



Vol. 15, Nº 02, Mar./Abr. de 2018  
ISSN: 1983-9006  
www.nutritime.com.br

A Nutritime Revista Eletrônica é uma publicação bimestral da Nutritime Ltda. Com o objetivo de divulgar revisões de literatura, artigos técnicos e científicos bem como resultados de pesquisa nas áreas de Ciência Animal, através do endereço eletrônico: <http://www.nutritime.com.br>. Todo o conteúdo expresso neste artigo é de inteira responsabilidade dos seus autores.

## Perfil dos consumidores de leite e derivados lácteos do município de Olho D'água – Paraíba

Mercado consumidor, produtos lácteos, queijo.

Rosa Maria dos Santos Pessoa<sup>1\*</sup>  
Glacyane Costa Gois<sup>2</sup>  
Anderson Antônio Ferreira da Silva<sup>3</sup>  
Fleming Sena Campos<sup>4</sup>  
Cristina Aparecida Barbosa de Lima<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Mestre em Zootecnia, UFCG, Patos, PB [rosapessoa@gmail.com](mailto:rosapessoa@gmail.com).

<sup>2</sup> Pós-doutoranda em Ciências Veterinárias no Semiárido, CPGCVS/UNIVASF, Petrolina, PE.

<sup>3</sup> Graduando em Zootecnia, CCA/UFPB, Areia, PB.

<sup>4</sup> Pós-doutorando em Ciência Animal e Pastagens, UFRPE/UAG, Garanhuns, PE.

<sup>5</sup> Doutora em Zootecnia. CCA/UFPB, Areia, PB.

### RESUMO

Objetivou-se avaliar o perfil dos consumidores de leite e derivados no município de Olho D'água - Paraíba. Foram aplicados 307 questionários, onde foram abordados alguns itens como: sexo, renda mensal, idade, escolaridade, consumo de leite e derivados, preferência dos produtos lácteos, local de compra do leite, local de compra dos derivados e embalagem. Os resultados mostraram que dos entrevistados, 94% consomem leite e produtos lácteos, tendo preferência por queijo (45%) e adquirindo-o diretamente do produtor (65%). Quando questionados sobre o local de compra do leite, 80% disseram comprar em supermercados, pois é mais confiável. 52% afirmam que a embalagem influencia na hora da compra. Dessa forma conclui-se que os entrevistados têm preferência em adquirir produtos lácteos diretamente do produtor. A embalagem influencia na compra, porém os consumidores não observam se a mesma apresenta o selo de fiscalização.

**Palavras-chave:** mercado consumidor, produtos lácteos, queijo.

### PROFILE OF CONSUMERS OF MILK AND DAIRY PRODUCTS IN THE MUNICIPALITY OF OLHO D'ÁGUA - PB

#### ABSTRACT

The objective of this study was to evaluate the profile of consumers of milk and dairy products in the municipality of Olho D'água - Paraíba. 307 questionnaires were applied, where some items such as sex, monthly income, age, schooling, consumption of milk and milk products, preference for dairy products, place of purchase of milk, place of purchase of the products and packaging were analyzed. The results showed that 94% of the respondents consume milk and dairy products, preferring cheese (45%) and buying it directly from the producer (65%). When asked about the place to buy milk, 80% said they buy at supermarkets because it is more reliable. 52% say that packaging influences the time of purchase. In this way, it is concluded that the interviewees have a preference in acquiring dairy products directly from the producer. The packaging influences the purchase, but consumers do not observe if it has the seal of inspection.

**Keyword:** consumer market, dairy products, cheese.



## INTRODUÇÃO

Uma alimentação adequada visa atender as demandas do organismo, suprimindo as necessidades de nutrientes e, ainda, envolve alguns aspectos que devem ser levados em consideração, como os valores culturais, afetivos, sociais e sensoriais. A alimentação diária deve apresentar seis características fundamentais: ser variada, incluindo todos os grupos alimentares; equilibrada, garantindo os nutrientes recomendados para cada indivíduo; suficiente, em quantidades que atendam às necessidades individuais; acessível, preferindo alimentos produzidos e comercializados regionalmente; colorida, tornando a refeição mais atrativa além de ser adequada em nutrientes e, ainda, segura, livre de contaminantes para garantir a saúde do indivíduo. Os principais objetivos de uma alimentação saudável e equilibrada são a promoção da saúde e a prevenção de doenças (DUTRA et al., 2007).

