valor agregado, o produtor tem maior controle sobre os preços, reduz a vulnerabilidade às flutuações de preços das commodities e garante maior estabilidade financeira mesmo diante de desafios do setor.

Nichos de atuação



Produtos sem lactose: a intolerância à lactose é comum; [afeta mais da metade dos brasileiros](#) com desconfortos digestivos. Para atender a essa demanda e promover a saúde e o bem-estar dos consumidores, é possível adicionar soluções enzimáticas que quebram a lactose em açúcares mais simples nos leites e seus derivados para, assim, criar produtos sem lactose. Esses produtos ampliam o mercado, alcançam consumidores que antes evitavam leite tradicional – e, para além dos intolerantes, atraem consumidores preocupados com a saúde, normalmente em dietas alternativas e que também se interessam por esses alimentos.

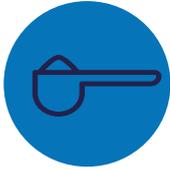


Produtos orgânicos: estima-se que o valor do mercado global de produtos lácteos orgânicos atinja [US\\$ 36 bilhões até 2028](#). Apenas na América Latina, as expectativas são de que até 2027 esse valor chegue a [US\\$ 4 bilhões](#). Isso representa um aumento de quase 71% por cento em comparação a uma estimativa de 2022, o que revela um excelente nicho para atuação. No Brasil, existem cerca de [150 produtores de leite orgânico](#), majoritariamente localizados nas regiões Sudeste e Sul, com uma criação predominantemente a pasto e de raças adaptadas ao clima tropical (conforme regulamentações para sistemas orgânicos). A produção de leite orgânico é altamente rentável e segue práticas ecológicas e sustentáveis. É produzido em sistemas que promovem a saúde do solo, dos ecossistemas e das pessoas, algo bastante valorizado pelos consumidores atuais.



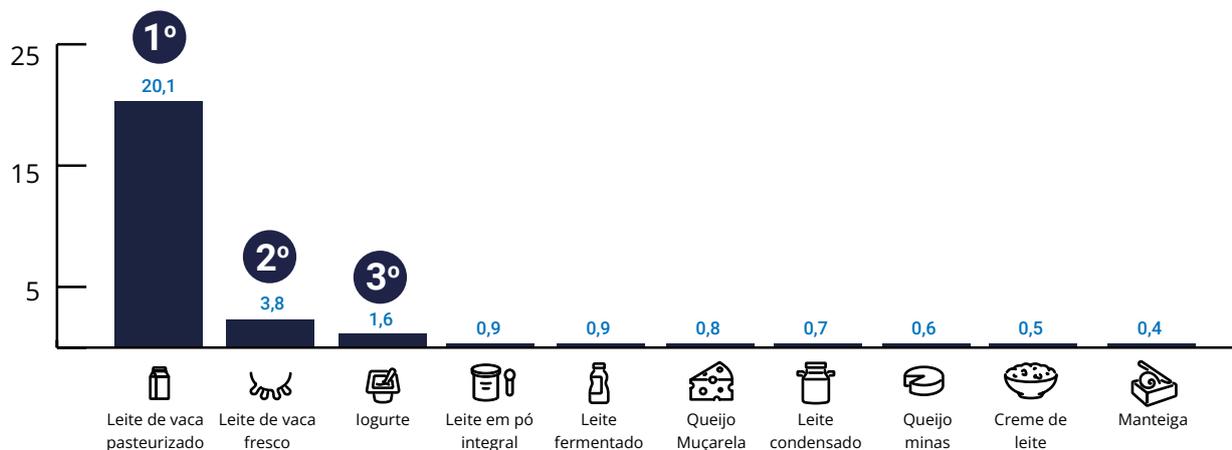
Lácteos de vacas criadas a pasto: esses produtos se destacam como um nicho valioso no mercado devido aos seus benefícios nutricionais e à crescente demanda por produtos mais sustentáveis. [Pesquisas irlandesas](#) evidenciam que vacas criadas a pasto produzem leite com maior concentração de gordura, proteína, caseína e ácidos graxos saudáveis, como o ácido linoleico conjugado (CLA). Esses produtos também são superiores em termos de sabor, cor e aparência, como destaca a campanha [Origin Green](#) do Bord Bia. Além de suas qualidades nutricionais, o sistema de produção a pasto é mais econômico, até 20 centavos mais barato por litro do que o produzido em confinamento. Essas vantagens tornam os lácteos de vacas criadas a pasto uma escolha atrativa para consumidores e produtores.

