

Perfil do consumidor de leite e preferência de consumo no município de Santa Inês, Bahia

RESUMO

O leite ocupa lugar de destaque na alimentação humana e na economia dos países produtores. O objetivo do trabalho foi conhecer o perfil, hábitos, opiniões, comportamentos dos consumidores de leite no município de Santa Inês, Bahia. O estudo tem característica de pesquisa exploratória, descritiva, quantitativa. As informações foram obtidas por meio de um questionário aplicado para uma amostra de 384 pessoas. Os resultados revelaram que os consumidores entrevistados preferem mais o leite em pó e que ainda há consumo de leite cru. Os itens mais observados no momento da compra são marca e preço além do prazo de validade. O supermercado é o local eleito para realizar as compras pela maioria dos entrevistados, destacando ainda a preferência pelo leite integral acompanhado com café. Entre os derivados, a manteiga demonstrou maior destaque. O mercado produtor necessita conhecer tais informações para aperfeiçoar seus produtos conforme as necessidades da população.

PALAVRAS-CHAVE: pesquisa de mercado; hábitos de consumo; produtos lácteos.

Neibert Seibert Regis

neibertseibert@hotmail.com
<http://orcid.org/0000-0002-3114-3384>
Instituto Federal Baiano, Câmpus Santa Inês, Bahia, Brasil.

Diego Vinícius Santos Barreto

dvincius70@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0003-2977-650X>
Instituto Federal Baiano, Câmpus Santa Inês, Bahia, Brasil.

Samanta dos Santos de Jesus

zooecniassamanta@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0002-3701-1905>
Instituto Federal Baiano, Câmpus Santa Inês, Bahia, Brasil.

Cristiano Oliveira Santos

biologiaacristiano1989@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0002-8905-4915>
Instituto Federal Baiano, Câmpus Santa Inês, Bahia, Brasil.

Rita Vieira Garcia

rita.garcia@si.ifbaiano.edu.br
<http://orcid.org/0000-0002-2142-1766>
Instituto Federal Baiano, Câmpus Santa Inês, Bahia, Brasil.

Valdélia Silva Santos

valdelia.iw@hotmail.com
<http://orcid.org/0000-0002-3459-5204>
Instituto Federal Baiano, Câmpus Santa Inês, Bahia, Brasil.

INTRODUÇÃO

No Brasil, a produção de leite tem importância significativa. Está presente em todo território nacional e gera um grande contingente de postos de trabalho. De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2016) relativos a 2014, dos 5.569 municípios brasileiros, somente em 63 não há nenhuma produção de leite, o que corresponde a praticamente 1%.

A produção de leite pertence a uma cadeia produtiva que envolve diferentes segmentos: insumos para agropecuária, indústria de laticínios, produção primária de leite, captação e transporte de matéria prima, indústrias processadoras, transporte e distribuição de produtos processados, mercado e consumo (GOMES et al., 2001).

Há cerca de 8.000 a.C. o leite é consumido pelo ser humano, e apesar de ovelhas e cabras terem sido os primeiros animais leiteiros domesticados, o consumo de leite de vaca é predominante, atingindo aproximadamente 85% do total mundial (FOX, 2003). Desde que o homem começou a utilizar o leite, várias mudanças ocorreram em relação a sua conservação e utilização. Inicialmente o leite era consumido na forma crua e posteriormente foram surgindo formas de conservá-lo como a fervura e a pasteurização (MUNIZ, 2009).

O leite e seus derivados merecem destaque por constituírem um grupo de alimentos de grande valor nutricional, uma vez que são fontes consideráveis de proteínas de alto valor biológico, além de conterem vitaminas e minerais. O consumo habitual desses alimentos é recomendado, principalmente, para que se atinja a adequação diária de ingestão de cálcio, um nutriente que, dentre outras funções, é fundamental para a formação e a manutenção da estrutura óssea do organismo (MUNIZ et al., 2013).

No entanto, apesar da sua importância nutricional, observa-se que o consumo de leite, no Brasil, ainda está abaixo do existente nos países desenvolvidos e das quantidades recomendadas. A produção de leite e derivados vem crescendo, assim como a demanda pelos produtos do setor que tem aumentando junto à renda dos consumidores, os quais, com maior poder aquisitivo, tendem a incluir produtos com maior valor nutricional em sua cesta de consumo diário (DIEESE, 2014). As recomendações do Ministério da Saúde, varia com a idade. Crianças de até dez anos, 146 litros/ano; jovens de 11 a 19 anos, 256 litros/ano e adultos a recomendação é de 600 mL/dia ou 219 litros/ano, inclusive para os idosos (BRASIL, 2016).

