

Conhecimento sobre leite 'ecológico' pelo consumidor na cidade de Porto Alegre/RS

Consumer's knowledge about ecological milk in the city of Porto Alegre/RS

FERNANDEZ, Victoria Noel Vázquez. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, email victoria.vazquez@ufrgs.br; ZANELA, Maira Balbinotti. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, email maira.zanela@ufrgs.br.

Resumo

O consumo de alimentos produzidos em base ecológica cresce no Brasil por aqueles que buscam vida mais saudável e menor impacto ambiental. Apesar desta expansão, no que se refere ao leite 'ecológico' o consumidor ainda demonstra ter pouco conhecimento sobre as características relacionadas à produção, o que pode ser um entrave ao desenvolvimento deste setor produtivo. Através de 150 questionários aplicados em Porto Alegre/RS verificou-se o nível de conhecimento do consumidor sobre leite ecológico. O objetivo foi saber quanto ele conhece sobre a produção desse alimento, fornecer dados para direcionar ações de conscientização a este respeito e destacar os pontos chave para inserção deste setor no mercado. Apenas 32,7% dos entrevistados 'declarou conhecer' leite ecológico; 56% não sabem o que envolve sua produção e 7,4% o confunde com leite cru ou extrato de soja; só 14% já o provaram e outros 12,7% tem receio de prová-lo. Os resultados demonstram o desconhecimento da população, sendo necessário fornecer informações para fundamentar as qualidades do leite ecológico e motivar seu consumo.

Palavras-chave: Leite ecológico, consumo de lácteos, cadeias agroalimentares.

Abstract

Consumption of food produced in an ecological basis has been growing in Brazil by those looking for a healthier life and less environmental impact. Though this expansion, in relation to 'ecological' milk, shows a consumer with little knowledge about the characteristics related to production, which can be an obstacle to development of this productive sector. Through 150 questionnaires answered in Porto Alegre/RS the knowledge level of the consumer in relation to ecological milk was ascertained. The aim was to learn how much he knows about the production of this food, supply data to address understanding actions related to the issue and highlight key points for the introduction of this sector into the market. Only 32,7% of the interviewees 'said to know' ecological milk; 56% do not know what it takes to produce it and 7,4% confuses it with raw milk or soy extract; only 14% have already tested it and 12,7% are afraid of testing it. Results showed the lack of knowledge of the population, being it necessary to supply information to support the qualities of ecological milk and motivate its consumption.

Keywords: Organic milk, dairy consumption, agro alimentary chains.

Introdução

O consumo de alimentos de origem ecológica vem crescendo, tanto no Brasil como no resto do mundo. Este fato reflete uma tendência da sociedade, onde a busca por uma vida mais saudável tem sido prioridade e os cuidados com o ambiente mais difundidos. Segundo a Embrapa (2006) a produção agrícola de base ecológica deve considerar a realidade socioeconômica e ambiental local para definir a melhor forma de aplicação da 'Teoria Agroecológica' e os ajustes que se façam necessários. Dentro desta lógica está inserida a produção agrícola ecológica e o crescimento

Resumos do VI CBA e II CLAA

deste setor no mercado consumidor.

Ainda assim os consumidores não sabem claramente quais as características produtivas relacionadas a estes alimentos. A falta de conhecimento a respeito das qualidades inerentes aos alimentos 'ecológicos' e os benefícios à sociedade e ao meio ambiente que o consumo destes pode trazer, interfere na comercialização e faz uma barreira ao fortalecimento deste segmento. Em decorrência, há valorização inadequada destes produtos o que pode dificultar a inserção em mercados específicos. Diante disto, é fundamental que cada segmento e região diagnostique suas demandas e suas capacidades para promover o desenvolvimento da produção de alimentos ecológicos.

Como alimento ecológico se entende todo aquele em que não tenham substâncias potencialmente nocivas à saúde do consumidor, em que as práticas produtivas minimizem danos e propiciem a conservação do meio ambiente, e que promovam o desenvolvimento das cadeias produtivas como um todo. Fundamentando isto, Costabeber e Caporal(2003) afirmam que a agricultura de base ecológica busca obter produtos de qualidade biológica superior, que respeitem aspectos culturais e socioambientais, que tragam resultados financeiros favoráveis ao conjunto da sociedade e que gerem perspectivas de longo prazo. Ainda, é preciso prover os produtores de indicadores de sustentabilidade, como auxiliar do planejamento das atividades e estabelecimento de objetivos comuns (EMBRAPA, 2006).

O objetivo deste trabalho foi conhecer o que o consumidor em potencial de leite e derivados oriundos de produção ecológica sabe a esse respeito, destacar informações que contribuam para o fortalecimento do segmento e sua inserção no mercado.