A criação a pasto está, geralmente, associada a práticas sustentáveis e naturais, o que pode resultar em produtos orgânicos. No entanto, nem todo lácteo orgânico é necessariamente gerado no pasto. Produtos orgânicos são produzidos em sistemas que seguem regulamentações específicas e precisam passar por auditorias.



Lácteos enriquecidos ou com propriedades funcionais: segundo a Anvisa, alimentos funcionais são aqueles que, além de fornecerem nutrientes básicos, oferecem benefícios metabólicos ou fisiológicos à saúde. Já os alimentos enriquecidos são aqueles que têm nutrientes adicionados para melhorar seu valor nutritivo, para repor nutrientes perdidos durante o processamento ou suplementá-los além dos níveis naturais. No Brasil, produtos como leites fluidos (UHT) e leite em pó são os principais representantes desse mercado promissor, liderado pelos iogurtes. Esses produtos se destacam por suas propriedades adicionais, como fortificação com cálcio, baixo teor de lactose e adição de probióticos, fibras e vitaminas. Com a crescente demanda por alimentos mais saudáveis e funcionais, os lácteos enriquecidos se tornaram uma opção atraente para os consumidores que buscam melhorar a alimentação e a saúde.

VOCÊ SABE QUIAIS SÃO OS 10 PRODUTOS LÁCTEOS MAIS CONSUMIDOS PELOS BRASILEIROS?



Fonte: Pesquisa de orçamentos familiares (POF). IBGE. 2019. Aquisição alimentar domiciliar per capita - em kg.

Em 2023, produtos lácteos de maior valor agregado tiveram um aumento na demanda – o queijo registrou crescimento de 12% no volume vendido, e outros, como o *cream cheese* (+8,5%), o doce de leite (+6,5%), o creme de leite (+5,4%), o requeijão (+1,7%) e o leite condensado (+1,5%) também tiveram alta no consumo.

■ Compreender os gostos e as preferências dos consumidores é essencial para saber onde investir recursos para atraí-los. Mesmo em alimentos e bebidas comuns, que já fazem parte do dia a dia do consumidor, é possível agregar valor e oferecer diferenciais na qualidade, na apresentação ou nos benefícios do produto.

Inovações e tecnologias para o setor



Combinação de proteínas — Na indústria de alimentos e bebidas, a combinação de proteínas do leite e do soro é frequentemente usada para desenvolver produtos lácteos com alto teor de proteínas e aminoácidos de cadeia ramificada (BCAAs), como leucina, isoleucina e valina. Essas combinações são valorizadas por proporcionarem maior estabilidade térmica e menor sabor residual em comparação a produtos que usam apenas proteínas do soro. Essa abordagem não só melhora a qualidade nutricional dos produtos finais, mas atende à demanda por alimentos funcionais e de alto valor proteico no mercado.



Altas pressões para reduzir a alergenicidade — Novas tecnologias, como a aplicação de altas pressões, minimizam as alterações físico-químicas e sensoriais nos produtos lácteos causadas por tratamentos térmicos. Essa técnica pode reduzir a alergenicidade das proteínas do soro de queijo, responsáveis por reações alérgicas em humanos. A alta pressão promove alterações nessas proteínas, dificultam a ligação com anticorpos e, conseqüentemente, reduzem a alergenicidade. Por isso, a alta pressão mostra-se promissora na produção de leite e derivados com menor potencial alergênico.