O leite é um alimento com excepcional valor nutritivo e amplamente consumido pela população mundial, é recomendado desde o nascimento através do aleitamento materno, e depois como parte de uma alimentação equilibrada. Seu consumo e de seus derivados podem auxiliar na prevenção de algumas doenças como osteoporose, devido ser considerada como as principais fontes de cálcio, e alguns tipos de câncer (ROSA & QUEIROZ, 2007).

Para BEDANI & ROSSI (2005) e AUGUSTINHO (2007), o leite e seus derivados são a principal e maior fonte de cálcio para o homem, desempenhando papel importante na alimentação e saúde humanas. ALVENSLEBEN (1997) afirma que mesmo as necessidades mais básicas do ser humano, como as fisiológicas, as de segurança e, também, as necessidades sociais, são influenciadas por fatores psíquicos e não podem ser dissociados na compreensão dos motivos que influenciam as decisões de compra dos consumidores.

De acordo com ENGEL et al. (2000), são vários os fatores que interferem no comportamento de compra e que afetam a escolha do consumidor por determinado produto ou marca. Fatores culturais, sociais, familiares, econômicos e psicológicos agem em conjunto de forma que se torne complexa a iden-

tificação do fator preponderante em uma decisão de compra. No mundo atual, com as arenas cada vez mais competitivas, identificar o perfil do cliente torna-se primordial na busca de vantagens competitivas pelas empresas.

Assim, campanhas de marketing, melhor organização da cadeia produtiva, melhoria da qualidade, investimentos e um conhecimento mais profundo sobre o consumidor de leite são ações que podem aumentar a produção e o consumo desse alimento. O conhecimento do perfil/preferências dos consumidores é importante, pois permite orientar o trabalho de produção, direcionar o processo de marketing e comercialização, além de demonstrar a importância desse segmento de consumo no mercado regional. As diferentes percepções dos consumidores sobre a qualidade do produto sejam elas qualitativas ou quantitativas, demonstram a necessidade de maior profundidade de investigações científicas sobre a percepção no consumo de produtos lácteos no Brasil (VIANA et al., 2010).

O interesse das pesquisas de comportamento do consumidor recai principalmente sobre a análise empírica de como ocorre o processo de compra e quais são os fatores que afetam os consumidores. Desta maneira, pesquisadores e organizações buscam conhecer os gostos, preferências, hábitos e atitudes dos consumidores, para que se possam apontar tendências e perspectivas em relação ao comportamento de consumo (SPROESSER et al., 2006).

O presente trabalho teve como objetivo avaliar o perfil dos consumidores de leite e derivados no município de Olho D'água - Paraíba.

## MATERIAL E MÉTODOS

Foi realizada uma pesquisa "Survey", a qual é utilizada para a obtenção de informações por intermédio de uma entrevista com os participantes, na qual são realizadas inúmeras perguntas acerca do tema que se está estudando, por meio da aplicação de um questionário estruturado para obter uma padronização do processo de coleta de dados (Francisco et al., 2007). A pesquisa foi desenvolvida na cidade de Olho D'água – PB, durante o mês de Maio de 2017.



Foi adotada uma pesquisa do tipo exploratória e descritiva, realizando entrevistas em estabelecimentos da zona urbana e rural. Não foram abordadas crianças nem adolescentes. As entrevistas aconteceram em dias alternados da semana. A abordagem deste trabalho foi puramente quantitativa, com o intuito de mostrar, em números, a existência de um fato, a proporção em que ele ocorre na nossa sociedade.

Foram aplicados 307 questionários constituídos de 9 perguntas sobre: sexo, renda mensal, idade, escolaridade, consumo de leite e derivados, preferência dos produtos lácteos, local de compra do leite, local de compra dos derivados e embalagem. Os questionários foram utilizados como material de pesquisa sobre a opinião pública e como indicativo das características do consumidor e suas preferências para que se possa trabalhar a cadeia produtiva do leite.

Após a aplicação do questionário, foi montado um banco de dados em planilha eletrônica do EXCEL (2010), sendo os resultados expressos em porcentagens.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Através dos dados pessoais dos entrevistados (Tabela 1), observou-se um predomínio maior de mulheres (61 %) do que de homens (39 %), durante a realização da entrevista. Em relação à idade, 68% dos consumidores entrevistados tinham entre 18 e 30 anos, sendo a faixa etária predominante; 15% de 31 a 45 anos; 17% acima de 45 anos. A escolaridade também foi investigada e os resultados apontam maior participação de pessoas com nível fundamental incompleto (36%). O rendimento familiar apontado foi entre 1 a 3 salários mínimos, fato este que pode estar diretamente relacionado ao nível de instrução descrito (Tabela 1).

