

PERFIL DOS CONSUMIDORES DE LEITE DO MUNICÍPIO DE CARVALHÓPOLIS – MG

Allan Carvalho Correia¹, Plínio Augusto Romão², Marcus Vinícius Martins Moraes³

¹Graduando de Zootecnia – Instituto Federal de Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais – Campus Machado. e-mail: allan08.allancarvalho@hotmail.com

²Graduando de Zootecnia – Instituto Federal do Sul de Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais – Campus Machado. e-mail: plinioaugusto@live.com

³Graduando de Zootecnia – Instituto Federal do Sul de Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais – Campus Machado. e-mail: viniciusmartins_zootecnia@hotmail.com

Resumo: O leite se mostra como um alimento essencial para a saúde humana, responsável por prevenção de doenças em pessoas idosas e formação óssea e desenvolvimento muscular em crianças e adolescentes. Portanto o presente trabalho buscou levantar dados sobre o perfil dos consumidores de leite da cidade de Carvalhópolis – MG, buscando entender seu hábito de consumo, fatores que influenciam o consumidor na compra e seus conhecimentos sobre a importância do consumo desse produto. Analisado os dados, cujos resultados foram que o consumo de leite integral domina maior parte do mercado. Ressalta-se a preocupação com a segurança alimentar dos entrevistados, pois 39,1% ainda consomem leite in natura (cru), frisando que 75% dos consumidores não conhecem nenhuma doença transmitida pelo leite. Algumas informações obtidas por essa pesquisa podem ajudar no mercado futuro da cidade, pois quase metade dos entrevistados nunca viram uma propaganda estimulando o consumo de leite e 69% disse que aumentaria seu consumo.

Palavras-chave: hábito de consumo, pesquisa de marketing

Abstract: Milk is an essential food for human health, responsible for disease prevention in the elderly and bone formation and muscular development in children and adolescents. Therefore, the present work sought to gather data on the profile of milk consumers in the city of Carvalhópolis - MG, seeking to understand their consumption habits, factors that influence the consumer in the purchase and their knowledge about the importance of the consumption of this product. Analyzed the data, whose results were that the consumption of whole milk dominates most of the market. The concern with the food security of the interviewees is highlighted, since 39.1% still consume raw milk (raw), noting that 75% of consumers do not know of any disease transmitted by milk. Some information obtained by this research may help the city's future market, since almost half of those interviewed never saw an advertisement stimulating milk consumption and 69% said they would increase their consumption.

Keywords: consumer habit, marketing research

Introdução

A pecuária leiteira é uma das atividades mais importantes do agronegócio Brasileiro. Considerando o valor da produção, o leite ocupa a quarta posição das mercadorias produzidas pelo setor nacionalmente, de acordo com o último Censo Agropecuário do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Em relação ao ranking de produção o Brasil ocupa a 4ª posição de maior produtor de leite em 2015 com 34 bilhões de litros. Apesar de o País ser um dos maiores produtores de leite, o consumo interno ainda é muito baixo, que chegou a 171 bilhões de litros de leite per capita segundo MILKPOINT2015.

Buscando conhecer o perfil do consumidor de leite e a razão que leva eles a consumir ou deixar de consumir, foi realizado um questionário que caracteriza como descritivo e exploratório. Os consumidores entrevistados foram da cidade de Carvalhópolis-MG, que contém 3.851 habitantes segundo IBGE 2017 e está localizado no sul de Minas Gerais.

O leite produzido dentro das normas técnicas e sanitárias corretas é um importante alimento para a saúde humana. Esse alimento são fontes de proteínas e minerais essenciais à promoção do crescimento e manutenção da vida, além de ser fonte de vitamina A e algumas do complexo B. Alimento muito importante em três períodos da vida, na infância para formação óssea; pessoas idosas como fonte de cálcio e na adolescência para crescimento muscular (SINDILEITEPR).