Embalagens inovadoras — A inovação em embalagens é importante para a segurança e a qualidade dos produtos lácteos. Além de proteger o produto, elas comunicam aos consumidores e garantem manuseio e transporte seguros. Há um foco crescente em embalagens sustentáveis, que empregam materiais recicláveis, biodegradáveis e renováveis, como bioplásticos. Tecnologias avançadas incluem a Atmosfera Modificada (ATM), que controla gases para aumentar a vida útil do produto; embalagens ativas, que interagem com o alimento para melhorar suas características sensoriais; e embalagens inteligentes, que monitoram a qualidade do produto em tempo real.



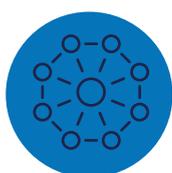
Uso de concentrados líquidos de proteínas de soro (CLPS) — Essa tecnologia envolve a concentração do soro por ultrafiltração, desnaturação térmica e homogeneização, usando-o como matéria-prima para a produção de iogurtes, bebidas lácteas fermentadas e outros produtos. O processo inclui a utilização de permeados de ultrafiltração, com nanofiltração ou osmose inversa, que maximizam a recuperação do soro e minimizam o impacto ambiental. Os CLPS são desnaturados termicamente e homogeneizados e podem ser usados imediatamente ou conservados por congelamento. Esta tecnologia é ideal para produtos fermentados, com validação e testes industriais para garantir a viabilidade em escala comercial.



Conservantes naturais e *clean label* — O conceito de *clean label* refere-se a produtos que contêm uma lista de ingredientes mais simples e de fácil compreensão para os consumidores. Para atender à demanda por produtos frescos e cada vez mais naturais, as empresas estão reformulando produtos existentes com aditivos naturais em substituição aos aditivos artificiais e investindo em certificações que comprovem a qualidade e a sustentabilidade dos produtos. No segmento dos queijos, conservantes naturais, como nisina e natamicina, ganham destaque. A nisina, por exemplo, é um antimicrobiano natural aprovado pelo FDA (Food and Drug Administration) que não altera o sabor do produto final. Já a natamicina é bastante eficaz para evitar mofo e leveduras.

Ações estratégicas para aumentar a percepção de valor

A percepção de valor de uma marca é um aspecto importante na hora de atrair e fidelizar consumidores. Estratégias simples, porém eficazes, ajudam a aumentar essa percepção de valor ao englobar diversas iniciativas que destacam os atributos de um produto, que vão além da qualidade ou do sabor. Veja a seguir:



Diversificação: essa estratégia pode significar entrar em novos mercados ou desenvolver novos produtos para os já existentes. É um movimento que pode aumentar a receita e reduzir riscos, mas exige planejamento cuidadoso para gerenciar a variedade de produtos e atender às necessidades dos clientes;



Branding: trata-se de uma estratégia que foca em criar uma identidade de marca forte e distinta que ressoe entre os consumidores. Isso envolve destacar qualidades como origem natural, benefícios à saúde, sustentabilidade e autenticidade. Usar embalagens atraentes, investir em divulgação e obter certificações de qualidade são passos importantes para construir a imagem da marca no mercado;



Comunicação e marketing: aproveite a esfera digital para se relacionar com seus consumidores, promover seus produtos e destacar seus benefícios nutricionais, diferenciais e sua qualidade. É possível, inclusive, firmar parcerias com influenciadores e manter as mídias sociais do negócio ativas para engajar os consumidores e criar uma conexão com o público. Ao responder rapidamente às interações dos usuários, você também contribui para fortalecer a presença on-line e aumentar a fidelidade à marca. E não se esqueça de alinhar essa estratégia à de *branding* para ter resultados ainda mais satisfatórios.



Sustentabilidade e saúde: há uma tendência de demanda cada vez maior por produtos que sejam benéficos para a saúde humana, o planeta e o bem-estar dos animais. Portanto, invista em práticas sustentáveis e produtos mais saudáveis; essa estratégia ampliará o valor percebido por seus produtos e poderá alcançar um público ainda maior.

