

163

Circular
TécnicaPelotas, RS
Novembro, 2015

Autores

Maira Balbinotti Zanela
Médica-veterinária,
D.Sc. em Produção
Animal, pesquisadora
da Embrapa Clima
Temperado, Pelotas, RS.

Giovani Jacob Kolling
Médico-veterinário,
doutorando do PPGZ/
UFRGS, Porto Alegre, RS

**Victória Noel Vazquez
Fernandez**
Médica-veterinária,
M.Sc PPGZ/UFRGS,
autônoma.
Grau acadêmico
Endereço Institucional

Caracterização do Perfil do Consumidor de Leite de Búfala em Feiras no Rio Grande do Sul

O aumento de poder de compra nos últimos anos, aliado à preferência por produtos de maior qualidade e benéficos à saúde, incentiva o aumento da demanda de leite (NASCIMENTO; DÖRR, 2010). Nesse contexto, o leite de búfala é promissor, pois apresenta elevado valor nutritivo (DUBEY et al., 1997), podendo ser utilizado tanto para o consumo fluido ou como matéria-prima para elaboração de produtos lácteos, que podem variar conforme a cultura de cada região.

O mercado para os derivados do leite de búfala apresenta expansão no Brasil. Esses produtos, em especial a mussarela e a ricota, são procurados não só por seu sabor característico, mas também por suas qualidades nutricionais (TEIXEIRA et al., 2005).

O conhecimento do perfil do consumidor é de grande importância na cadeia produtiva dos produtos agrícolas, pois mudanças nesse perfil podem levar a uma mudança em toda a cadeia produtiva (VIANA; RÉVILLION, 2010). Entretanto, existem poucos trabalhos a respeito do consumidor de derivados lácteos bubalinos no Brasil que poderiam contribuir para o fortalecimento do segmento e ampliação de mercado.

Foto: Maira Balbinotti Zanela



O objetivo desta pesquisa foi avaliar o perfil do consumidor de derivados lácteos de búfalas no Rio Grande do Sul.

Material e Métodos

Foi elaborado um questionário contendo perguntas a respeito do consumo de leite de búfala e seus derivados e o perfil dos consumidores. O mesmo foi utilizado em entrevistas na região central da cidade de Porto Alegre/RS e em feiras agropecuárias (sendo uma de nível internacional realizada na região metropolitana e outra na cidade de Pelotas/RS), de agosto de 2009 a maio de 2011. Na

escolha dos locais foram considerados: fluxo constante de pessoas e facilidade de acesso desde diversas regiões do estado.

As perguntas realizadas eram fechadas. Os entrevistados foram selecionados por amostragem aleatória sistematizada. Para minimizar a interação entrevistador-intervistado não era realizado qualquer esclarecimento a respeito dos itens abordados.

Para caracterização do perfil dos consumidores, foram avaliados: o sexo do entrevistado, faixa etária, nível socioeconômico e escolaridade. O sexo e a faixa

etária foram avaliados pelo entrevistador.

O nível socioeconômico foi informado pelos entrevistados, sendo avaliado conforme a renda familiar mensal em salários mínimos (SM), sendo dividido em cinco grupos: até 2,5 salários mínimos; de 2,5 a 5; de 5 a 7,5; de 7,5 a 10; e acima de 10 SM.

O nível de escolaridade foi classificado em cinco grupos, a saber: fundamental, médio, técnico, superior e pós-graduação.

Inicialmente, os entrevistados foram questionados sobre o consumo de derivados lácteos de búfala. Em caso de resposta negativa ao consumo, foi feito questionamento do motivo pelo qual não o fazia (falta de oportunidade, não gostava, não encontrava ou desconhecia). Quando resposta afirmativa, foi questionado sobre: qual o tipo de derivado consumido, frequência de consumo, e o que o faria consumir mais.

Em seguida, o entrevistado foi questionado quanto ao seu conhecimento das principais diferenças entre o leite de búfala e o leite de vaca. Quando resposta afirmativa, foram avaliadas as diferenças citadas.