Metodologia

Foi realizada uma pesquisa com consumidores de produtos lácteos na região central da cidade de Porto Alegre/RS, próximo a 3 pontos de comercialização de alimentos, considerando na escolha dos locais: fluxo constante de pessoas; facilidade de acesso desde diversas regiões e ter comercialização formal ou informal de leite e derivados.

Foram aplicados 150 questionários entre fevereiro e abril de 2009, sempre através do mesmo entrevistador e durante as manhãs. Para minimizar interação entrevistador – entrevistado não se fez qualquer esclarecimento a respeito dos itens abordados, as perguntas realizadas eram objetivas, sendo 3 de escolha simples e 1 de múltipla escolha. Os entrevistados foram selecionados por amostragem aleatória sistematizada.

Em uma das perguntas, os entrevistados foram questionados se sabiam o que é leite ecológico e posteriormente foram apresentadas opções relacionadas: ao uso de corantes, conservantes, ao sistema de alimentação dos animais, ao uso de medicamentos veterinários (convencionais ou complementares) e 'outros'. Classificou-se o nível de conhecimento tendo como parâmetro o número de acertos às alternativas: 3 ou mais (*sabe*); 1 ou 2 (*noção básica*); nenhum acerto ou não respondeu (*não sabe*); e independente dos acertos, quando em 'outros' foi citado leite cru ou extrato de soja (*confunde*).

Outra pergunta foi 'se já haviam provado leite ecológico'. Em caso de resposta negativa, perguntava-se por qual motivo não o fizeram. Eram anotadas informações adicionais citadas pelo entrevistado, de maneira a fornecer dados sobre as impressões destes sobre a produção e comercialização de leite ecológico.

O nível socioeconômico foi avaliado conforme a renda familiar mensal em salários mínimos (SM)

Resumos do VI CBA e II CLAA

sendo: até 2,5; de 2,5 a 5; de 5 a 7,5; de 7,5 a 10 e acima de 10 SM. Os dados foram analisados através de estatística descritiva.

Resultados e discussões

Nos resultados obtidos se verificou que 32,7% dos entrevistados 'declarou conhecer' leite ecológico, a maioria deles 'declarou não conhecer' o alimento, como disposto na tabela 1. Entre essas duas classes há 56% de pessoas que não souberam dizer o que envolve a produção ecológica de leite e apenas 4,7% demonstrou ter real conhecimento a este respeito.

Em estudo realizado em supermercados em Minas Gerais, Brandão (2005) observou que apenas 19,8% dos entrevistados declararam 'já ter ouvido falar ou conhecer leite ecológico' e entre estes, 25,3% já compraram o produto. Este autor afirmou ainda que a falta de conhecimento sobre a restrição ao uso de medicamentos prejudica a comercialização de lácteos neste segmento.

TABELA 1. Avaliação do conhecimento do consumidor sobre leite ecológico, na cidade de Porto Alegre/RS, expressando a frequência total para cada classe em percentual.

Nível de conhecimento	Declarou conhecer	Declarou não conhecer
Sabe o que é	4 %	0,7 %
Tem noção básica	15,3 %	16,7 %
Confunde	4,7 %	2,7 %
Não sabe o que é	8,7 %	47,3 %
Percentual total por classe	32,7 %	67,3 %

Parte dos entrevistados – 7,4% - demonstrou confusão quanto ao termo "leite ecológico" e a diferença que este possa ter do 'leite convencional'. Ao serem questionados quais são os requisitos para que a produção leiteira seja considerada ecológica, alguns citaram ser sinônimo de extrato aquoso de soja (leite de soja) ou leite cru (*in natura*).

Entre os entrevistados que *declararam conhecer* leite ecológico, 42,7% já o haviam provado. Neste sentido não foi levada em consideração a possibilidade de estes confundirem o produto ao leite cru *in natura*. Na tabela 2 estão demonstrados os motivos pelos quais os entrevistados das duas classes declararam não ter provado o produto.

TABELA 2. Percentual de entrevistados que 'não provou' leite ecológico, nas classes '*declarou conhecer*' e '*declarou não conhecer*', e as razões pelas quais não o fizeram.

Motivo	Declarou conhecer	Declarou não conhecer
Falta de oportunidade	16 %	57,3 %
Receio por falta de informação	2,7 %	10 %
Percentual total por classe	18,7 %	67,3 %

Considerando as duas classes, a falta de oportunidade (73,3%) em adquirir o produto no mercado é a razão mais destacada pelos entrevistados, ressaltando a falta de oferta em supermercados e lojas especializadas ou então o alto custo dos alimentos ecológicos. Ainda assim 12,7% afirmaram ter receio por falta de informação sobre o produto - características diferenciadas e origem.

