



## XII CONGRESSO INTERNACIONAL DO LEITE

XII Workshop de Políticas Públicas

XIII Simpósio de Sustentabilidade da Atividade Leiteira

### Percepção dos consumidores de Juiz de Fora-MG quanto à possível oferta de leite funcional com elevado teor de ácido linoleico conjugado (CLA)

Eduardo da Silva Mercês<sup>1</sup>, Kennya Beatriz Siqueira<sup>2</sup>, Marco Antônio Sundfeld da Gama<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Estudante de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora/MG, eduardosilvamerces@gmail.com

<sup>2</sup> Pesquisadora, Embrapa Gado de Leite, Juiz de Fora/MG.

<sup>3</sup> Pesquisador, Embrapa Gado de Leite, Juiz de Fora/MG.

**Resumo:** O objetivo desse estudo foi identificar o perfil do consumidor de leite na cidade de Juiz de Fora - MG, bem como a percepção dos consumidores a respeito de um novo produto lácteo funcional com alto teor de ácido linoleico conjugado (CLA), um componente da gordura do leite de ruminantes que apresenta propriedades benéficas à saúde humana. Foi observado que grande parcela dos consumidores de leite entrevistados não possuía conhecimento algum sobre alimentos funcionais, porém a maioria já o havia consumido ou o consome com alguma frequência. Também foi observado que houve um grande interesse pelo leite funcional com alto teor de CLA, sendo R\$ 3,31 o valor médio que os consumidores estariam dispostos a pagar por esse produto, o que representa aproximadamente 26,7% a mais do que o valor médio pago pelo leite convencional.

**Palavras-chave:** alimento funcional, leite, CLA

### Consumers' perception in the city of Juiz de Fora-MG about a potential supply of functional milk with high level of conjugated linoleic acid (CLA)

**Abstract:** The main objective of this study was to identify the profile of milk consumers in the city of Juiz de Fora-MG, as well as their perception regarding to a new dairy functional product with high level of conjugated linoleic acid (CLA), a fat content of milk of ruminants which presents health-giving properties. It was observed that the majority of milk consumers did not have any knowledge about functional food. However, most of them had already consumed or consume it regularly. It was also noted a great interest about the functional milk with high level of CLA, being R\$ 3.31 the average value that consumers are willing to pay for this product, which means around 26,7% more than the value paid currently for the conventional milk.

**Keywords:** functional food, milk, CLA

### Introdução

Nos últimos anos, a relação entre a alimentação e a saúde da população tem ganhado cada vez mais destaque. Com o aumento da expectativa de vida da população e, ao mesmo tempo, o aumento da incidência de doenças crônicas (como obesidade, hipertensão, osteoporose, diabetes e câncer), há um crescente interesse por alimentos contendo componentes específicos capazes de promover efeitos benéficos à saúde. Frente a esse contexto, novos tipos de alimentos com tais propriedades estão sendo lançados nos mercados mundiais com posicionamento estratégico na dimensão de qualidade relacionada à saúde (GRUNERT; BECH-LARSEN; BRED AHL, 2000). Em particular, os produtos lácteos funcionais emergem como representantes desse movimento de inovação já que respondem por quase 65% das vendas desse setor (MENRAD, 2003).

De acordo com Gama (2010), a gordura do leite de ruminantes possui um importante componente, o CLA, especialmente o isômero *cis-9 trans-11*, que representa 75% a 90% do CLA total



## XII CONGRESSO INTERNACIONAL DO LEITE

XII Workshop de Políticas Públicas

XIII Simpósio de Sustentabilidade da Atividade Leiteira

encontrado na gordura do leite. A quantidade de CLA encontrada no leite pode ser incrementada a partir do fornecimento de dietas específicas para vacas leiteiras, resultando em produtos lácteos com elevado potencial funcional e, portanto, maior valor agregado (GAMA, 2010).

