

PERCEPÇÃO SOBRE O CONSUMO DE LEITE E DERIVADOS POR PARTICIPANTES DO CONGRESSO INTERNACIONAL DO LEITE EM PORTO ALEGRE, RIO GRANDE DO SUL

CONGRESSISTS PERCEPTION OF MILK AND DAIRY PRODUCTS CONSUMPTION AT THE INTERNATIONAL MILK CONGRESS IN PORTO ALEGRE, RIO GRANDE DO SUL STATE

Felipe Lopes CAMPOS¹

Rosane Collares MORAES¹

Danilo Cavalcanti GOMES²

Liége Furtado de ARAUJO³

Rita Cassia VILARINHO⁴

1 Fiscal Estadual Agropecuário da Secretaria da Agricultura, Pecuária e Irrigação do Rio Grande do Sul (SEAPI-RS), Divisão de Controle de Informações Sanitárias, Seção de Educação Sanitária, felipe-campos@seapa.rs.gov.br; 2, SEAPI-RS/ Câmara Setorial do Leite; 3 SEAPI-RS/Supervisão Regional de Defesa Agropecuária de Palmeira das Missões; 4 SEAPI-RS/Supervisão Regional de Defesa Agropecuária de Soledade.

RESUMO

No Brasil, o consumo de leite e derivados lácteos é um hábito comum entre os brasileiros. Com o objetivo de traçar o perfil de consumo dos participantes do 13^o Congresso Internacional do Leite, realizado em Porto Alegre no ano de 2015, foi elaborado e aplicado um questionário de entrevista com 19 questões a 100 congressistas. Após análise descritiva dos questionários, foi observado que 94% dos participantes consumiam leite e 100% consumiam algum derivado lácteo.

Palavras Chave: derivados lácteos, leite, perfil de consumo.

ABSTRACT

In Brazil, the consumption of milk and dairy products is a common habit. With the aim to set consumption profiles of the participants of the 13th International Milk Congress, that occurred in Porto Alegre, Rio Grande do Sul State, Brazil, in 2015, an interview questionnaire was developed with 19 questions to apply to these participants. After

descriptive analysis of the questionnaires, it was observed that 94% of the participants consumed milk and 100% of them consumed dairy products.

Key words: dairy products, milk, consumption profiles

INTRODUÇÃO

O leite é considerado um alimento de grande valor nutritivo, pois é fonte de proteína, gordura, energia e outros constituintes essenciais que fornecem ao homem, nutrientes ao seu desenvolvimento e manutenção da saúde, fato este, que o torna um dos principais alimentos para o homem. Além disso, é uma importante fonte de cálcio para o corpo humano principalmente durante a fase de crescimento, quando a absorção média do cálcio varia de 21% a 27 % (TRONCO, 2008).

No primeiro trimestre de 2015 a aquisição de leite por laticínios com algum tipo de inspeção foi de 6,128 bilhões de litros. No ranking nacional de produção, a liderança é de Minas Gerais, seguida pelo Rio Grande do Sul (IBGE, 2015).

A qualidade dos alimentos tornou-se um atributo fundamental para a transformação dos sistemas agroalimentares e determinante para a competitividade da indústria de laticínios. Os produtos como queijos, iogurtes e bebidas lácteas podem ser diferenciados pelo valor organoléptico (sabor, aparência, odor, textura), pelo valor nutricional (composição) e pelo grau de segurança (qualidade microbiológica, presença de resíduos) (DÜRR, 2006).

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 (GOLDBARG, M. 2006). 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 presente trabalho possibilitou verificar o comportamento dos participantes do 13º Congresso Internacional do Leite, no momento da compra de produtos lácteos e sua percepção, também, como parte integrante dos diferentes elos na cadeia produtiva do leite.

MATERIAL E METODOS

Foi elaborado um questionário com 19 questões identificando os informantes por faixa etária, sexo, localização, formação e participação da cadeia do leite. Os demais itens abordavam a percepção de consumo de leite e produtos lácteos, além da visão dos informantes sobre a relação de saúde e bem estar animal sobre a produção e qualidade do leite.