O nível socioeconômico dos entrevistados foi equitativo entre as faixas salariais pesquisadas. Entre os que disseram que a 'falta de oportunidade' é o principal motivo pelo qual não provaram o alimento, 24,1% das pessoas encontravam-se na faixa 'acima de 10 SM', 26,9% na faixa 'até 2,5 SM' e 24,1% com renda 'entre 2,5 e 5 SM', o que reforça não ser o custo de aquisição do produto o único fator determinante.

Resumos do VI CBA e II CLAA

Segundo Lopes *et al apud* PENSA (2006) o consumidor de leite se sente pouco informado a respeito do produto e acredita que este é um alimento saudável, porém ele já não é aquele que aceita tudo que lhe é imposto. Segundo Brandão *apud* HAMMARLUND (2005) após terem acesso à informação impressa sobre o leite ecológico os consumidores de leite 'convencional' aumentaram em 62% sua disposição em adquirir o 'ecológico', mesmo com custo 82% superior se comparado ao outro produto. Este autor afirma que para que o consumidor esteja disposto a 'pagar' pelo leite ecológico, é necessário que tenha informações sobre suas características, em material que saliente seus benefícios.

O novo consumidor procura produtos diferenciados e saudáveis, possibilitando a abertura de nichos de mercados. É ele que procura informações sólidas sobre os benefícios em consumir leite ecológico, como é produzido e o que o difere do produto 'convencional'. Lopes *et al.*, (2006) citam que a percepção de qualidade do consumidor tem grande impacto sobre cadeia produtiva do leite e destacam a importância de conscientizá-lo sobre os critérios de qualidade para selecionar um produto. Canesqui (1988) refere que a 'ideologia alimentar' do indivíduo está relacionada a comportamento etiológico, sendo importante a qualidade do alimento quanto seus efeitos sobre corpo e mente.

Conclusões

Os resultados observados ressaltam a falta de conhecimento do consumidor de leite e derivados de produção ecológica. Ao compreender que a inserção no mercado para esse tipo de produto é baseada no conhecimento, há necessidade de levar informação confiável à sociedade sobre a produção de leite em sistemas de base ecológica. É importante que todos os setores atuem na difusão das características multidisciplinares envolvidas na produção ecológica de alimentos e consolidar o conceito e o consumo no Rio Grande do Sul. Com isto o consumidor estará mais disposto a provar leite e derivados 'ecológicos'.

Referências

- BRANDÃO, I.F. *Condicionantes do consumo de leite orgânico em Minas Gerais*. 2005. 66 f. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2005. Disponível em: <<ftp://ftp.bbt.ufv.br/teses/economia%20aplicada/2005/194210f.pdf>>. Acesso em: 07 mai. 2009.
- CANESQUI, A.M. Antropologia e alimentação. *Revista de Saúde Pública*, São Paulo, v. 22, n. 3, p.207-216, 1988. Disponível em: <www.scielo.br>. Acesso em: 07 mai. 2009.
- COSTABEBER, J.A.;CAPORAL, F.R. Possibilidades e alternativas do desenvolvimento rural sustentável. In: CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE AGRICULTURA FAMILIAR E DESENVOLVIMENTO RURAL SUSTENTÁVEL, 1., 2002, Santa Maria. *Palestras...* Santa Maria: UFSM, 2002. Disponível em: <<http://www.agroecologia.uema.br>>. Acesso em: 07 mai. 2009.
- Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA). *Marco referencial em agroecologia*. Brasília: Embrapa Informação Tecnológica, 2006. Disponível em: <http://www.embrapa.br/publicacoes/transferencia/marco_ref.pdf>. Acesso em: abril 2009.
- HAMMARLUND, R. *A study of marketing issues with organic milk*. 2001. Dissertação (Mestrado apresentada ao Programa de Pós Graduação em Agronegócios) - Department of Agriculture Economics. Kansas State University, Manhattan. 2001. Disponível em: <www.kdoch.state.ks.us/KDOCHdocs/AG/marketing_issues_organic_milk.doc>. Acesso em: maio 2009.
- LOPES, M.B.; CONSOLI, M.A.; NEVES, M.F. A questão da qualidade no desenvolvimento do sistema agroindustrial do leite. proferida no In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 44., Fortaleza, 2006. *Palestras...* Fortaleza: SOBER, 2006.

Resumos do VI CBA e II CLAA

Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/5/746.pdf>>. Acesso em: 04 mai. 2009.