

Percepção da qualidade do leite pelo consumidor no município de Dom Pedrito no estado do Rio Grande do Sul

Patrícia Oliveira de Freitas^{1,2}, Gabriela Caillava da Porciúncula^{1,2}, José Otávio Pinto Castilho^{1,2}, Mylene Müller^{1,3}, Tanice Andreatta^{1,3}, Renata Wolf Suñé Martins da Silva⁴, Stênio Lessa dos Santos^{1,2}, Jaciara Soares Munhoz^{1,2}

¹Grupo de Estudos em Nutrição e Produção de Ruminantes – GENPRUM/Campus de Dom Pedrito – UNIPAMPA. e-mail: genprumunipampa@yahoo.com.br

²Acadêmico do curso de Zootecnia/Campus Dom Pedrito/UNIPAMPA;

³Profa. Adj./Campus Dom Pedrito/UNIPAMPA.

⁴Pesquisadora – EMBRAPA Pecuária Sul, Bagé, RS.

Resumo: Esta pesquisa teve como objetivo entender qual a percepção do consumidor de leite no município de Dom Pedrito-RS, buscando identificar e verificar se o consumidor consegue entender as diferenças entre os produtos oferecidos e os fatores de qualidade que levaram a escolha do produto pelo consumidor na hora da compra, gerando subsídios para um entendimento mais amplo sobre o mercado consumidor de leite. Foi realizada uma pesquisa com 90 entrevistas nesse município, no período de junho de 2010, utilizando uma amostragem aleatória simples. A coleta de dados foi através de um questionário estruturado, constituído por 70 questões aplicadas aos entrevistados. Entre os principais fatores destacados como um leite de qualidade figuram a questão da higiene, aparência, sabor e certificação.

Palavras-chave: comportamento do consumidor, escolha pelo produto, qualidade do leite

Perception of quality of milk by the consumer in Dom Pedrito in the State of Rio Grande do Sul

Abstract: This research aimed to understand what the consumer's perception of milk in Dom Pedrito, RS, seeking to identify and verify that the consumer can understand the differences between the products offered and the quality factors that led you to choose product by the consumer in time of purchase, generating support for a broader understanding of the consumer market for milk. Research was carried out 90 interviews in this city, from June 2010, using a simple random sampling. Data collection was through a structured questionnaire comprising 70 questions applied to respondents. Among the key factors high lighted as a milk quality include the issue of hygiene, appearance, flavor and certification.

Keywords: choice of product, consumer behavior, quality of milk

Introdução

O leite é um dos principais alimentos processado e transformado em um produto final que atenda as exigências dos consumidores. Nos últimos anos, a população brasileira, vem se preocupando mais com a qualidade dos alimentos que chegam à sua mesa (Martins et al., 2005).

Desta maneira, existem vários tipos de leites processados disponíveis para o consumo, tanto com prazo de validade curto como prazos mais longos. De acordo com Nascimento & Dorr (2009) mudanças na rotina dos brasileiros também acarretam variações na escolha quanto ao tipo de embalagem, buscando-se maior facilidade no acondicionamento do produto.

O setor leiteiro nestas últimas décadas investiu muito em inovações tecnológicas, além de melhor organização da cadeia produtiva, campanhas de marketing, melhoria da qualidade, aumentando a produção e o consumo de leite. Porém é necessário verificar qual a percepção e as preferências do consumidor em relação a essas mudanças, demandando entendimento a essa nova concepção atribuída ao alimento leite (Freire et al., 2009).

Oliveira & Carvalho (2006) destacam que as mudanças alimentares do consumidor são decorrentes da renda disponível, dos hábitos, nos preços relativos dos bens e na disponibilidade de novos produtos. Os autores evidenciam a necessidade da realização de estudos mais aprofundados para projetar o consumo de lácteos em diferentes cenários de distribuição de renda, crescimento da economia e da população, comparando os valores encontrados com as projeções de leite e derivados. Os mesmos

autores ainda sugeriram a realização de campanhas institucionais com o objetivo de alertar o consumidor quanto aos atributos de qualidades essenciais do produto.

Desta forma, objetivo deste trabalho foi entender a percepção do consumidor no município de Dom Pedrito/RS. Mais especificamente buscou-se captar a compreensão deste consumidor sobre quais fatores de escolha ele utiliza para definir um "leite de qualidade".

Material e Métodos

O objetivo de compreender a percepção do consumidor de leite, no que concerne a sua percepção sobre a qualidade do leite consumido. A pesquisa de campo consistiu em 90 entrevistas realizadas na cidade de Dom Pedrito-RS, no período de junho de 2010, utilizando amostragem aleatória simples. O instrumento de coleta de dados foi um questionário estruturado, constituído por 70 questões de natureza quantitativa. Para análise dos dados foi utilizado o *software* SPSS 18.0.