A aplicação dos questionários ocorreu de 29 a 30 de julho de 2015 durante o 13º Congresso Internacional do Leite em Porto Alegre e os participantes foram abordados durante os intervalos das palestras.

Os dados foram tabulados em planilha eletrônica do Excel® (Windows 2007) e utilizou-se a estatística descritiva para demonstrar os resultados encontrados.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Dos 100 informantes entrevistados 63% eram do sexo masculino, com média de idade de 36,71 anos, dos quais 94% afirmaram consumir leite e 100% derivados lácteos. Os participantes eram pertencentes a 11 Estados brasileiros, sendo 74% do Rio Grande do Sul e 11% de Minas Gerais. Os resultados encontrados corroboram com Zoche *et al* 2013, que em estudo descritivo similar sobre perfil do consumidor de leite identificaram que 97% dos entrevistados consumiam leite.

O nível de instrução dos entrevistados pode ser observado no Gráfico 1.

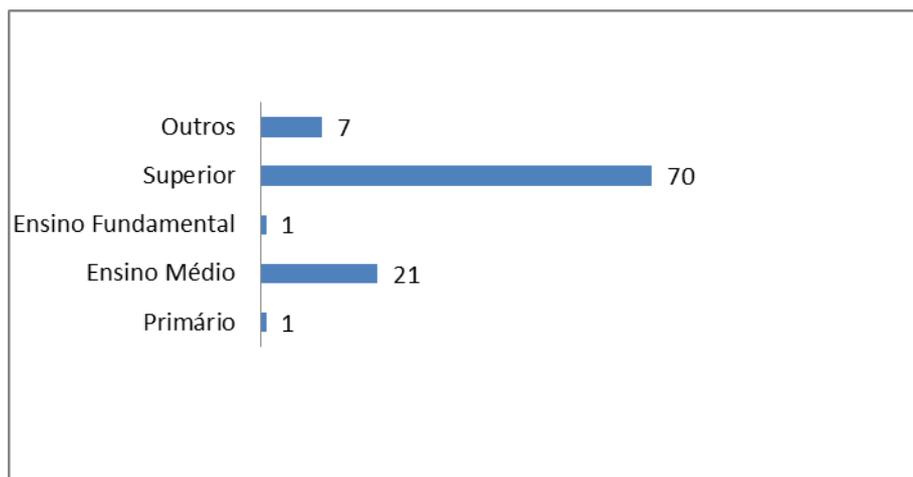


Gráfico 1 – Escolaridade dos informantes entrevistados.

Tendo em vista que o público entrevistado estava direcionado a um evento específico e de abrangência internacional, estimava-se que os participantes tivessem um perfil definido por interesse direto no assunto leite. A formação em nível superior ocupou 70% das entrevistas, com maior quantitativo de profissionais das áreas de medicina veterinária e zootecnia e o ensino médio ocupou a segunda posição principalmente com profissionais de nível técnico.

A fonte de obtenção de informação por parte dos informantes foi bastante diversa (Gráfico 2), sendo liderada pela internet, demonstrando que a tecnologia da informação tem oferecido grande meio para divulgação de informações.

Mais de um recurso informativo foi assinalado em algumas entrevistas, demonstrando que os diferentes meios são buscados pelo público avaliado, constituindo a televisão uma fonte apreciada por 30%, seguida pelas exposições na forma de palestra com 26%. Nota-se que as palestras têm ocupado uma posição de destaque, constituindo um meio interessante para o trabalho de educação sanitária.

