

## POSICIONAMENTO DO CONSUMIDOR FRENTE AO CONSUMO DE LEITE DE CABRA E SEUS DERIVADOS NA CIDADE DE NATAL-RN

### Consumer's opinion about the consumption of goat milk and caprine dairy products in Natal-RN

ROBERTA Targino Pinto Correia<sup>1</sup>  
Kátia Cristina Borges<sup>2</sup>

#### SUMÁRIO

A Região Nordeste têm concentrado ao longo da história grande parte do rebanho caprino brasileiro. É uma atividade econômica de grande importância para o sertanejo, já que serve como fonte de renda, subsistência e fator de fixação do homem no interior. Apesar de todo o potencial funcional e nutritivo já reconhecido desse tipo de leite, a caprinocultura leiteira ainda se caracteriza por ser uma atividade desenvolvida de forma empírica e extensiva e com baixos níveis de tecnologia, além de dificuldades no setor produtivo que incluem entraves na comercialização e pequeno número de produtos derivados disponíveis no mercado. A presente pesquisa tem o objetivo de avaliar o posicionamento do consumidor em Natal-RN quanto ao possível consumo do leite de cabra e derivados, tendo em vista a quase inexistência de trabalhos abordando esse aspecto. O trabalho tem caráter exploratório e descritivo, tomando como base as respostas obtidas de 400 indivíduos abordados na capital potiguar através de questionário estruturado composto por 15 questões sobre conhecimento do mercado, conhecimento nutricional, atitude e comportamento. Os resultados apontam para o desconhecimento sobre a qualidade nutricional do leite de cabra por parte dos entrevistados incluídos na pesquisa. Indicam também que os aspectos sensoriais odor e sabor, além da confiabilidade no produto, estão entre os elementos considerados na decisão de não comprar o leite caprino, ao passo que o potencial benefício à saúde é apontado como um dos parâmetros importantes para a aquisição do leite caprino.

**Termos para indexação:** consumo; leite caprino; supermercados; questionário; *marketing*.

#### 1 INTRODUÇÃO

Atualmente, grande parte do rebanho caprino mundial está em países em desenvolvimento. Existem relatos mostrando o incentivo à criação de cabras no Peru, China, Romênia e Tanzânia como ferramenta econômica de manutenção de comunidades (VRIES, 2008). No que diz respeito especificamente ao Brasil, observa-se que a caprinocultura tem se concentrado historicamente na Região Nordeste, a qual, em 2006, abrigava 92,7% do rebanho total brasileiro (ANUALPEC, 2006).

De maneira geral, a caprinocultura ainda é conduzida de forma empírica e extensiva, com baixos níveis de tecnologia, não somente no Brasil, mas em várias partes do mundo (DUBEUF et al., 2004). Apesar disso, apresenta grande importância

social, chegando a ser a única fonte de renda e sobrevivência de muitos nordestinos. Porém, para que a caprinocultura no Nordeste mantenha-se como uma atividade economicamente sustentável, faz-se necessário investimento, pesquisas, organização em todas as etapas da produção e incrementos no comércio e introdução de práticas de pagamento por qualidade, como já acontece na Europa (PIRISI et al., 2007).

Além disso, no Brasil, a sazonalidade da produção e pequena produção por animal geram dificuldades para a comercialização e distribuição. Essa situação faz com que a maioria dos caprinocultores processe o leite de cabra pela pasteurização, seguido de resfriamento e congelamento, o que facilita a distribuição e garante o abastecimento durante a entressafra (ANDRADE et al., 2008; KATIKI et al., 2006). Segundo Curi & Bonassi

1 Professor Adjunto III, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Departamento de Engenharia Química, Campus Lagoa Nova, Natal-RN. 59072-970. roberta@eq.ufrn.br.

2 Mestranda, Programa de Pós-graduação em Engenharia Química (PPGEQ), UFRN.

(2007), essa situação acontece não somente no Brasil, mas também em países detentores de caprinocultura leiteira mais desenvolvida, localizados em regiões temperadas. Outros fatores como coleta incipiente do leite e a comercialização praticamente limitada ao mercado interno são também aspectos limitantes para o crescimento deste setor (BELCHIOR, 2003).

O leite caprino tem propriedades nutricionais e terapêuticas reconhecidas mundialmente por médicos, pesquisadores e consumidores. O leite de cabra é rico em proteínas, gordura, lactose, vitaminas e sais minerais, exibindo algumas peculiaridades quando comparado ao leite bovino. As proteínas encontradas no leite de cabra são similares às encontradas no leite de vaca ( $\alpha$ -caseína,  $\beta$ -caseína e  $\kappa$ -caseína,  $\beta$ -lactoglobulina e  $\alpha$ -lactalbumina), mas diferem no que diz respeito a polimorfismos genéticos e características das micelas protéicas. Outra peculiaridade do leite caprino é sua porção lipídica, a qual possui 28% dos glóbulos de gordura com diâmetro igual ou inferior a 1,5 microns, enquanto o leite de vaca apresenta apenas 10%. Essa característica pode ser responsável por sua elevada digestibilidade, diminuindo o tempo de residência e o trânsito intestinal (HAENLEIN, 2004; JENESS, 1980). Todas essas informações podem e devem ser veiculadas ao consumidor, que tem no leite de cabra uma fonte láctea alternativa e de elevada qualidade.