Atualmente, há diversos tipos de leite que atendem a diferentes demandas nutricionais. Além dos diferenciados no teor de gordura, podem conter adições de vitaminas, sais minerais, ômega, fibras como a inulina, enzima b-galactosidase para produção do leite sem lactose e podem ser modificados por processos industriais como no caso dos produtos instantâneos e homogeneizados. De acordo com documento técnico da SBAN (2015) a versatilidade do consumo do leite permite que esse alimento seja inserido em diversos momentos do dia, podendo alcançar as três porções diárias de leites e derivados preconizados pela Pirâmide Alimentar adaptada para a população brasileira.

O estudo do comportamento dos consumidores busca entender as razões e motivações envolvidas no processo de compra, consumo ou não, de certo alimento. Solomom (2002) resume como o estudo dos processos envolvidos

quando indivíduos ou grupos selecionam, compram, usam e avaliam determinados bens, serviços e ideias ou experiências para satisfazer necessidades e desejos. Para Kotler e Keller (2006) o comportamento sofre influência conjunta de fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos. Conhecer o consumidor passa a ser fundamental para qualificar os produtos e serviços, considerando efetivamente os desejos e as necessidades do consumidor e orientando suas ofertas para o mercado.

O presente trabalho teve como objetivo conhecer o perfil, hábitos, opiniões e comportamentos dos consumidores de leite no município de Santa Inês, Bahia.

MATERIAIS E MÉTODOS

O trabalho foi realizado no período de agosto a outubro de 2017, no município Santa Inês, que se localiza no Sudoeste Baiano. Sua população estimada em 2015 era de 11.177 habitantes (IBGE, 2015).

O estudo teve caráter de pesquisa exploratória quantitativa, procurando descrever uma determinada realidade num dado momento e buscando esclarecer as relações entre variáveis. Os entrevistados foram informados quanto ao teor da pesquisa e aqueles que concordaram em participar assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

As informações foram obtidas por meio de um questionário estruturado constituído de 15 perguntas, entre objetivas e subjetivas, que versavam sobre o perfil do consumidor e preferência de consumo de leite e seus derivados como pode ser visto no Apêndice. Em teste piloto foi realizado com dez participantes visando o ajuste do questionário. Os questionários foram aplicados a pessoas que circulavam próximo aos comércios de produtos alimentícios conforme Dutra *et al.* (2013).

Após a coleta dos dados, realizou-se a tabulação dos mesmos utilizando planilha Excel seguido de construção de tabelas. A quantidade de entrevistados foi estabelecida por uma amostragem intencional de 384 pessoas, de forma aleatória, seguindo o que orienta Barbeta (2002) como vista na Figura 1.

$n_0 = \frac{1}{E_0^2}$	n_0 é a primeira aproximação do tamanho da amostra E_0^2 é o erro amostral tolerável
$n = \frac{N \cdot n_0}{N + n_0}$	N é o número de elementos da população n é o tamanho da amostra

Figura 1 – Fórmulas utilizadas para determinar o quantitativo de entrevistados

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O perfil do grupo entrevistado foi formado por 58,33% (224) pessoas do sexo feminino e 41,67% (160) do sexo masculino, totalizando 384 pessoas.

A faixa etária da maioria dos entrevistados foi de 21 a 40 anos, representando quase a metade (49,48%) da totalidade. Os com idade de 14 a 20 anos corresponderam a 27,86% do total, 41 a 60 anos, 17,19%, e os com 61 a 80 anos foram 5,47%. Destaca-se que 66,67% encontravam-se na faixa etária de 21 a 60 anos, indicando que são as pessoas responsáveis pela realização das compras para a casa.

O nível de escolaridade do público entrevistado foi diversificado, sendo a metade das pessoas com ensino médio ou concluindo esse nível; 23,44% entre universitários e pós-graduados; 25% com ensino fundamental ou concluindo e 1,56% de pessoas analfabetas. O índice de pessoas com nível de estudo mais elevado foi considerável, o que pode caracterizar uma amostra de consumidores com certo grau de exigência com relação às questões sobre qualidade dos produtos, segurança alimentar e saúde.