Em relação ao consumo de leite e derivados (Tabela 2), 6% dos entrevistados afirmam que não os consome. Os resultados encontrados corroboram os achados por CAMPOS et al. (2016), que em estudo descritivo similar sobre perfil do consumidor de leite identificaram que 94% dos entrevistados consumiam leite. Apenas uma pequena parcela da população (6%) não consome leite ou derivados, por possuir

intolerância à lactose ou por não gostar do sabor ou odor do leite.

Estudos têm mostrado benefícios associados ao consumo de leite e derivados. Entre eles, destaca-se que a adoção de dieta com quantidades adequadas de leite diminuem o acúmulo de tecido adiposo derivado de alta ingestão calórica, por meio da modulação do cálcio intracelular nos adipócitos, podendo reduzir em até 70% o risco de sobrepeso. E ainda, agem na formação do tecido ósseo, colaborando na redução da incidência de câncer colorretal, diminuindo a ocorrência de resistência à insulina e da pressão arterial (TOMBINI et al., 2012).

**TABELA 1.** Perfil dos consumidores questionados no município de Olho D'água – Paraíba

Perfil do consumidor	Total inquiridos n = 307 %=100
<b>Sexo</b>	
Masculino	39
Feminino	61
<b>Idade</b>	
18-30 anos	68
31-45 anos	15
Acima de 45 anos	17
<b>Escolaridade</b>	
Fundamental completo	5
Médio completo	22
Fundamental incompleto	36
Médio incompleto	30
Superior	4
Superior incompleto	4
<b>Renda mensal</b>	
1 a 3 salários mínimos	80
3 a 6 salários mínimos	12
Acima 6	8

Fonte: Elaborada pelo autor.

Com relação à questão sobre o leite de preferência dos consumidores, verificou-se que a maioria deles tem preferência pelo leite integral (68,17%), seguido do leite desnatado (26,83%) e do leite semidesnatado (5%). Algumas pessoas relataram a preferência por algum outro tipo de leite, como o de soja ou o leite 0% de lactose.



Quanto à preferência dos produtos, 45% dos entrevistados tem preferência por queijo, ficando em segundo e terceiro lugares o iogurte (28%) e a manteiga (13%), respectivamente. Resultados superiores foram encontrados por MOLINA et al. (2010), que ao analisar o perfil do consumo de leite e produtos derivados na cidade de Maringá, observaram que os consumidores preferiam o iogurte (52,67%), sorvete (43%) e queijo (32%).

Quando os consumidores foram questionados sobre o local de compra do leite, 80% dos entrevistados disseram comprar o produto em supermercados, pois é mais confiável, 7% compram o leite em padarias e vendedor ambulante alegando a facilidade de se encontrar o leite e apenas 3% adquirem o leite em feira ou mercado municipal, por ser mais barato. Quanto à compra dos produtos lácteos, 65% dos entrevistados preferem comprar direto do produtor e 35% preferem comprar industrializados alegando serem produtos de qualidade.

Quando questionados se a embalagem influencia na hora da compra, 52% responderam que sim, comprando o leite apenas de uma específica marca e 48% que não. É importante ressaltar que nenhuma das pessoas entrevistadas mencionou observar o selo de fiscalização e o registro do produto em algum órgão de inspeção.

**TABELA 2.** Preferência dos consumidores de leite e derivados no município de Olho D'água-PB

Perfil do consumidor	Total inquirido n = 307 %=100
<b>Consumo de leite e derivados</b>	
Sim	94
Não	6
<b>Preferência pelo tipo de leite</b>	
Integral	68,17
Desnatado	26,83
Semidesnatado	5
<b>Preferência dos produtos lácteos</b>	
Iogurte	28
Manteiga	13
Queijo	45
Requeijão	6
Bebida láctea	8
<b>Local de compra do leite</b>	

Supermercado	80
Ambulante	7
Padaria	7
Mercado municipal	3
Feira	3
<b>Local de compra dos produtos lácteos</b>	
Industrializado	35
Direto do produtor	65
<b>A Embalagem influencia a compra?</b>	
Sim	48
Não	52

Fonte: Elaborada pelo autor.

A embalagem é antes de tudo, um artefato que além das funções básicas de cobrir, empacotar, envasar, proteger e garantir a integridade e conservação dos produtos, tanto no transporte quanto na armazenagem e exposição nos pontos de venda, representa o principal elo entre o consumidor, o produto e a marca.