Contudo o entendimento do mercado é de suma importância para implantação de incentivos ao consumo e auxiliar as empresas de como deve ser o fornecimento de leite para os consumidores e também levar informações para os consumidores e não consumidores da importância do consumo de leite, que afetará diretamente o mercado e também a maneira correta de se consumir.

Após a análise dos questionários, foi debatido o perfil dos consumidores da cidade de Carvalhópolis – MG. Esses resultados poderão auxiliar para a melhoria do fornecimento do produto aos consumidores e os informa-lós a importância do consumo desse alimento.

Material e Métodos

Neste trabalho foram analisados hábitos do consumidor de leite da cidade de Carvalhópolis – MG. Por meio de questionários, buscou-se conhecer o perfil desse consumidor, passando a compreender os fatores que o influencia no momento da compra. Também foram analisados seu hábito de consumo e o tipo de leite mais consumido, seus conhecimentos quanto ao valor nutricional do leite e alguma doença transmitida por esse alimento. Buscou-se compreender também a aceitação pelo consumidor tanto quanto pelo sabor e preço. E também as perspectivas do consumo da cidade. Os questionários foram aplicados nos meses de setembro e outubro de 2017, os entrevistados foram escolhidos de forma aleatória simples. E as perguntas foram todas fechadas evitando contradição das respostas, exceto do nome da doença transmitida pelo leite. O questionário continham perguntas que buscavam obter dados sobre os aspectos de consumo de leite e derivados. Também foram obtidos dados sobre ações, opiniões e conhecimento dos consumidores. Por tudo foram aplicados 100 questionários e os dados foram analisados por comparação de média pela planilha Excel.

Resultados e Discussão

Dos entrevistados 69% eram do sexo masculino e 31% do sexo feminino. Com relação à idade a maioria era de 21 a 30 representando 30% dos entrevistados. Com idade até 20 anos correspondiam 21%; de 31 a 50 anos correspondiam 26% e maior que 51 anos representavam 23%. E quanto ao nível de escolaridade a maioria tinha segundo grau completo correspondendo a 28%. Dos entrevistados 26% tinha fundamental incompleto ou era analfabeto; 4% tinha o fundamental completo; 13% tinha o segundo grau incompleto; 11% superior completo e 18% tinha o superior incompleto.

Em relação ao consumo de leite, 87% dos entrevistados disseram que consomem leite em algum momento, onde 52% consomem diariamente; 17% semanalmente; 6% quinzenalmente; 12% mensalmente e 13% disseram que não consomem. Porém desses entrevistados 95% disseram consomem algum tipo de derivado e apenas 5% não consomem nenhum tipo de derivado e nem leite.

Dos entrevistados que não consomem leite, tem o hábito de consumir algum tipo de derivado, onde 42% consomem diariamente; 38% semanalmente; 9% quinzenalmente; 6% mensalmente e 5% não consumiam nenhum tipo de derivado e leite. Desses que relataram que não consumiam leite e nenhum tipo de derivado, procurou-se saber por qual motivo da não ingestão, onde 69,2% disseram que não consumiam devido ao sabor; 23,1% julgaram que o leite causava riscos a saúde e 7,7% tinha intolerância à lactose.

Dos entrevistados, que disseram que consomem leite, foi indagado o motivo que os influenciam no momento da compra onde 47,1% disseram que compra qualidade; 41,4% devido ao preço e 11,5% escolhem o leite pela marca. Ainda com relação aos que consomem leite, foi analisado o tipo de leite consumido pelos entrevistados, que estão demonstrados na figura 1.

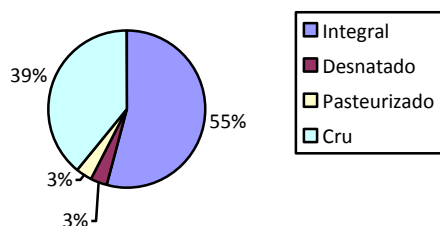


Figura 1. Percentual dos tipos de leite consumidos pelos habitantes da cidade de Carvalhópolis – MG

Analisando os resultados obtidos nesse trabalho, é possível observar, resultados semelhantes ao de outras regiões, como relatado por NERO et al. (2003) que observaram que 33,57% da população de Campo Mourão – PR consumiam leite in natura (cru).