A frequência do consumo de leite de vaca do público entrevistado pode ser visualizada na Tabela 1. A maioria (77,60%) consome leite, no mínimo, até uma vez por semana, sendo que a metade desse grupo faz uso diário do produto. Isso pode representar um resultado expressivo e demonstra a importância do leite no dia a dia dessas pessoas. De uma maneira geral, aqueles que não consomem o leite com certa frequência (22,40%) pode estar relacionado à intolerância a lactose ou por não apreciarem o produto. O consumo médio nacional de leite (IBGE, 2008) ainda se encontra abaixo do sugerido pela OMS (Organização Mundial da Saúde) que é 200 L/ano, estimando a ingestão de 200 mL/dia.

Tabela 1. Porcentagem dos respondentes quanto a frequência de consumo de leite

Frequência do consumo	%
Uma ou mais vezes ao dia	38,54
Duas ou mais vezes por semana	28,64
Não consome com frequência	22,40
Uma vez por semana	10,42

Em relação à preferência pelo tipo de leite por parte dos consumidores, nota-se, na Tabela 2, que o leite em pó obteve destaque (66,41%) com relação aos demais, seguido do leite UHT (16,41%). A alta preferência pelo leite em pó pode ser justificada pelos caracteres de conveniência desse produto, como exemplo, a praticidade durante preparo, facilidade no armazenamento e maior durabilidade em relação ao leite fluido.

Tabela 2. Porcentagem dos respondentes quanto ao tipo de leite

Tipos de leite	%
Leite em pó	66,41
Leite UHT	16,41
Leite sem tratamento	14,84
Leite pasteurizado	2,34

Observa-se ainda, na Tabela 2, que o leite pasteurizado foi preterido em relação ao leite cru. Fato esse que merece atenção principalmente diante das tantas informações e advertências veiculadas na mídia quanto aos riscos à saúde

do consumidor pelo uso do leite sem tratamento. Tal atitude pode ser justificada pelo fácil acesso ao produto e por questões tradicionais. O município Santa Inês possui algumas propriedades que produzem leite e comercializam via mercado informal diariamente, às vezes, fazendo entrega a domicílio, apesar da proibição legal da comercialização de leite cru no Brasil desde a década de 50. Um segundo fator que pode dar razão a compra do leite cru pode ter relação com o apelo por consumo de alimentos mais naturais, sem processamento industrial, adquiridos diretamente do produtor bem como quanto aos aspectos afetivos como lembrança da infância por exemplo.

As suposições acima podem explicar que o mercado informal do leite no Brasil está associado às crenças populares de que esse leite é mais rico em nutrientes, a comodidade e ao baixo custo. Bersot *et al.* (2010) constataram, em estudo sobre qualidade de leite cru no município Palotina-PR, que o consumo do leite cru deve ser considerado um problema cultural, social e tecnológico, tanto do lado dos produtores quanto dos consumidores. Os autores afirmam que apesar do risco à saúde dos consumidores, fatores como praticidade e o mito de que o leite vindo direto da fazenda é mais saudável que o produto industrializado justifica o consumo de leite *in natura*.

Salienta-se que dos compradores de leite cru, cerca de 94% fervem o leite antes de consumi-lo e associam essa prática a prevenção de doenças transmitidas pelo alimento. Resultado semelhante foi constatado por Soares *et al.* (2010) em municípios do estado do Rio Grande do Norte expondo que 95,5% dos consumidores de leite cru possuem o hábito de fervê-lo e por Ferreira *et al.* (2017), no município de Santana do Ipanema-AL, constatando que 77% dos consumidores tem conhecimento que o consumo de leite cru pode originar doenças.

Embora o leite seja considerado um alimento de excelente valor nutritivo, apresenta ótimas condições para a multiplicação de uma diversidade de microorganismos, incluindo patogênicos, particularmente quando não recebe tratamento térmico adequado. O leite pode representar um risco à saúde do consumidor, principalmente quando se tratar de leite cru (SOUSA, 2005).

Estudando o consumo de leite em Congonhas-MG, Silva *et al.* (2007), demonstraram que o Leite Longa Vida (48,4%) foi o preferido pelos consumidores, seguido do leite pasteurizado (30,03%), leite em pó (16,6%) e leite cru (4,5%). Resultado que diferiu deste trabalho, que houve preferência por leite em pó e mais alto percentual de consumo de leite cru.