Resultados e Discussão

Do total dos consumidores de leite, 58,9% eram do sexo feminino e 41,1% eram do sexo masculino, deste total, aproximadamente 47,7% eram solteiros, 43,3% eram casados, 7,8% eram de outra categoria e 1,1% não respondeu. O percentual expressivo de consumidores solteiros tende a ser decorrente de mudanças nos estratos da população brasileira. Em Dom Pedrito a existência da Universidade Federal contribui para essa configuração, uma vez que a cidade abarca um contingente significativo de estudantes de outras cidades do Rio Grande do Sul e/ou do país. De certa maneira, isso reflete na faixa etária dos entrevistados, já que 48,8% da amostra possui até 30 anos.

A maioria dos entrevistados (33,3%) possui o ensino médio completo, 23,3% o ensino superior incompleto, 21,1% possuem ensino superior completo, 11,1% o ensino fundamental completo, 6,7% possui ensino fundamental incompleto, 3,3% não respondeu e 1,1% não possui nenhum grau de escolaridade.

Em relação à renda dos entrevistados, constata-se que maioria recebia mais de dois salários (52,2%), como demonstra a tabela 3, evidenciando uma faixa de renda de maior poder aquisitivo. Conforme Oliveira & Carvalho (2006), alterações nos gastos com alimentos e outros bens são provocadas por mudanças na renda, nos preços relativos dos bens, e na estrutura de preferência dos indivíduos, onde têm influência direta os novos hábitos de consumo e a disponibilidade de novos produtos para o consumidor.

Do total dos consumidores de leite considerados na amostra, 84,4% se preocupavam com a qualidade do leite (Tabela 1). Situação semelhante foi identificada por Nascimento e Dorr (2009) em um estudo sobre os consumidores de leite no município de Santa Maria - RS.

Tabela 1 Percepção do consumidor acerca da preocupação com a qualidade do leite.

Variável	Número de observações	%
Sim	76	84,4
Não	9	10,0
Não respondeu	5	5,6
Total	90	100,0

Questionados exclusivamente sobre a embalagem como uma representação de qualidade, somente 34% deles afirmaram que a embalagem é um fator importante na hora da realização da compra (Tabela 2).

Tabela 2 Associação da percepção de qualidade à embalagem do leite consumido.

Variável	Número de observações	%
Sim	31	34,4
Não	53	58,9
Não respondeu	6	6,7
Total	90	100,0

Em relação o que pode ser considerado um leite de qualidade pelos consumidores, predominam aspectos como a questão da higiene (18,9%), sabor e aparência, consideraram leite com toda a higiene, leite certificado (12,2%); leite UTH ou processado (11,1%); e Sabor e aparência (10%).

A variabilidade da percepção dos consumidores acerca da qualidade é decorrente do consumo outros tipos de leite, além do UTH.

Tabela 3 Percepção do consumidor sobre a qualidade do leite.

Variável	Frequência (n°)	Frequência (%)
Leite com toda a higiene	17	18,9
Leite de caixinha e/ou processado	10	11,1
Todo o leite	3	3,3
Leite certificado	11	12,2
Prazo de validade	7	7,8
Leite gordo	8	6,6
Sabor e aparência boa	9	10,0
Sem água e de vacas saudáveis	5	5,6
Aparência e validade	3	3,3
Valor nutritivo	2	2,2
Marca	2	2,2
Não respondeu	15	16,7
Total	90	100,0

Conclusões

Nos últimos anos tem havido mudanças consideráveis no comportamento do consumidor. Entre estas mudanças, destaca-se o aumento das preocupações com a questão da sanidade e qualidade dos alimentos consumidos, entre eles o leite. No entanto, ainda é recorrente o consumo de leite *in natura*, adquirido no mercado informal.

Entre os principais fatores destacados como um leite de qualidade figuram a questão da higiene, aparência, sabor e certificação.

Literatura citada

FREIRE, A.H.; REIS, R.P.; SANTOS, A.C.; MEDEIROS, A.L. Comportamento e preferências de membros de uma comunidade universitária em relação ao consumo de leite fluído: uma pesquisa no sul de Minas Gerais. In: SOBER XLVII Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural, 2009.

MARTINS, A.; SALOTTI, B.; JUNIOR, O.; PENNA, A. Evolução do índice proteolítico e do comportamento reológico durante a vida de prateleira de leite UAT/UHT. **Ciência Tecnologia Alimentos**, v.25, n.4, p.698-704, 2005.

NASCIMENTO, A.R.; DORR, A.C. Análise do perfil do consumidores de leite em Santa Maria – RS. In: SOBER XLVIII Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural, 2009.

OLIVEIRA, A.F.; CARVALHO, G.R. Evolução das elasticidades-renda dos dispêndios de leite e derivados no Brasil. XLIV CONGRESSO DA SOBER. 2006. Disponível em: <www.cnpem.embrapa.br/.../apc_44cbesrsob06_evoluleite_ary.pdf>. Acesso em: 15 de mar. 2011.