Como resultado desse consumo alto de leite cru pelos entrevistados, foi explorado se esses consumidores conhecem alguma doença transmitida pelo leite e foi observado que 75% não conheciam nenhuma doença transmitida pelo leite e 25% disseram que sim, onde a principal doença citada foi à febre aftosa. Também foi perguntado aos consumidores entrevistados, se eles já se depararam com alguma propaganda estimulando o consumo de leite ou relatando a importância do seu consumo. E os resultados obtidos foram que 42% dos entrevistados disseram que nunca se depararam com nenhuma propaganda.

Diante dos consumidores foram perguntados a sua opinião, sobre o valor nutricional do leite e os valores estão expostos na Tabela 1.

Tabela 1. Opinião dos consumidores quanto ao valor nutricional do leite

Opinião relacionada ao valor nutricional	Quantidade de pessoas	Porcentagem
Rico em nutrientes	69	69
Causa prejuízos a saúde	4	4
Não causa prejuízos a saúde	18	18
Desconhece o valor nutricional do leite	9	9

Analisando os dados obtidos através da opinião dos consumidores em relação ao valor nutricional do leite, dos entrevistados que disse que o leite causa prejuízos a saúde, 69,2% disse que nunca viram uma propaganda relacionada ao leite, isso pode ter uma correlação positiva quanto à formação de opinião do consumidor a respeito desse alimento. Também foram levantados alguns dados sobre a aceitação de leite pelos consumidores, onde 13% consideraram o leite como ruim; 11% acham o leite razoável; 39% consideraram o leite bom e 37% classificaram o leite como muito bom. E em relação ao mercado de leite futuro da cidade, dos 100 entrevistados, 69% aumentaria o consumo de leite e desses 69%, 73,9% consideraram o preço do leite de razoável a caro, que mostra que o consumo de leite dos entrevistados está diretamente relacionado com a sua renda.

Conclusões

Depois de analisado os dados podemos concluir que o leite mais consumido pelos entrevistados foi o leite integral, mas boa parte consumia leite in natura (cru). Desses entrevistados poucos têm conhecimento sobre os perigos de consumir o leite in natura. Portanto medidas devem ser tomadas para a conscientização do consumidor. Outro ponto importante observado, é que boa parte dos entrevistados disse que aumentaria seu consumo de leite, portanto uma propaganda estimulando o consumo desse alimento e abordando a importância do leite para a saúde humana pode ser uma solução para aumento desse consumo.

Literatura citada

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **IBGE**. Dados básicos Carvalhópolis – MG. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil>.

LIRO, V. L., GRANJA, R. E. P., ZOCHE, F. **Perfil do consumidor de leite na vale do Rio São Francisco, Pernambuco**. Ciência Animal Brasileira, v. 12, n.4, 2011.

MILKPOINT. **Estudo do RABOBANK estima que o consumo per capita de lácteos deve ficar estagnado no Brasil**. Disponível em: www.milkpoint.com.br/cadeia-do-leite/giro-lacteo/estudo-do-rabobank-estima-que-consumo-per-capita-de-lacteos-deve-ficar-estagnado-no-brasil.

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

SINDICATO DO LEITE DO PARANÁ. SINDILEITEPR. Disponível em: <http://www.fiepr.org.br/sindicatos/sindileitepr/>.

SOARES, G. B., SILVA, P. R., **Análise do perfil do consumidor de leite no município de Alvares Machado – SP**. Encontro de Ensino, Pesquisa e Extensão de Presidente Prudente, 2012.

SORDI, E., SKONIESKI F. R., CASTAMANN, A., ZOCHE, F. **Perfil do consumidor de leite da cidade de Erechim – RS**. Revista Brasileira de Tecnologia Agroindustrial, v.9, n2, p. 1654, 2015