Estas características levam Bueno (2005) a considerá-lo um alimento funcional, ou seja, possui participação cientificamente conhecida na manutenção da saúde, redução de doenças crônicas e efeitos benéficos nas funções fisiológicas. O leite de cabra tem sido usado ao longo dos anos como substituto lácteo ao leite bovino, mas para Haenlein (2001; 2004) esta particularidade do leite de cabra poderia ser mais convenientemente usada para agregar valor ao leite caprino. Acredita-se que o número de pessoas que padecem de sintomas alérgicos ao leite bovino no mundo serviria para aumentar o consumo de leite de cabra, caso este fato merecesse um *marketing* mais apropriado.

Várias pesquisas abordam a composição química do leite de cabra de espécies criadas em distintas regiões do Brasil e do mundo (COSTA et al., 2008; PARK et al., 2007; GOMES et al., 2004; LEUTHIER et al., 2004). Existem também estudos que avaliam o aproveitamento tecnológico do leite caprino para a produção de derivados diversos – iogurte, leites fermentados, queijos e sorvetes (PANDYA e GHODKE, 2007; KATIKI et al., 2006; RAYNAL-LJUTOVAC et al., 2005), ou ainda, o efeito de diferentes tratamentos de preservação sobre as características do leite (ANDRADE et al., 2008; LORA et al., 2006; CORREIA et al., 2006). No entanto, observa-se um número ínfimo de trabalhos

abordando a visão e expectativas do consumidor frente ao consumo de leite de cabra e seus derivados lácteos. Essa falta de informação é sentida inclusive entre os produtores e beneficiadores de leite, que não dispõem de dados sobre a problemática envolvida no consumo do leite caprino, bem como dos fatores que impulsionam ou inibem a compra do produto. Essa informação é de fundamental importância para o desenvolvimento de estratégias de incentivo ao consumo, bem como para o direcionamento de interesses de produtores e pesquisadores, de modo a alinhar a realidade do consumo com o interesse de produção e investigação sobre essa temática.

Sendo assim, a presente pesquisa pretende preencher a lacuna existente, de modo a gerar dados confiáveis sobre o panorama de consumo de leite caprino e derivados na cidade de Natal-RN. Para isso, um questionário que inclui questões elaboradas com a ajuda de pesquisadores e produtores foi desenvolvido, com o intuito de esclarecer os pontos relevantes que motivam a compra de produtos caprinos, bem como identificar possíveis gargalos que comprometam a aquisição desse tipo de alimento.

## 2 MATERIAL E MÉTODOS

O estudo proposto foi do tipo *survey* com caráter exploratório e descritivo, tomando como base as respostas obtidas através de questionário estruturado, o qual inclui variáveis consideradas importantes na decisão de compra ou rejeição de produtos caprinos. O instrumento de pesquisa utilizado (**Figura 1**) é composto por 15 perguntas divididas em duas seções. Na primeira parte, são abordadas as dimensões conhecimento do mercado (questão 1), conhecimento nutricional (questão 2), atitude e comportamento (questões 3 a 7). A segunda seção abrange questões relacionadas ao perfil do consumidor.

A categoria de respostas de algumas questões relacionadas com a atitude do consumidor é do tipo *likert*, utilizando escalas de frequência (sempre a quase nunca), de importância (muito importante a sem importância), conhecimento (tenho muito conhecimento a tenho pouco conhecimento) e consumo (certamente consumiria a certamente não consumiria). A resposta às questões 5 e 6 dependeu do posicionamento do entrevistado na questão 3. Aqueles que responderam que consumiam o leite de cabra nunca, quase nunca e as vezes foram direcionados à pergunta 5. Aqueles que responderam que consumiam o leite de cabra quase sempre e sempre foram direcionados à pergunta 6.

As respostas da seção perfil do entrevistado são do tipo fechadas com uma única resposta entre as opções possíveis. O questionário foi pré-testado através de 10 entrevistas prévias, realizadas com

Esta pesquisa tem como objetivo obter dados referentes aos fatores que afetam a decisão de compra dos consumidores de leite de cabra em supermercados. Seus resultados serão utilizados para estudos de casos na UFRN e não haverá qualquer referência não autorizada à pessoa pesquisada.

Para aumentar a competitividade, como o Sr(a) avalia a importância de um supermercado vender leite de cabra?