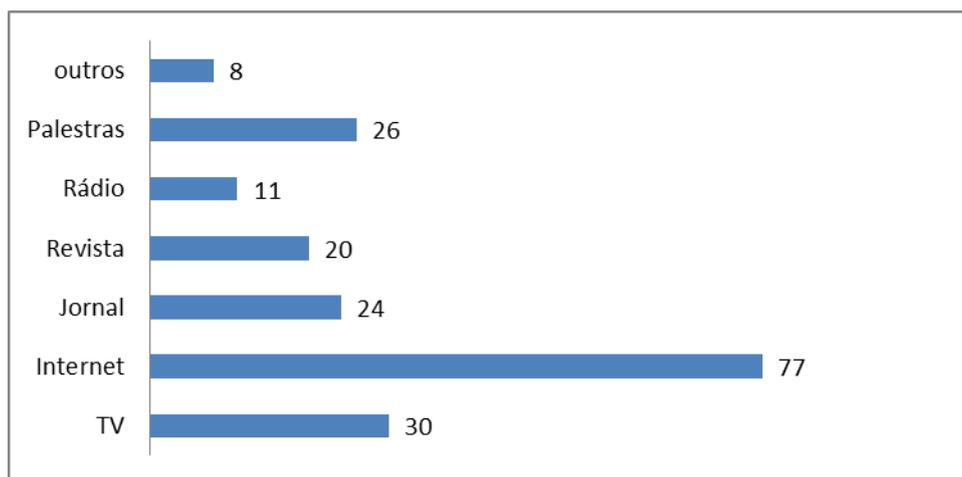


Gráfico 2 – Meio onde os informantes obtêm informações.

O leite demonstrou ser um produto consumido por 94% dos entrevistados, sendo 22% desse público pertencente à cadeia produtiva, como produtores. Os 36% assinalados como outros estavam relacionados a profissionais ligados à pesquisa, ao magistério, ao serviço oficial de inspeção sanitária ou ao fomento, conforme observado no Gráfico 3.

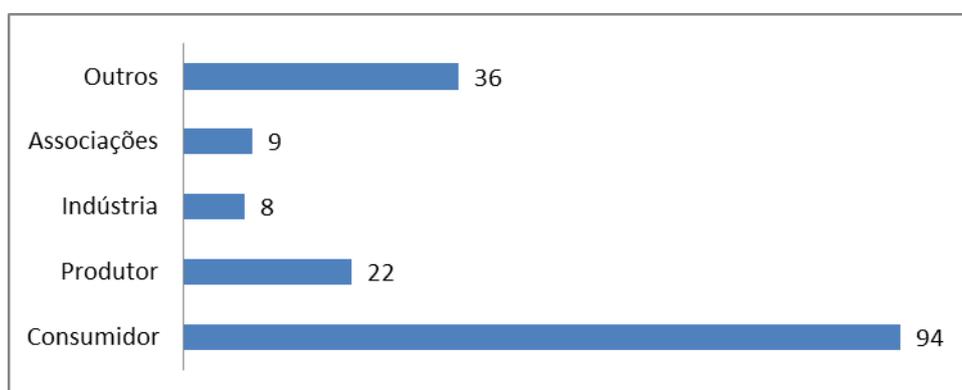


Gráfico 3 – Participação dos informantes na cadeia produtiva do leite.

O leite integral demonstrou ser a preferência de 64% dos entrevistados, seguido do leite desnatado e com uma fração de consumidores que ainda têm preferência pelo leite cru (Gráfico 4). Dos que consomem o produto, 48% o fazem pelo menos uma vez ao dia e 29% várias vezes ao dia, demonstrando que a inserção desse alimento no dia-a-dia das pessoas faz parte da rotina alimentar, conforme observado no gráfico 5. Observa-se na preferência de consumo de produtos lácteos que os queijos lideram a preferência, mesmo no caso de consumidores que não ingerem o leite na sua forma

fluida. Além disso, como pode ser visto no gráfico 6, outros derivados ocupam a preferência dos entrevistados.