Como se destacar nesse mercado?

Por fim, destacamos que crescer no segmento de produtos lácteos com valor agregado, como abordado neste relatório, depende de uma combinação de fatores. Por isso, atente-se às tendências, faça análises de mercado, estude a concorrência, defina suas prioridades e coloque em prática os conhecimentos aprendidos. Com um bom planejamento e objetivos bem claros, é possível trilhar uma jornada de sucesso nesse setor.

Confira alguns cases de sucesso para se inspirar:

- **Valelac:** fundada em 2005 por Ricardo Almeida, a empresa iniciou como uma pequena queijaria no Agreste de Pernambuco. Com o empenho do empresário e o apoio do Sebrae desde o início de sua trajetória, hoje, a Valelac é uma [referência no segmento lácteo](#) e comercializa produtos para grandes redes de supermercados por todo o estado. Tem um catálogo extenso de mais de 45 produtos que inclui queijos, iogurtes e doce de leite, e seu comprometimento com clientes e produtores de leite, aliado à sustentabilidade na cadeia de produção, destaca a empresa no mercado.
- **Nata da Serra:** Ricardo Schiavinato, engenheiro-agrônomo e produtor de leite orgânico, fundou a empresa em Serra do Norte, São Paulo. Seu negócio tem como diferenciação a produção de laticínios de alto valor. A empresa verticaliza sua produção e transforma o leite orgânico em queijos, iogurte, manteiga e requeijão. O sucesso da Nata da Serra é impulsionado pela demanda por produtos sustentáveis e preços mais elevados, que compensam os custos adicionais. Ricardo atribui parte desse sucesso à [assistência técnica do Sebrae](#), recebida por meio do programa Empreleite, que proporciona informações e suporte aos pequenos produtores.

Fontes consultadas

Rafael Ribeiro. [Lácteos com propriedades funcionais ou enriquecidos: um novo nicho de mercado](#). Scot Consultoria. 2011. [EUA: produtos lácteos de vacas criadas a pasto podem ter maior valor agregado](#). MilkPoint. 2017. [Kenny Beatriz Siqueira. O mercado consumidor de leite e derivados](#). Embrapa. 2019. [Produção de derivados lácteos com valor agregado: fatores que influenciam a decisão](#). Embrapa. 2020. [Inovações tecnológicas na indústria de laticínios](#). Daxia. 2021. [Conceito clean label: uma tendência na indústria de laticínios](#). MilkPoint. 2023. [Novidades em lácteos: 7 soluções para a indústria de laticínios e similares](#). Food Connection. 2023. [Inovações em embalagens para lácteos](#). MilkPoint. 2023. [A inovação em produtos lácteos não convencionais](#). Lacties. Acesso em 2024. [Claucia Fernanda Volken. Aplicação de alta pressão na redução da alergenicidade das proteínas do soro de queijo](#). MilkPoint. 2024. [Luiza Vonghon. As principais tendências do consumidor em 2024](#). Sindileite. 2024. [Belgo Arames. Conheça tendências da produção de leite orgânico em fazendas](#). Belgo. 2024. [Andréa Rossi Scalco. Estratégias e tendências da agroindústria de laticínios brasileira](#). Acesso em 2024. [O que foi 2023 e como será 2024 para o setor lácteo em termos dos produtos de valor agregado?](#) MilkPoint. 2024. [Volume de leite adquirido pelo Brasil de outros países cresceu 63,8% em 2023](#). Canal do Boi. 2024.

RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA /// AGROINDÚSTRIA /// 8 A 12 DE JULHO DE 2024



Especialista Sebrae Agro

Jacqueline Martins – Sebrae AL

Analista de inteligência

Thayná Thoni

Coordenação

Douglas Paranaíba de Abreu - Sebrae GO

Victor Rodrigues Ferreira - Sebrae NA

Consultor Polo Sebrae Agro

Jaqueline Pinheiro da Silva

polosebraeagro.sebrae.com.br