1	Sem importância	Pouco importante	Pode ser importante ou não	Importante	Muito importante	Sem Opinião
---	-----------------	------------------	----------------------------	------------	------------------	-------------

Qual o seu nível de conhecimento sobre as características químicas e nutricionais do leite de cabra quando comparadas ao leite de vaca?

2	Não tenho qualquer Conhecimento	Tenho Pouco Conhecimento	Tenho Algum Conhecimento	Tenho um bom conhecimento	Tenho Muito Conhecimento	Sem Opinião
---	---------------------------------	--------------------------	--------------------------	---------------------------	--------------------------	-------------

Com que frequência o Sr(a) compra leite de cabra?

3	Nunca	Quase Nunca	Às Vezes	Quase Sempre	Sempre	Sem Opinião
---	-------	-------------	----------	--------------	--------	-------------

Caso fossem disponibilizados em supermercado, qual dos seguintes produtos, derivados de leite de cabra, o Sr(a) estaria disposto a consumir:

4	Produtos	Certamente Não Consumiria	Provavelmente Não Consumiria	Talvez Consumisse, talvez não.	Provavelmente Consumiria	Certamente Consumiria	Sem Opinião
	Iogurte						
	Leite em Pó						
	Sorvete						
	Doce de leite						
	Queijo						
	Outro:						

Conforme escala a seguir, qual a importância dos seguintes parâmetros na sua decisão de **NÃO COMPRAR** leite de cabra? (para aqueles que responderam nunca, quase nunca, às vezes)

5	Indicadores	Sem importância	Pouco importante	Às vezes é importante outras não	Importante	Muito importante	Sem Opinião
	Preço						
	Qualidade do Produto						
	Sabor do Produto						
	Confiabilidade no Produto						
	Odor do produto						
	Facilidade de compra do produto						
	Malefício à Saúde						

Conforme escala a seguir, qual a importância dos seguintes parâmetros na sua decisão de **COMPRAR** leite de cabra? (para aqueles que responderam quase sempre e sempre)

6	Indicadores	Sem importância	Pouco importante	Às vezes é importante, outras não.	Importante	Muito importante	Sem Opinião
	Qualidade do Produto						
	Sabor do Produto						
	Confiabilidade no Produto						
	Odor do produto						
	Facilidade de compra do produto						
	Benefícios à saúde						
	Necessidade alérgica						

**Perfil do Entrevistado**

7	1. Sexo: ( ) M ( ) F	3. Número de filhos: ( ) Não tem ( ) 1 ou 2 ( ) mais de 3 idade: _____	4. Renda Familiar ( ) Menos do que R\$1.000,00 ( ) Entre R\$1.000,00 e R\$2.000,00 ( ) Entre R\$2.000,00 e R\$3.000,00 ( ) Mais de R\$3.000,00	5. Escolaridade: ( ) 1º grau incompleto ( ) 1º grau completo ( ) 2º grau incompleto ( ) 2º grau completo ( ) 3º grau incompleto ( ) 3º grau completo ( ) Pós-graduação ( ) Outros:
	2. Faixa etária: ( ) Menos que 20 anos ( ) Entre 20 e 30 anos ( ) Entre 30 e 40 anos ( ) Mais que 40 anos			

Figura 1 – Questionário utilizado na pesquisa.

indivíduos com características similares aos da população em estudo. O objetivo foi avaliar o bom entendimento das questões, possíveis ambigüidades, respostas que eventualmente não tivessem sido previstas, bem como o tempo necessário para a entrevista.

Para a análise das respostas, foram utilizadas ferramentas da análise estatística descritiva, através da qual foram mostrados os valores absolutos e percentuais obtidos. Os dados foram organizados na forma de tabelas e gráficos, considerando os vários atributos e dimensões.

### 3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

#### 3.1 Perfil dos entrevistados

A maioria dos entrevistados (60,9%) eram mulheres. Só uma pequena parte dos entrevistados possuía idade entre 18 e 20 (2,8%), estando o restante quase que igualmente distribuído nas demais faixas: 34,5% entre 20 e 30 anos; 32,3% entre 30 e 40 anos e 30,5% com mais de 40 anos. Do universo abordado, a maioria tinha filhos, sendo 44,5% com 1 ou 2 filhos e 16,8% com três ou mais filhos. A renda familiar apresentou a seguinte distribuição: 27,9% acusaram receber menos do que mil reais mensais, enquanto que 18,8% responderam que recebia mais de três mil reais. Dos outros respondentes, 30,4% tinham renda familiar entre mil e dois mil reais, ao passo que 22,9% recebiam entre dois e três mil reais por mês. A maioria dos entrevistados afirmou possuir escolaridade igual ou superior a 2º grau completo (79,7%). Desses, 33,6% possuíam 2º grau completo e 24,6% possuíam título universitário. Quase um décimo da amostra (9,8%) possuíam pós-graduação.