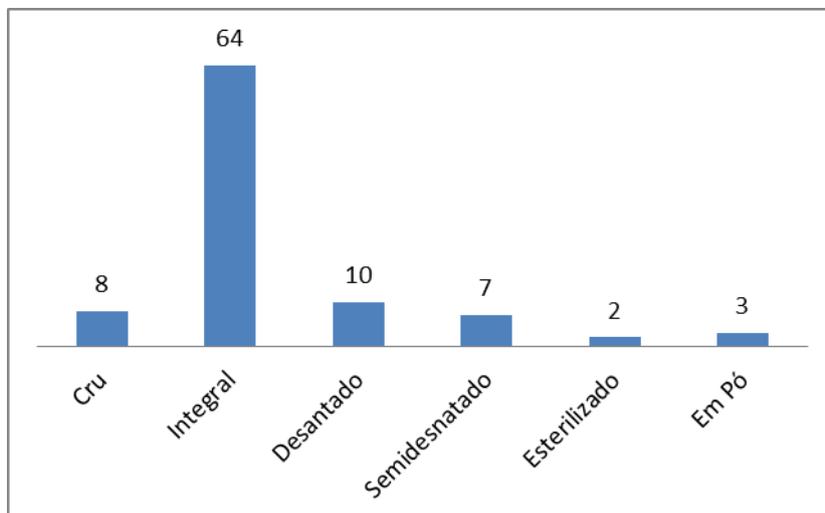


Gráfico 4 – Preferência de leite de acordo com a apresentação.

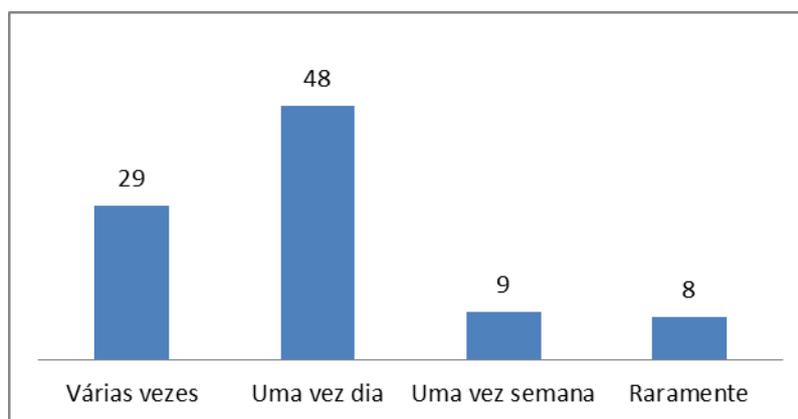


Gráfico 5 – Frequência do consumo de leite

Os gráficos 6 e 7 demonstram a preferência por produtos derivados do leite e os fatores determinantes para compra do leite foram questionados aos entrevistados e a marca do produto foi a escolha de 51%, seguida por 23% que consideraram importante a inspeção do produto e 22% o preço. 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.

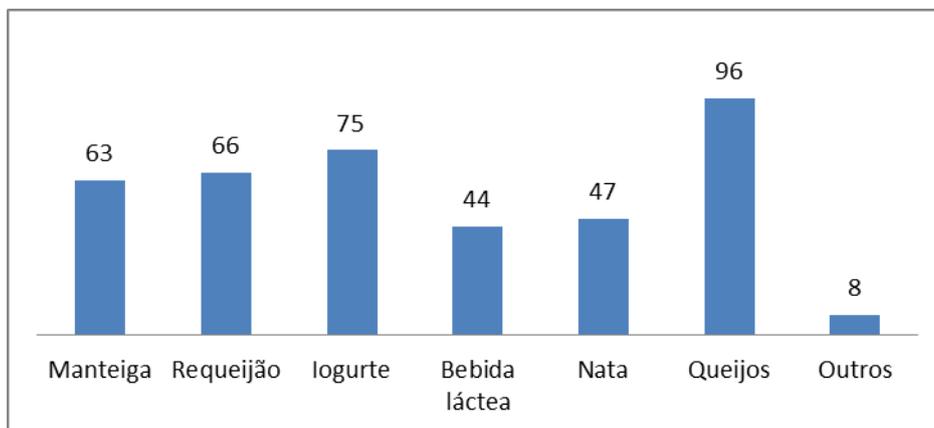


Gráfico 6 – Principais derivados lácteos consumidos pelos informantes.