Vários são os itens que os indivíduos buscam no processo de compra e consumo. Neste trabalho, como pode ser visto na Tabela 3, o elemento mais observado no ato da compra do leite, foi a marca (38,54%), seguido do preço (36,98%). O consumidor tende a optar por produtos já conhecidos que conferem maior confiança e qualidade. O preço também tem um peso forte na escolha do leite, sendo fator determinante, pelas condições socioeconômicas da população. Em estudo realizado por Mallmann *et al.* (2012), observaram que a qualidade foi o fator principal (35,9%), seguido do preço (29,7%).

O rótulo é o espaço de informação do produto e auxilia os consumidores nas escolhas. Pesquisa realizada pela Fiesp/IBOPE (2010) sobre o Perfil do Consumo de Alimentos no Brasil, constatou que 69% dos entrevistados têm o hábito de ler os rótulos das embalagens de alimentos.

Tabela 3. Porcentagem dos respondentes quanto ao item mais observado no momento da compra

Itens	%
Marca	38,54
Preço	36,98
Valor nutricional	16,67
Integridade da embalagem	4,69
Outros	3,12

Sobre os dizeres contidos nos rótulos, conforme consta na Tabela 4, revelaram que o prazo de validade (76,82%) foi o fator determinante no momento da compra de leite. Os demais itens não foram fatores relevantes na hora da compra. A maior preocupação com a validade pode demonstrar atenção basicamente com a durabilidade do leite para armazenamento.

Tabela 4. Porcentagem dos respondentes quanto ao item mais observado no rótulo durante a compra do produto

Itens observados	%
Prazo de validade	76,82
Conteúdo líquido	8,59
Identificação de origem	5,99
Data de fabricação	5,73
Instruções de preparo	2,56

De forma similar aos resultados deste trabalho, outros autores relatam que datas de fabricação e validade são os itens que mais chamam a atenção nos produtos (PINHEIRO *et al.* 2011; MARINS *et al.* 2008).

Quanto ao teor de gordura, conforme consta na Tabela 5, a maioria dos entrevistados optou pelo leite integral (78,38%), seguido do desnatado e do semidesnatado. O consumo de leite integral possivelmente deve-se ao sabor que a gordura proporciona. Essa preferência também foi observada nos resultados de Soares e Silva (2012), em estudo realizado na cidade de Álvares Machado, SP, quando constataram que 76% dos entrevistados preferiam o integral.

Tabela 5. Porcentagem dos respondentes quanto ao teor de gordura no leite no ato da compra

Variedades	%
Integral	78,38
Desnatado	16,93
Semidesnatado	4,69

Ainda que, na sociedade atual, haja uma maior preocupação com alimentação saudável, os leites com baixo teor ou isento de gordura são mais procurados por pessoas que estão fazendo algum tipo de dieta alimentar ou que tenham alguma restrição médica ao consumo. Muniz *et al.*, (2013) entrevistando adultos e idosos no sul do Brasil destacaram que menos de 20% preferiam o leite desnatado, visando a alimentação saudável e a redução da ingestão de gorduras saturadas.

Ainda sobre a composição química do leite, cerca de 10% dos entrevistados declararam consumir leite sem lactose, destacando-se a necessidade da indústria alimentícia fornecer produtos para grupos específicos como no caso os intolerantes.

Na Tabela 6 estão os locais onde os consumidores costumam comprar leite, revelando os supermercados como local preferencial. A opção por supermercados, de acordo com Miranda *et al.* (2015), deve-se à variedade e a qualidade dos produtos encontrados nesses estabelecimentos. Ressalta-se, neste trabalho, que foi bastante significativo (19,53%) a quantidade de compras de leite realizadas nas feiras e ambulantes que são locais da venda do produto sem tratamento ou cru, hábito do consumidor do município.

Tabela 6. Porcentagem dos respondentes quanto ao local de compra de leite

Locais de compra	%
Supermercado	78,13
Feira livre	11,72
Ambulante	7,81
Padaria	2,34

Geralmente o leite é consumido dentro de outras formulações. Os modos de consumo, conforme Tabela 7, mostra que o maior percentual de entrevistados indicou o consumo de leite misturado ao café (67,19%). Em menor proporção tem-se, respectivamente, leite com vitamina e leite com achocolatado. Mallmann *et al.* (2012), também mostraram que os consumidores preferiram leite com café (36,1%), no achocolatado (31,1%) e puro (10,3%).