#### 3.2 Competitividade, conhecimento nutricional e frequência de compra do leite de cabra.

Um dos entraves da cadeia produtiva do leite de cabra é a distribuição. Dessa maneira, a pesquisa aborda a opinião dos entrevistados sobre a importância dos supermercados comercializarem leite caprino com o intuito de aumentar a competitividade do setor. As respostas indicam que os entrevistados vêem a comercialização em supermercados como uma possibilidade estratégica que pode acarretar em resultados positivos de comercialização, já que a grande maioria considera importante (50,6%) ou muito importante (26,5%) essa participação.

O nível de conhecimento sobre as propriedades nutricionais do leite de cabra chama a atenção. Mais da metade da amostra analisada tinha pouco (36,6%) ou nenhum conhecimento (26,8%) sobre as propriedades nutricionais do leite de cabra. Dos entre-

vistados, 22,2% tinham algum conhecimento, enquanto que apenas 14,4% consideravam que possuíam bom ou muito conhecimento sobre o tema (Figura 2). Esse dado contrasta com a vocação histórica da região nordestina para a caprinocultura, e, sobretudo, com o fato do estado do Rio Grande do Norte ser considerado como importante produtor (ANUALPEC, 2006). Essa informação é de extrema importância e deve ser considerada no momento de planejar ações estratégicas de estímulo e disseminação do consumo do leite caprino e seus derivados.

Anteriormente, Pimentel Filho et al., (2006) entrevistaram 205 pessoas em Viçosa-MG sobre seus hábitos de consumo do leite de cabra e observaram comportamento similar. Os autores relatam que 69,3% dos indivíduos entrevistados afirmaram não conhecer nenhum benefício do leite de cabra. Os 30,7% restantes disseram conhecer pelo menos um benefício, mas quando indagadas qual benefício seria esse, grande parte não conseguiu responder.

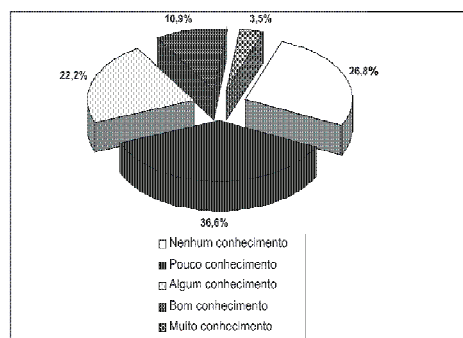


Figura 2 – Nível de conhecimento sobre as características químicas e nutricionais do leite de cabra.

Na pesquisa identificamos outro comportamento de extrema importância no que diz respeito ao consumo de leite caprino: a baixa frequência de compra. Dos 400 entrevistados, 68,8% afirmam que nunca compram o leite caprino. Esse elevado percentual se contrapõe com os ínfimos 4,5% que se colocam como consumidores que sempre compram o produto. Os outros respondentes distribuem-se nas classes quase nunca (4,3%), às vezes (12,1%) e quase sempre (6,3%). Essa informação é de extrema importância para o estudo, bem como serve como dado fundamental para direcionar possíveis ações que se façam necessárias. O estudo aborda em questões posteriores, razões que levem a esse comportamento, de modo a identificar possíveis fatores importantes para decisão de não comprar o produto.

Apesar disso, o Rio Grande do Norte é cenário de importante iniciativa à produção do leite caprino, o denominado "Projeto de Incentivo a Caprinocultura Leiteira no Estado do Rio Grande do Norte", iniciado em 1998. O leite pasteurizado de cabra é distribuído gratuitamente no volume de um litro de leite por família e visa com isso, reduzir a carência nutricional de famílias indigentes com prioridades para crianças, gestantes e desnutridos. Segundo Carvalho (2007), a partir dessa iniciativa, a produção de leite de cabra passou de 2000 litros/dia para 8000 litros/dia e levou a criação de 7.800 empregos diretos, beneficiando os produtores, as usinas e o sistema de distribuição nas comunidades.

### 3.3 Pré-disposição para a compra de produtos derivados do leite caprino

Esse tópico procura explorar a disposição existente em adquirir produtos lácteos populares e do conhecimento do público em geral: iogurte, leite em pó, sorvete, doce de leite e queijo. Todos esses produtos são tradicionalmente produzidos a partir de leite de vaca e tem comercialização consolidada no Brasil. Aqui se procura descobrir quais produtos despertariam maior procura, bem como detectar o nível desse interesse, através da pergunta: "Caso fossem disponibilizados em supermercados, qual dos produtos derivados de leite de cabra o Sr.(a) estaria disposto a consumir?" (Figura 1, bloco 4). Aqui é interessante observar que a resposta "certamente sim" alcança elevados percentuais em todos os produtos pesquisados (Figura 3).