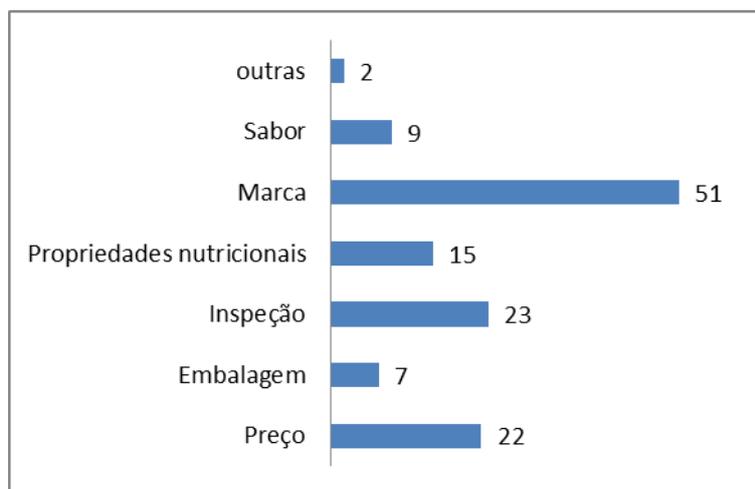


Gráfico 7 – Informação considerada para a compra de leite.

Quanto à avaliação sobre os benefícios do consumo de leite, todos os entrevistados afirmaram que o produto é benéfico à saúde e destes 21% consideraram que não pode ser um transmissor de doenças, apesar de o leite poder ser o veículo de importantes zoonoses. Um estudo realizado em 2003 por Nero *et al.* Avaliou 423 residências, selecionadas de forma aleatória, na zona urbana de Campo Mourão e

verificou que cerca de 32% dos entrevistados apresentavam a percepção que o leite não era transmissor de doenças. Em estudo similar, Zoche *et al* (2013) verificaram que 44,35% dos entrevistados, em sua pesquisa, afirmaram não conhecer doenças que podiam ser transmitidas pelo leite. Os resultados encontrados sugerem que um determinado público alvo desconhece a importância do leite e seus derivados como transmissor de doenças podendo ser um indicativo que esse assunto deve ser divulgado em ações informativas, como educação sanitária, que evidenciem ao consumidor a importância da inspeção dos produtos de origem animal como forma de proteção à saúde pública.

A saúde animal foi considerada por todos os participantes como possível influenciadora da produção de leite, mas em relação à qualidade, um dos entrevistados não considerou que a mesma fosse afetada. O bem-estar animal demonstrou ser de conhecimento de 88% dos entrevistados, apesar disso, nem todos associaram que este item pode afetar a qualidade e/ou produção do leite. Tal dado nos sugere a formatação de um trabalho educativo para trabalhar esses pontos junto aos diferentes públicos.

CONCLUSÃO

A análise de percepção popular é uma ferramenta de grande valia para o direcionamento de ações educativas. Para o serviço veterinário oficial esta ferramenta auxilia na construção de planos de ação, para fomentar o esclarecimento necessário, tanto na área da inspeção de produtos de origem animal, saúde e bem estar animal.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DURR, J. W. Controle de qualidade e aumento da competitividade da indústria Láctea. In: MARTINS, C. E. *et al.* (Org.). *Tendências e avanços do agronegócio do leite nas Américas: Industrialização*. Juiz de Fora: Embrapa Gado de Leite, 2006, p. 81-94. v. 1.

GOLDBARG, M. Perfil do Consumidor de Leite do Município de Volta Redonda. 2006. Monografia (Pós-Graduação em Higiene e Inspeção de Produtos de Origem Animal e Vigilância Sanitária em Alimentos) – Universidade Castelo Branco – RJ.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA.

http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/agropecuaria/producaoagropecuaria/abate-leite-couro-ovos_201501_publicacao_completa.pdf Acessado em 06 de agosto de 2015.

NERO, L.A.; MAZIERO, D. & BEZERRA, M.M.S. Hábitos alimentares do consumidor de leite cru de Campo Mourão–PR. Semina: Ciências Agrárias, v. 24, n. 1, p. 21-26, 2003.

TRONCO, V.M. Manual para inspeção da qualidade do leite. Santa Maria: Editora UFSM, 3º ed., 2008. 203p.

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.

ZOCHE E., LIRO, C.V., GRANJA, R.E.P. , DE CAMPOS, R.M.L., Perfil do consumidor de leite no município de Juazeiro Bahia, Rev. Eletronica Nutritime, nºo 219, Volume 10 , Número 06, p. 2860-2873, Novembro/Dezembro/2013.