Muitos consumidores associam qualidade a determinadas marcas consideradas de sua confiança, podendo nesta relação já embutir que o produto seja inspecionado em determinada instância da inspeção, seja ela municipal, estadual ou federal. A questão dos valores de apresentação do produto ao consumidor demonstrou ser um ponto de observação importante nessa avaliação, o que pode sugerir que parte do consumo pode ser flutuante nas diferentes marcas, em função do valor apresentado ao público.

## CONCLUSÕES

Os entrevistados tem preferência em adquirir produtos lácteos diretamente do produtor, principalmente o queijo.

A embalagem influencia na compra porém os consumidores não observam se a mesma apresenta o selo de fiscalização.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDRADE, A.N. **Probiotics and Prebiotics A New Tool at the Service of Animal Production.** Disponível em: [www.sna.agr.br](http://www.sna.agr.br), Acesso em 11/06/2017.
- ANFALPET - **Manual do Programa Integrado de Qualidade Pet.** 2010. 612p.



- ALVENSLEBEN, R.V. **Consumer behavior**. In: PADBERG D. I.; RITSON, C.; ALBISU L. M. (Orgs.). *Agro-food marketing*. New York: Cabi Publishing, 1997.
- AUGUSTINHO, E.A.S. **A importância do leite** (Relatório de Estágio Supervisionado). Curso de Farmácia. Pontifícia Universidade Católica do Paraná, 2007.
- BEDANI, R.; ROSSI, E.A. O consumo de cálcio e a osteoporose. **Semina: Ciências Biológicas e da Saúde**, v. 26, n. 1, p. 3-14, 2005.
- CAMPOS, F.L.; MORAES, R.C.; GOMES, D.C.; ARAUJO, L.F.; VILARINHO, R.C. Percepção sobre o consumo de leite e derivados por participantes do congresso internacional do leite em Porto Alegre, Rio Grande do Sul. **Revista Científica de Medicina Veterinária**, n. 27, p. 1-9, 2016.
- DUTRA, E.S.; FRANCO, M.C.; OTERO, I. Alimentação saudável e sustentável. Brasília, DF: Universidade de Brasília, 2007. 92 p.
- ENGEL, J.F.; BLACKWELL, R.D.; MINIARD, P.W. *Comportamento do consumidor*. 8. ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 2000.
- FRANCISCO, D.C.; NASCIMENTO, V.P.; LOGUERCIO, A.P.; CAMARGO, L. Caracterização do consumidor de carne de frango da cidade de Porto Alegre. **Ciência Rural**, v.37, n.1, p. 253 – 258. 2007.
- GUIMARÃES, L.M.; OLIVEIRA, D.S. Influência de uma alimentação saudável para longevidade e prevenção de doenças. **Interciência & Sociedade**. v. 3, n.2, 60 – 37, 2014.
- MOLINA, G.; PELISSARI, F.M.; FEHRMANN, A.C. Perfil do consumo de leite e produtos derivados na cidade de Maringá, Estado do Paraná. **Acta Scientiarum. Technology** v. 32, n. 3, p. 327-334, 2010.
- ROSA, L.S.; QUEIROZ, M.I. Avaliação da qualidade do leite cru e resfriado mediante a aplicação de princípios do APPCC. **Ciência e Tecnologia de Alimentos**, 27, 245, 2007.
- SCHIFFMAN, L.G.; KANUK, L.L. **Comportamento do Consumidor**. 9. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2009.
- SPROESSER, R.L.; NOVAES, A.L.; BATALHA, M.O.; LAMBERT, J.L.; LIMA FILHO, D.O. Perfil do consumidor brasileiro de carne bovina e de hortaliças. In.: CONGRESSO DA SOBER, “Questões agrárias, educação no campo e desenvolvimento”, XLIV, 2006, Campo Grande – MS. **Anais...** Campo Grande, 2006.
- TOMBINI, H.; DALLACOSTA, M.C.; BLEIL, R.A.T.; ROMAN, J.A.; Consumo de leite de vaca e derivados entre agricultores da região oeste do Paraná. **Alim. Nutr.**, v. 23, n. 2, p. 267-274, 2012.
- VIANA, J.G.; REVILLION, J.P. Qualidade percebida pelo consumidor de produtos lácteos: modelo teórico e evidências empíricas. **Indústria de Laticínios**, v. 87, p. 72-81, 2010.