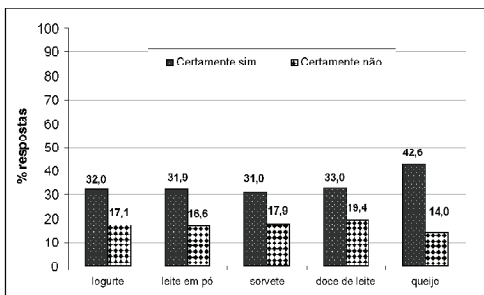


Figura 3 – Pré-disposição para a compra de derivados lácteos.

Os elevados índices de possível disposição ao consumo contrastam com a baixa freqüência de consumo observada para o leite caprino obtido na questão anterior. Por outro lado, é interessante observar que esse item exibe certa polaridade de comportamento, já que apesar dos elevados índices de intenção de consumo, também são encontrados percentuais moderados relacionados a posiciona-

mentos do tipo "certamente não": iogurte 17,1%, leite de cabra em pó 16,6%, sorvete caprino 17,9%, doce de leite 19,4% e queijo de cabra 14,0%.

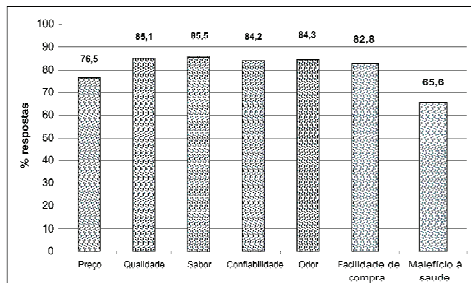
A produção de derivados caprinos é uma necessidade para a maioria dos produtores no Brasil, tendo em vista as dificuldades existentes na preservação e comercialização do leite *in natura*, além da possibilidade de agregar valor ao produto com conseqüente aumento do faturamento. Dentre os produtos incluídos na pesquisa, os queijos caprinos são aqueles de maior penetração comercial. Segundo Katiki et al. (2006), o queijo é o produto de maior interesse tecnológico e econômico produzido com leite de cabra, sobretudo na Europa onde 80% do leite da França é transformado em queijo, 57% na Espanha e 63% na Itália. Muitos criadores brasileiros sentiram-se atraídos pela elaboração de queijos com leite caprino, pois, devido à acentuada sazonalidade da produção, esta seria uma forma de utilização racional do leite. Dessa maneira, hoje podem ser encontrados queijos caprinos de elevada qualidade e produzidos no país. Apesar disso, a importância econômica desse setor ainda é pequena na América do Sul, segundo Dubeuf (2005).

Dentre os outros produtos investigados, o leite em pó vem ganhando destaque. O Brasil conta com várias unidades produtoras de leite em pó de cabra atualmente (CORDEIRO & CORDEIRO, 2008). O iogurte e sorvete produzidos com leite caprino já são alvos de várias pesquisas conduzidas no Brasil e no mundo (LORA et al., 2006; STELIOS & EMANUEL, 2004; HASHIMOTO & ANTUNES, 1995), apesar de não representarem segmentos de grande expressão econômica. Por outro lado, o doce de leite elaborado com leite de cabra é mais comumente encontrado como alimento regional, produzido em pequenas unidades familiares localizadas no interior.

O desenvolvimento de derivados desponta como uma possibilidade de aumento do consumo de leite de cabra, tendo em vista a grande gama de produtos lácteos passíveis de desenvolvimento. A adição de sabores, modificações na cor e textura imprimem características novas aos produtos, aumentando a atratividade e possibilidade de consumo por parte do consumidor.

### 3.4 Parâmetros importantes para a decisão de não comprar leite de cabra

Essa questão foi respondida por aqueles que afirmaram comprar leite de cabra às vezes, quase nunca ou nunca, o que equivale a 89,2% dos entrevistados. A Figura 4 mostra a soma dos percentuais encontrados para respostas do tipo "muito importante" e "importante" para cada um dos fatores considerados.



**Figura 4** – Fatores relevantes para a decisão de não comprar leite de cabra.

Inicialmente, observa-se que todos os fatores abordados receberam elevado percentual de respostas, o que significa dizer que foram abordadas questões consideradas relevantes pelo consumidor. Os itens qualidade, sabor, confiabilidade e odor posicionaram-se como os mais importantes na decisão de não comprar o leite caprino, seguidos pela facilidade de compra, preço e malefício à saúde.

Chama a atenção o fato dos dois atributos sensoriais incluídos na pesquisa (odor e sabor) terem sido reconhecidos como elementos decisivos para não comprar leite de cabra. Segundo Bueno (2005), o leite de cabra possui odor especial e não desagradável, no entanto, o manejo inadequado do rebanho e baixas condições de higiene na ordenha favorecem *flavour* acentuado ao produto. Isso se deve ao fato dos machos possuírem glândulas odoríferas, que produzem odor característico utilizado para estimular sexualmente as fêmeas (RIBEIRO, 1997), o qual é transmitido ao leite se houver contato com fêmeas em fase de produção. Provavelmente, esse odor, fruto de um manejo impróprio, tenha sido responsável pelo preconceito e recusa pela população ao longo dos anos.