Em relação à oferta de derivados lácteos de búfala para compra, foram pesquisados: os locais de compra e venda (supermercado, produtor, ambos ou não encontrava); a identificação no produto de marca ou empresa produtora; o preço (não observava pois não comprava, caro, não achou caro, achou caro mas valia a pena).

Por último, foi verificado se o entrevistado conhecia o "Selo de Pureza" colocado em alguns produtos de leite de búfala (conhecia e achava importante, conhecia mas achava desnecessário, não conhecia, ou não conhecia mas considerava importante).

Os dados foram analisados por meio do programa estatístico SAS® software, utilizando as programações PROC FREQ, para estabelecer a frequência das diferentes variáveis.

Resultados

Foram aplicados 426 questionários de acordo com a Tabela 1.

Tabela 1. Número de questionários aplicados de acordo com o local de realização das entrevistas.

Substrato	Número de questionários (%)
Região Central de Porto Alegre	212
Feira da Região Metropolitana de Porto Alegre (Expointer)	149
Feira Agropecuária em Pelotas (Expofeira)	65
Total	426

Quando analisado o consumo de derivados lácteos bubalinos, foi verificado que 57,51% nunca consumiram ou não consomem esses produtos, enquanto 42,49% dos indivíduos entrevistados declararam já ter consumido.

Dentre os entrevistados que não consomem, 43,77% consideravam a falta de oportunidade o principal motivo, 35,20% desconheciam os produtos, enquanto 13,73% não encontravam no mercado e apenas 7,30% não gostavam.

Os entrevistados informaram que consumiriam mais os produtos se houvesse maior disponibilidade no mercado (46,10%), preço mais acessível (40,26%) e hábito de consumo (13,64%).

O perfil dos entrevistados que declararam consumir derivados lácteos de búfala encontra-se na Tabela 2.

Quanto à percepção de diferença entre os leites de vaca e de búfala, 63,28% não conheciam as diferenças. Dos 36,72% que conheciam, 45,70% destacavam a gordura como principal diferença, seguido de leite mais saudável (14,52%), mais forte (13,44%), ter mais proteína (11,83%), melhor sabor (9,13%) e menos colesterol (5,38%).

Ao responderem sobre o conhecimento dos locais de venda dos derivados, 56,10% dos entrevistados informaram não saber, 41,32% os encontravam em redes de supermercados, 2,11% os adquiriam diretamente de produtores ou feiras de produtos

naturais e 0,47% já os encontraram tanto em feiras como em supermercados.

Referente à marca dos produtos, 71,66% não lembravam, 17,11% disseram que os derivados apresentavam marca e 11,23% não identificaram a marca.

A tabela 3 detalha o tipo de produto, a frequência e o motivo do consumo dos produtos lácteos bubalinos pelos entrevistados que declararam já ter consumido. Sobre o preço dos derivados lácteos, 40,0% não observaram, pois não compravam, 31,67% consideravam caro, 21,66% consideravam caro mas valendo a pena, e 6,67% não achavam caro.

O selo de pureza dos derivados lácteos bubalinos é informado em algumas embalagens com o objetivo de proteger o consumidor, garantindo que o leite utilizado nos derivados seja realmente de búfala, sem mistura de leite de vaca. Na pesquisa, 53,90% dos entrevistados declaravam não conhecer o selo, porém consideravam importante; 23,88% não conheciam; 20,57% conheciam e achavam importante, enquanto 1,65% conheciam e achavam desnecessário.

Tabela 2. Características dos consumidores de derivados lácteos (n=180).

Gênero	(%)
Feminino	57,22
Masculino	42,78
Faixa etária	
Adulto	84,36
Idoso	12,85
Jovem	2,79
Renda Familiar (saláriosmínimos)	
até 2,5	11,94
2,5 a 5,0	17,61
5,0 a 7,5	13,64
7,5 a 10	13,64
mais de 10	43,18
Escolaridade	
Fundamental	3,31
Médio	20,44
Técnico	2,21
Superior	67,40
Pós-graduação	6,63

Tabela 3. Tipo de produto, frequência e motivo de consumo dos produtos lácteos (n=180).