Tabela 7. Porcentagem dos respondentes quanto à forma de consumo do leite

Itens observados	%
Café da manhã	67,19
Leite com vitamina	16,41
Leite com achocolatado	6,77
Leite puro	5,47
Outros	1,82
Leite com cereais	1,56
Leite com suco	0,78

Quanto à preferência por derivados do leite, nota-se, na Tabela 8, que a metade dos entrevistados escolheram manteiga como produto preferencial, seguido do iogurte (13,54%) e queijos (12,76%). Possivelmente a opção por manteiga deve-se a existência, nos municípios vizinhos, de fábricas de produção artesanal de manteiga e requeijão, que chamam a atenção do público consumidor.

Dezani *et al.* (2015), observaram que os produtos mais consumidos foram, respectivamente, leite condensado, sorvetes, queijo mussarela e margarina, sendo este último um produto não lácteo. É importante salientar que, neste estudo, o produto manteiga pode ter sido entendido como margarina vez que muitos consumidores não fazem distinção entre esses produtos. A margarina é preferida

pelo seu baixo preço, tornando-se mais acessível ao consumidor de modo geral. Aos que preferem a manteiga tem no seu sabor o fator determinante da escolha.

Tabela 8. Porcentagem dos respondentes quanto à escolha do produto lácteo

Derivados	%
Manteiga	50,52
logurte	13,54
Queijos	12,76
Doces	9,90
Requeijão	9,38
Sorvetes	3,64
Mousses	0,26

De um modo geral, é possível assinalar que os consumidores do município Santa Inês demonstram atitudes semelhantes a consumidores de outras localidades: compram mais em supermercados, priorizam a conveniência, levam em consideração a marca e preço, tem no prazo de validade como a informação mais importante do rótulo, usam leite integral, costumam tomar leite com café. Os pontos que mais se distanciam de outros trabalhos são o percentual de entrevistados que declararam consumir leite cru e a opção por manteiga. A preferência por esses últimos pontos pode ter relação com a produção existente no território.

CONCLUSÕES

O estudo das características de consumo pode ser útil para orientar o mercado, aperfeiçoando seus produtos conforme as necessidades e interesses da população, sem desconsiderar aspectos como preço, qualidade e atributos sensoriais. As informações também podem ser úteis para direcionar políticas dos órgãos públicos tendo em vista a necessidade de programas e ações educativas visando à conscientização de produtores de leite, manipuladores e consumidores sobre os potenciais riscos de contaminação microbiológica associadas ao leite cru bem como difundir a importância do consumo do leite, forma adequada de tratamento e aquisição. O aumento dos esforços educativos junto aos consumidores é essencial para segurança alimentar.

Profile of milk consumer and preference of consumption in the municipality of Santa Inês, Bahia

ABSTRACT

Milk occupies a prominent place in human food and in the economies of producing countries. The objective of this study was to know the profile, habits, opinions and behaviors of milk consumers in the municipality of Santa Inês, Bahia. The study has characteristic exploratory, descriptive, quantitative research. The information was obtained through a questionnaire applied to a sample of 384 people. The results revealed that the consumers interviewed prefer milk powder and that there is still raw milk consumption. The most observed items at the time of purchase are brand and price beyond the expiration date. The supermarket is the place chosen to carry out the purchases by the majority of the interviewees, emphasizing also the preference for the integral milk accompanied with coffee. Among the derivatives, the butter showed more prominence. The producer market needs to know this information to improve its products according to the needs of the population.

KEYWORDS: market research; consumption habits; dairy products.

REFERÊNCIAS

BARBETTA, P. A. **Estatística Aplicada às Ciências Sociais**, Cap. 3. Ed. UFSC, 5ª Edição, 2002.

BERSOT, L. S.; DAGUER, H.; MAZIERO, M. T.; PINTO, J. P. A. N.; BARCELLOS, V. C.; GALVÃO, J. A. Raw milk trade: profile of the consumers and microbiological and physicochemical characterization of the product in Palotina-PR region. **Revista do Instituto de Laticínios Cândido Tostes**. Juiz de Fora. v. 65, n. 373, p. 3-8, 2010.

BRASIL. Portal Brasil. 2016. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2015/03/ministerio-da-agricultura-quer-fomentar-o-consumo-de-leite> BRASIL. Portal Brasil. 2016. Acesso em: 19 abr. 2018.