No que diz respeito à qualidade e confiabilidade do leite de cabra, muito ainda tem que ser feito para estruturar a cadeia de comercialização do leite caprino. Dificuldades tais como a sazonalidade da produção, pequena produção por animal e baixo nível de tecnologia aplicada à produção levam a grande instabilidade comercial tanto para o produtor, quanto para o consumidor o qual é exposto, muitas vezes, a produtos sem garantia de procedência e produzidos de maneira informal. Esse panorama justifica o alto percentual de respostas recebido para os dois itens.

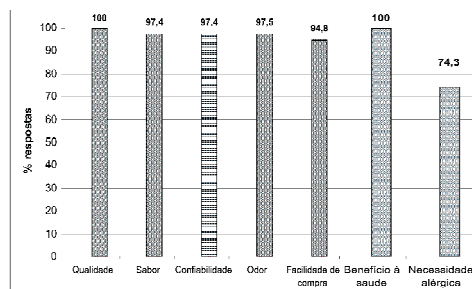
Para Cordeiro & Cordeiro (2008), um dos maiores entraves para a comercialização em maior escala de leite caprino são os preços praticados na venda, opinião reiterada pelos resultados da presente pesquisa. Segundo os autores, em alguns países a relação de preços de leite de cabra e vaca pagos ao produtor varia de 1,2 a 1,5 vezes. No Brasil esta correlação varia em níveis mais altos, na ordem de 2,0 a 2,6 vezes

o valor do leite de vaca. Acreditam também que os pequenos volumes de coleta, industrialização e comercialização penalizam a atividade, já que promovem elevação de custos e contribuem para a elevação dos preços dos produtos finais.

O moderado índice de importância dado ao fator malefício à saúde demonstra que os consumidores possuem, de alguma forma, a consciência do valor nutricional do leite de cabra. Apesar de apenas pequena parcela dos entrevistados ter se considerado detentora de conhecimentos sobre o produto, acredita-se que existe dentro do universo entrevistado um mínimo nível de conhecimento sobre o valor nutritivo do leite de cabra, conhecimento esse creditado a informações transmitidas informalmente e sem nenhum apoio de campanhas de informação ou marketing, ao longo dos anos.

### 3.5 Parâmetros importantes para a decisão de comprar leite de cabra

De maneira similar, tentou-se levantar os aspectos relevantes considerados para decisão de compra do leite de cabra. Essa questão foi respondida por aqueles que afirmaram comprar leite de cabra “quase sempre” e “sempre”, ou seja, inclui apenas 10,8% dos entrevistados. Dentre os possíveis motivos envolvidos na decisão de comprar, foram considerados os fatores: qualidade do produto, sabor, confiabilidade no produto, odor, facilidade de compra, benefício à saúde e necessidade alérgica. A soma do percentual de entrevistados que consideraram ser “importante” ou “muito importante” cada um dos itens considerados está mostrado na **Figura 5**.



**Figura 5** – Fatores relevantes para a decisão de comprar leite de cabra.

A totalidade dos entrevistados incluídos nesse item considera que a qualidade e o potencial benefício à saúde do leite caprino são fatores muito importantes para a compra do produto. Isso sugere que o conhecimento da qualidade nutricional do leite é um aspecto que merece ser difundido e estrategicamente utilizado para alavancar o con-



sumo de leite de cabra, já que para aqueles que já são consumidores, exerce papel fundamental na hora da compra.

Com valores próximos uns dos outros, os fatores sabor, o odor e a confiabilidade apresentam-se no segundo patamar de exigências, seguidos de perto pela facilidade de compra. Apesar dos aspectos sensoriais terem sido levantados como razões para não comprar, dentre os já consumidores aparecem como motivos para a aquisição. Nesse ponto é interessante observar que muitos daqueles que expressam rejeição pelo sabor e odor do leite caprino, muitas vezes nunca o provaram. Isso faz parte de um preconceito arraigado na população entrevistada, a qual coloca o leite caprino em uma posição hierarquicamente inferior ao leite bovino.

O fato do consumo de leite caprino por necessidade alérgica estar em último lugar dentre os fatores relevantes para compra é um importante resultado da pesquisa. Isso demonstra que o potencial de consumo de leite caprino vai muito além de um mero substituto lácteo para indivíduos alérgicos. Apesar de ser inquestionável a importância de uma maior divulgação e exploração desse nicho de mercado, o leite caprino pode ser comercializado de diferentes formas e pode ser aproveitado para uma grande diversidade de produtos derivados. Existem consumidores dispostos a provar novos produtos, comprovado pela elevada pré-disposição ao consumo dos mais variados produtos, já comentado no item 3.3.