Tipo de produto consumido	(%)
Queijo Mozzarella	91,37
Manteiga	2,54
logurte	2,03
Doce de leite	2,03
Nata	2,03
Frequência de consumo	
Consome raramente	66,66
Consome eventualmente	25,99
Consome semanalmente	7,35

Conclusões

A maioria dos entrevistados nunca consumiu produtos lácteos de búfala, entretanto, a falta de oportunidade e desconhecimento foram os motivos mais citados dentre as causas para não consumir os mesmos. Dentre os entrevistados que declararam consumir derivados lácteos de búfala no RS, a maioria são mulheres, adultas, com renda familiar acima de 10 salários mínimos e nível de escolaridade superior.

O consumo de derivados de leite de búfalas é raro ou eventual, sendo o queijo mozzarella o derivado mais consumido. O supermercado foi o local mais citado para a compra, e a maioria dos consumidores não lembra ou não identifica marca. A maioria dos entrevistados não sabe a diferença entre o leite de vaca e o de búfala.

A disponibilidade e o preço são os principais fatores que interferem no consumo desses produtos, havendo ainda um desconhecimento quanto ao selo de pureza.

Para aumentar a demanda de leite de búfala e seus derivados, e conseqüentemente ampliar o número de consumidores, faz-se necessário que haja maior publicidade sobre os produtos e maior disponibilidade para o consumidor. Uma melhor estratégia de marketing que inclui precificação,

rotulagem e publicidade, inclusive do selo de pureza e de identificação de marca, é necessária para fomentar o consumo e garantir a procedência do produto.

Agradecimentos

Ao CNPq pelo auxílio financeiro.

Referências

DUBEY, P. C.; SUMAN, C. L.; SANYAL, M. K.; PANDEY, H. S.; SAXENA, M. M.; YADAV, P. L. Factors affecting composition of milk of buffaloes. **The Journal Animal Science**, v. 67 p. 802-804, 1997.

NASCIMENTO, A. R.; DÖRR, A. C. Análise econômica do perfil dos consumidores de leite em Santa Maria – RS. In: CONGRESSO SOCIEDADE BRASILEIRA

DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 48., 2010, Campo Grande. **Anais...** Campo Grande: Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 2010.

TEIXEIRA, L. V; BASTIANETTO, E.; OLIVEIRA, D. A. A. Leite de búfala na indústria de produtos lácteos, **Revista Brasileira de Reprodução Animal**, v. 29, n. 2, p. 96-100, abr./jun. 2005.

VIANA, J. G. A.; RÉVILLION, J. P. P. Qualidade percebida pelo consumidor de produtos lácteos: Modelo teórico e evidências empíricas. In: CONGRESSO SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 48., 2010, Campo Grande. **Anais...** Campo Grande: Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 2010.

Circular Técnica, 163

Exemplares desta edição podem ser adquiridos na:

Embrapa Clima Temperado

Endereço: BR 392, Km 78, Caixa Postal 403
Pelotas, RS - CEP 96010-971

Fone: (53)3275-8100

www.embrapa.br/clima-temperado
www.embrapa.br/fale-conosco



1ª edição

1ª impressão (2015): 30 exemplares

Comitê de Publicações

Presidente: Ana Cristina Richter Krolow

Vice - Presidente: Enio Egon Sosinski Júnior

Secretária-Executiva: Bárbara Chevallier Cosenza

Membros: Ana Luíza Barragana Viegas, Apes Falcão Perera, Daniel Marques Aquini, Eliana da Rosa Freire Quincozes, Marilaine Schaun Pelufê.

Expediente

Revisão do texto: Eduardo Freitas de Souza

Normalização bibliográfica: Marilaine Schaun Pelufê

Editoração eletrônica: Jaqueline Jardim (estagiária)