Logo, torna-se oportuno traçar o perfil do consumidor de produtos funcionais e a aceitabilidade de um leite com maior teor de CLA. Este produto, embora ainda não esteja disponível no mercado, está sendo elaborado pela Embrapa Gado de Leite e já se encontra em fase de testes com modelos animais e em humanos. Assim, o conhecimento sobre o perfil do consumidor em potencial se mostra importante como intuito de fazer uma orientação inicial para um possível trabalho de produção, marketing e comercialização para esse segmento de consumo no mercado. A cidade de Juiz de Fora - MG foi usada como base desse estudo inicial.

### Material e Métodos

Foi empregada uma abordagem quantitativa, utilizando como ferramenta um questionário<sup>1</sup> que foi aplicado em nove estabelecimentos: seis supermercados e três padarias situadas em diferentes pontos da cidade de Juiz de Fora/MG. Os estabelecimentos selecionados para esta abordagem foram preferencialmente escolhidos: quatro no centro da cidade e os cinco restantes nas periferias. O modelo do questionário contou com perguntas elaboradas com o objetivo de conhecer tanto a percepção do consumidor a respeito dos alimentos funcionais como o perfil socioeconômico do consumidor. A abordagem dos consumidores foi realizada de forma aleatória, com alguns dos clientes que estavam realizando a compra de qualquer tipo de leite dentro dos estabelecimentos. Tal procedimento teve o objetivo de captar as preferências de todos os consumidores de leite, inclusive aqueles que sequer consomem o leite, mas que estão comprando o produto para a sua residência, na condição de chefe de família, por exemplo.

Portanto, a pesquisa foi caracterizada como uma amostra não probabilística por conveniência. A fim de absorver algumas características específicas dos entrevistados foi dado a cada um deles uma breve explicação sobre o que são alimentos funcionais, quais são seus benefícios e alguns exemplos de alimentos funcionais.

### Resultados e Discussão

O questionário foi respondido por 395 consumidores entre os meses de maio e junho de 2013. A representação do perfil dos entrevistados foi composta por 62% de representantes do sexo feminino e 38% do sexo masculino, sendo que a média de idade dos entrevistados foi de 41,5 anos. Na amostra, o nível de escolaridade predominante foi segundo grau completo (35,4%), seguido por superior completo (28,1%) e superior incompleto (21%). O percentual de 76,5% dos entrevistados afirmou residir em um ambiente familiar, sendo que a média de moradores por residência na amostra foi de três pessoas. A renda familiar predominante foi de três a seis salários mínimos (30,6%), seguido por um a três salários mínimos (20,5%).

Com relação ao consumo de leite, a maioria dos entrevistados afirmou que ingerem leite (87,6%), sendo que dentre eles, o leite mais consumido foi o UHT integral (50,6%), seguido pelo leite UHT desnatado (21,1%). Ainda entre os entrevistados que ingerem leite, 81,8% afirmaram que consomem leite diariamente, sendo que a média de consumo foi de 287,9 ml de leite consumidos. É interessante destacar que foi observado um número relativamente grande de entrevistados que não ingerem o produto, ou seja, compram para terceiros. Quarenta e nove entrevistados se enquadraram nesse grupo, ou seja,

<sup>1</sup> Questionário elaborado por Laylla Lyghia Teixeira, Marlice Teixeira Ribeiro, Márcio Roberto Silva, Marco Antônio Sudfeld da Gama, Sérgio Rustichelli Teixeira, Eduardo da Silva Mercês e Kenna Beatriz Siqueira e registrado no Comitê de Ética da UFJF.



## XII CONGRESSO INTERNACIONAL DO LEITE

XII Workshop de Políticas Públicas

XIII Simpósio de Sustentabilidade da Atividade Leiteira

12,4% do total de consumidores abordados. O valor médio que os entrevistados afirmaram pagar pelo litro de leite foi de R\$ 3,37 (excluindo-se os valores pagos pelo leite em pó, que se mostraram *outliers*).