DEZANI, A. A.; RETONDO, B. B.; WAIDEMAN, M. A. Determinantes de consumo dos produtos derivados do leite. **Revista Eletrônica de Administração** (Online) ISSN: 1679-9127, v. 14, n.1, ed. 26, Jan-Jun 2015.

DEPARTAMENTO Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos - DIEESE. Alimentos ainda pressionam o custo de vida em São Paulo. Nota à imprensa, dez. 2014. Disponível em: <Disponível em: <http://www.dieese.org.br/analiseicv/2014/201411analiseicv.pdf> >. Acesso em: fev. 2015.

FERREIRA, A. G. G.; LYRA, D. G. de.; SILVA, J. C. S.; SOARES, F. M. F.; ARAÚJO, C. A. Perfil dos consumidores de leite bovino in natura no município de Santana do Ipanema – Alagoas. *Nutritime Revista Eletrônica*, on-line, Viçosa, v.14, n.4, p.6056-6065, jul./ ago, 2017.

FIESP. Pesquisa Nacional Fiesp/IBOPE sobre o perfil do consumo de alimentos no Brasil: Brasil Food Trends 2010. Disponível em: http://www.fiesp.com.br/agencianoticias/2010/05/18/pesquisa_fiesp_ibopeperfi_l_do_consumo_alimentos_brasil.pdf. Acesso em 13 abr. 2011.

FOX, P. F. **The major constituents of milk**. In: SMIT, G. Dairy processing (Improving Quality). Cambridge: CRC Press. p.4-41. 2003.

GOMES, A. T.; LEITE, J. L. B; CARNEIRO, A. V. – **O Agronegócio do Leite no Brasil**. Juiz de Fora: Embrapa Gado de Leite, 2001.

IBGE. **Sistema IBGE de Recuperação Automática - SIDRA**: banco de dados agregados. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br>>. Acesso em: 3 maio 2016.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Pesquisa de orçamentos familiares 2008 - 2009.**

IBGE. **Censo Populacional 2015.** 29 de novembro de 2015. Disponível em: <ftp://ftp.ibge.gov.br/Estimativas_de_Populacao/Estimativas_2015/estimativa_dou_2015_20150915.pdf>. Acesso em: 8 Setembro 2018

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing.** 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice hall, 2006.

MALLMANN, E.; CAVALHEIRO, M.; MELLO, P.; MAGRO, D.; MIRITZ, L. D.; CORONEL, D. A. Caracterização do consumo de leite no município de Palmeira das Missões - RS. **Sociais e Humanas.** Santa Maria, v. 25, n. 02, p. 295 - 308. 2012.

MARINS, B. R.; JACOB, S. C.; PERES, F. Avaliação qualitativa do hábito de leitura e entendimento: recepção das informações de produtos alimentícios. **Ciência e Tecnologia de Alimentos,** Campinas, v. 28, n. 3, p. 579-585, 2008.
<http://dx.doi.org/10.1590/S0101-20612008000300012>

MIRANDA, M. P. C.; SANTOS, E. M. P.; DIAS, A. M. N.; BAPTISTA, E. B. Pesquisa de Mercado: Perfil de Consumidores de produtos Lácteos (iogurte, Manteiga e Queijo) no Município de Contagem – MG. 42º Congresso Bras. de Medicina Veterinária e 1º Congresso Sul – Brasileiro ANCLIVEPA - Curitiba- PR. 2015.

MUNIZ, L. C. Consumo de Leite entre Adultos e Idosos de Pelotas, RS: Preferências e Perfil dos Consumidores. Pelotas. Dissertação, Universidade Federal de Pelotas, RS. 2009.

MUNIZ, L. C.; MADRUGA, S. W.; ARAÚJO, C. L. Consumo de leite e derivados entre adultos e idosos no Sul do Brasil: um estudo de base populacional. *Ciênc Saúde Coletiva.* 18:12. 2013.

PINHEIRO, F. A.; CARDOSO, W. S.; CHAVES, K. F.; OLIVEIRA, A. S. B.; RIOS, S. A. Perfil de Consumidores em Relação à Qualidade de Alimentos e Hábitos de Compras. **UNOPAR Científica. Ciências Biológicas e da Saúde,** Londrina, v. 13, n. 2, p. 95-102, 2011.

SILVA, R. B.; GERMANO, P. S.; MOREIRA, I. B.; MATOS, A. A. Estudo do comportamento do consumidor de leite longa vida em Congonhas, Minas Gerais. XI Encontro Latino Americano de Iniciação Científica e VII Encontro Latino Americano de Pós-Graduação – Universidade do Vale do Paraíba, SP, 2007.