#### 4 CONCLUSÃO

Os resultados da pesquisa apontam para o desconhecimento sobre a qualidade nutricional do leite de cabra por parte dos entrevistados incluídos na pesquisa. Apesar da presença histórica da caprinocultura na Região Nordeste, grande parte do público entrevistado afirmou não consumir com frequência o leite de cabra. A pesquisa mostrou também que existe uma pré-disposição ao consumo de derivados de leite de cabra, sobretudo o queijo caprino.

Os elementos sensoriais odor e sabor foram apontados como aspectos relevantes para a decisão de não-comprar leite de cabra, ao lado da confiabilidade no produto. Por outro lado, entre aqueles já consumidores de leite caprino, a necessidade alérgica ficou colocada em último lugar de importância dentre os fatores decisivos para a compra. Esse achado abre a perspectiva de que o leite caprino não é encarado como um simples substituto lácteo ou como alimento com o intuito meramente medicinal e sim, como um produto de elevado potencial tecnológico e funcional, ainda subexplorado na região.

Vale ressaltar que todos os resultados obtidos na pesquisa são influenciados por características

próprias da cultura e comportamento da população da área entrevistada, no período abordado. Para que pudesse ser traçado um perfil brasileiro do consumidor de leite de cabra, bem como o levantamento das questões importantes relacionadas ao consumo e possíveis dificuldades para a comercialização desse tipo de leite e de seus derivados no país, seria interessante a condução de pesquisas similares em outras regiões do Brasil.

#### SUMMARY

Great part of the Brazilian goats is concentrated in the Northeastern Region, and therefore caprine production is an important economic activity for people who live in this arid area. It provides home supply and works as a subsistence activity, besides helping to keep the northeastern farmers in their original habitats. Despite the great functional and nutritive potential of goat milk, dairy goat production is characterized by empirical and extensive management and low levels of applied technology. The dairy goat productive sector faces many difficulties related to commercialization and little availability of goat products in the market. Taking into account the few publications about the profile and expectations of the consumer towards goat dairy consumption, the present work aims to understand the view of potential consumers. It is a descriptive and exploratory work based on the responses of 400 consumers from Natal-RN. A structured questionnaire was used in this study approaching the following consumption aspects: market knowledge, nutritional knowledge, consumer's attitude and behavior. The results indicate little knowledge about the goat milk nutritional quality. It is also inferred that sensorial aspects and product reliability are important aspects which prevent consumers from buying goat dairy products. The potential health benefit of goat milk is pointed as an important parameter which motivates the acquisition of goat milk and its products.

**Keywords:** milk consumption; caprine milk; supermarket; questionnaire; marketing.

#### AGRADECIMENTOS

Ao Prof. Dr. Sérgio Marques Júnior pela gentil colaboração na elaboração do questionário.

#### 5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, P.; SOUZA, M.; MORAIS, C.; FERREIRA, J. Características microbiológicas e físico-químicas do leite de cabra submetido a pasteurização lenta pós-envase e ao congelamento. *Ciência Rural*, Santa Maria, v.38, n.5, p. 1424-1430, ago. 2008.

ANUALPEC. *Anuário da Pecuária Brasileira 2006*. São Paulo: Instituto FNP, 2006. 364 p.