Com relação à percepção dos consumidores sobre leite funcional, apenas 39,2% dos entrevistados afirmaram que já possuíam algum conhecimento prévio do que são alimentos funcionais. No entanto, após ouvirem a explicação sobre alimentos funcionais, a maior parte da amostra afirmou que já havia consumido ou consome com alguma frequência este tipo de alimento (83,5%). Em uma pergunta direta sobre qual o valor máximo que o consumidor estaria disposto a pagar por um leite funcional, a média encontrada foi de R\$ 2,98. No entanto, alguns entrevistados responderam que não pagariam nada, o que significa que para estas pessoas o leite funcional não tem valor algum. Por outro lado, o máximo valor citado pelos consumidores que comprariam leite UHT funcional foi de R\$ 10,00. Em uma pergunta mais subjetiva, pré-definindo o preço do leite funcional em R\$ 2,70 e o colocando em comparação com o leite tradicional ao custo de R\$ 2,00, o percentual de 82,2% dos entrevistados demonstrou interesse em consumir o produto. Ao correlacionar ambas as perguntas, o número total de consumidores que comprariam leite funcional foi de 232 observações, ou seja, 58,8% da amostra.

Analisando esse grupo específico da amostra, observou-se que, dos possíveis consumidores de leite funcional, 61,2% são do sexo feminino, a média de idade foi de 41,1 anos, o nível de escolaridade predominante foi de segundo grau completo (34,5%), seguido por superior completo (27,2%). Um percentual de 75,4% do grupo reside em uma estrutura familiar, com média de 3 pessoas por residência. A renda familiar predominante foi do grupo de três a seis salários mínimos (31%). Em relação ao consumo de leite, 87,9% afirmaram que ingerem leite, sendo o leite UHT integral o mais consumido (42,2%). Um percentual de 83,8% desses entrevistados afirmou que ingere o leite diariamente, sendo que a média consumida por ocasião foi de 302,2 ml de leite. O valor médio pago pelo leite referente a esse grupo foi de R\$ 2,75, sendo que entre eles 85,7% afirmaram que já tinham conhecimento a respeito de alimentos funcionais e 85,7% já o consumiram ou o consomem com alguma frequência.

### Conclusões

Os resultados mostram que apesar da importância de uma alimentação saudável e dos efeitos positivos que os alimentos funcionais têm na saúde dos indivíduos, o conhecimento a respeito deles ainda é muito baixo. Contudo uma grande parcela dos entrevistados afirmou que já consumiu ou consome com alguma frequência alimentos com propriedades funcionais.

Em relação ao leite funcional com alto teor de CLA, houve grande disposição a comprar por parte dos consumidores. Há de se destacar que nesse grupo da amostra o percentual de consumidores que já tinham conhecimento da importância dos alimentos funcionais foi maior e também o número de entrevistados que consome ou já consumiu alimentos funcionais também foi superior ao percentual da amostra. Esse grupo geralmente paga um valor superior pelo leite que consome e também está disposto a pagar um valor superior pelo leite funcional (R\$ 3,31), apesar de não terem sido observadas diferenças significativas entre os níveis educacionais e de renda familiar.

### Literatura citada

GRUNERT, K.G. et al. Three issues in consumer quality perception and acceptance of dairy products. **International Dairy Journal**. v.10, p. 575-584, 2000. Doi: 10.1016/S09586946(00)00085-6

MENRAD, K. Market and marketing of functional food in Europe. **Journal of Food Engineering**, v. 56, n. 2-3, p. 181-188, 2003. Doi: 10.1016/S0260-8774(02)00247-9

GAMA M. A. S. **Produção de leite com alto teor de ácido linoléico conjugado (CLA)**. 11º Congresso Pan-Americano do Leite. 22 a 25 de março. Belo Horizonte/MG. 2010