SOARES, K. M. P.; GÓIS, V. A.; AROUCHA, E. M. M; VERÍSSIMO, A. M. O. T.; SILVA, J. B. A. Hábitos de consumo de leite em três municípios do estado do Rio Grande do Norte. Revista Verde (Mossoró – RN – Brasil), v.5, n.3, p.160 - 164 julho/setembro de 2010.

SOARES, G. B.; SILVA, P. R. **Análise do Perfil do Consumidor de Leite no Município de Álvares Machado - SP.** Encontro de Ensino, Pesquisa e Extensão. Presidente Prudente, 2012.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO (SBAN). **A importância do consumo de leite no atual cenário nutricional brasileiro.** Brasil, 2015.

SOLOMON, M. R. **O comportamento do Consumidor, comprando, possuindo e sendo.** 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

SOUSA, D. D. P. Consumo de produtos lácteos informais, um perigo para a saúde pública. Estudo dos fatores relacionados a esse consumo no município de Jacareí - SP. 2005. 114f. Dissertação (Mestrado em Epidemiologia Experimental e Aplicada às Zoonoses) - Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

APÊNDICE: MODELO DE QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ENTREVISTADOS

PERFIL DO CONSUMIDOR DE LEITE NA CIDADE DE SANTA INÊS-BA

1- Idade: _____

2- Sexo:

Masculino Feminino outros
gêneros

3- Grau de escolaridade:

Analfabeto
 Fundamental incompleto
 Fundamental completo
 Médio incompleto
 Médio completo
 Superior incompleto
 Superior
 Pós graduado

4- Qual sua ocupação:

Estudante
 Desempregado
 Desempenha atividade remunerada

5- Qual a frequência do consumo de leite?

Uma vez ao dia ou mais
 Uma vez por semana
 Duas vezes ou mais por semana
 Não bebo com frequência

6- Qual tipo de leite você mais consome?

leite pasteurizado-Saco
 leite UHT-Caixa
 leite em pó
 leite sem tratamento(direto da fazenda-garrafa Pet)
 Outro: _____

7- Qual o primeiro item a ser observado na
escolha do leite? Marcar apenas uma opção.

Preço
 Marca
 Embalagem
 Valor nutricional
 Outro _____

8- Qual item do rótulo você costuma olhar?
Marcar apenas uma opção.

Conteúdo líquido
 Identificação de origem
 Prazo de validade
 Data de fabricação
 Identificação do lote
 Instruções sobre preparo do alimento

Outro _____

9- Com relação ao teor de gordura do leite,
qual sua preferência ?

Integral
 semidesnatado
 desnatado

10- Sobre a presença do açúcar do leite, qual
você costuma adquirir ?

Com lactose – normal
 Sem lactose

11- Onde costuma comprar leite?

Supermercado
 Feira
 Mercado municipal
 Padaria
 Ambulante

12- Se comprar leite SEM TRATAMENTO
(geralmente comercializado em garrafa Pet e
recém ordenhado), o que faz?

Bebe sem ferver
 Ferve antes de usar

13- Qual a forma mais usual que você consome
o leite? Marcar apenas uma opção.

Puro
 Dentro de vitaminas
 Dentro de suco
 Com café
 Com cereais
 Com achocolatado
 Outros _____

14- Qual dos derivados abaixo você consome
com mais frequência? Marcar apenas uma
opção.

Iogurtes
 Queijos
 Manteiga
 Requeijão
 Doces
 Mousses
 Sorvetes
 Outros _____

15- Você acha que ao consumir leite SEM
TRATAMENTO poderá ocasionar algum
problema?

Recebido: 15 dez. 2018.

Aprovado: 16 mai. 2020.

DOI: 10.3895/rebrapa.v10n2.9209

Como citar:

REGIS, N. S. et al. Perfil do consumidor de leite e preferência de consumo no município de Santa Inês, Bahia. **Brazilian Journal of Food Research**, Campo Mourão, v. 10, n. 2, p. 66-79, abr./jun. 2019. Disponível em: <https://periodicos.utfpr.edu.br/rebrapa>

Correspondência:

Neibert Seibert Regis
Instituto Federal Baiano, Câmpus Santa Inês, Bahia, Brasil.

Direito autoral: Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.