- BELCHIOR, F. Caprinocultura busca representatividade. **Revista Leite e Derivados**, São Paulo, v. 71, p. 55-62, 2003.
- BUENO, L. M. C. Leite de Cabra – excelente alimento funcional. **Revista Leite e Derivados**, São Paulo, v. 14, n. 83, p. 52, 2005.
- CARVALHO, R. **Potencialidades dos mercados para os produtos derivados de caprinos e ovinos**. Disponível em <www.capritec.com.br>. Acesso em 17. abr. 2007.
- CORDEIRO, P.; CORDEIRO, A. **O negócio do leite de cabra no Brasil e sua cadeia produtiva**. In: XII Simpósio Nordeste de Pecuária, 2008, Fortaleza, Anais... Fortaleza: FAEC, 2008.
- CORREIA, R. T. P.; CLEMENTINO, I.; BEZERRA, M. F.; SILVA, P. D. L. Avaliação do procedimento utilizado para elaboração de iogurte de leite de cabra. **Revista do Instituto de Laticínios Cândido Tostes**, Juiz de Fora, v.61, n.351, p. 317-320, jul./ago. 2006.
- COSTA, R.; MESQUITA, I.; QUEIROGA, R.; MEDEIROS, A.; CARVALHO, F.; BELTRÃO FILHO, E. Características químicas e sensoriais do leite de cabras Moxotó alimentadas com silagem de maniçoba. **Revista Brasileira de Zootecnia**, Brasília, v. 37, n. 4, p. 694-702, abr. 2008.
- CURI, R.; BONASSI, I. Elaboração de um queijo análogo ao Pecorino Romano produzido com leite de cabra e coalhada congelados. **Ciência e Agrotecnologia**, Lavras, v. 31, n. 1, p. 171-176, jan/fev. 2007.
- DUBEUF, J.; MORAND-FEHR, P.; RUBINO, R. Situation, changes and future of goat industry around the world. **Small Ruminant Research**, Amsterdam, v. 51, n. 2, p. 165-173, fev. 2004.
- DUBEUF, J. Structural, market and organisational conditions for developing goat dairy production systems. **Small Ruminant Research**, Amsterdam, v. 60, n. 1-2, p. 67-74, out. 2005.
- GOMES, V.; PAIVA, A. M. M.; LIBERA, D.; MADUREIRA, K. M.; ARAUJO, W. P. Influência do estágio de lactação na composição do leite de cabras (*Capra hircus*). **Brazilian Journal of Veterinary Research and Animal Science**, v. 41, n. 5, p. 339-342, set./out. 2004.
- HAENLEIN, G. Past, present and future perspectives of small ruminant research. **Journal of Dairy Science**, Ohio, v. 84, n. 9, p. 2097-2115, set.2001.
- HAENLEIN, G. Goat milk in human nutrition. **Small Ruminant Research**, Amsterdam, v. 51, n. 2, p. 155-163, fev. 2004.
- HASHIMOTO, E. M.; ANTUNES, L. A. F. Efeito do tratamento térmico e de culturas filantes nas características reológicas do iogurte de leite de cabra. **Ciência e Tecnologia de Alimentos**, Campinas, v. 15, n. 3, p. 255-261, set./dez. 1995.
- JENESS, R. Composition and characteristics of goat milk: a review. **Journal of Dairy Science**, Ohio, v. 63, n. 10, p. 1605-1630, out.1980.
- KATIKI, L.; BONASSI, I.; ROÇA, R. Aspectos físico-químicos e microbianos do queijo maturado por mofo obtido da coagulação mista com leite de cabra congelado e coalhada congelada. **Ciência e Tecnologia de Alimentos**, Campinas, v. 26, n. 4, p. 740-743, out./dez.2006.
- LEUTHIER, S. M. F. Variação nos teores médios de proteínas do leite de cabras no Curimataú e Brejo Paraibanos. **Revista Higiene Alimentar**, São Paulo, v. 18, n. 121, jun. 2004.
- LORA, S. C. P.; PRUDÊNCIO, E. S.; BENEDET, H. D. Avaliação sensorial de sorvetes elaborados com leite de cabra. **SEMINA: Ciências Agrárias**, Londrina, v. 27, n. 2, p. 221-230, abr-jun 2006.
- PANDYA, A.; GHODKE, K. Goat and sheep milk other than cheeses and yoghurt. **Small Ruminant Research**, Amsterdam, v. 68, n. 1-2, p. 193-206, mar.2007.
- PARK, Y.; JUAREZ, M.; RAMOS, M.; HAENLEIN, G. Physico-chemical characteristics of goat and sheep milk. **Small Ruminant Research**, Amsterdam, v. 68, n. 1-2, p. 88-113, mar. 2007.
- PIMENTEL FILHO, N.; FERREIRA, R.; LIMA, A.; SOARES, C. Consumo do leite de cabra como problema de marketing: picolé de leite de cabra como alternativa para o consumo. **Revista do Instituto de Laticínios Cândido Tostes**, Juiz de Fora, v. 61, n. 351, p. 119-121, jul./ago. 2006.
- PIRISI, A.; LAURET, A.; DUBEUF, J. Basic and incentive payments for goat and sheep milk in relation to quality. **Small Ruminant Research**, Amsterdam, v. 68, n. 1-2, p. 167-178, mar. 2007.
- RAYNAL-LJUTOVAC, K.; GABORIT, P.; LAURET, A. The relationship between quality criteria of goat milk, its technological properties and the quality of the final products. **Small Ruminant Research**, Amsterdam, v. 60, n. 1-2, p. 167-177, out.2005.
- RIBEIRO, S. D. A. **Caprinocultura: criação racional de caprinos**. São Paulo: Nobel, 1997. 328p.
- STELIOS, K.; EMMANUEL, A. Characteristics of set type yoghurt made from caprine or ovine milk and mixtures of the two. **International Journal of Food Science and Technology**, Chester (UK), v. 39, n. 3, p. 319-324, mar. 2004.
- VRIES, J. Goats for the poor: Some keys to successful promotion of goat production among the poor. **Small Ruminant Research**, Amsterdam, v. 77, n. 2-3, p. 221-224, jul.2008.