

FATORES QUE INFLUENCIAM A COMPRA E CONHECIMENTO SOBRE PROPRIEDADES FUNCIONAIS DE PRODUTOS LÁCTEOS¹

FACTORS INFLUENCING THE BUYING AND KNOWLEDGE ABOUT THE FUNCTIONAL PROPERTIES OF DAIRY PRODUCTS

Ana Paula Binato de Souza², Gitane Fuke³ e José Laerte Nörnberg⁴

RESUMO

Avaliou-se o comportamento dos consumidores de Santa Maria-RS no momento da compra de lácteos e o seu conhecimento do ácido linoleico conjugado. Aplicou-se um questionário sobre o perfil socioeconômico, hábitos de consumo, atributos observados na compra de leite e conhecimento sobre o ácido linoleico conjugado. Dos 253 adultos entrevistados na pesquisa, 73,12% eram do sexo feminino e 26,88%, do masculino. Ressalta-se que, entre as classificações de escolaridade, a maioria possuía ensino superior completo (55,3%) e 55,8% trabalhavam. A variável renda demonstrou que 35,8% dos entrevistados declararam ganhar entre 4 e 6 salários-mínimos. O consumo de leite foi confirmado por 83,2% dos adultos, sendo o preferido o UHT. O leite integral é o escolhido com 57,5% e o desnatado com 24,8%. Os adultos consideram importante na compra de lácteos aspectos como o preço, posteriormente sabor, marca e teor de gordura. Outra informação foi o quanto pagariam a mais pelo produto enriquecido com CLA, 46,9% da população pagaria até 5%. Os entrevistados estão dispostos a pagar pelo leite que lhes trouxer benefícios à saúde. Os dados coletados permitiram observar que os aspectos considerados cruciais para o consumidor, no momento da compra, encontram-se na relação entre preço e sabor. Existe uma boa perspectiva em relação à compra de produtos com teores mais elevados de CLA e que tragam benefícios à saúde do consumidor.

Palavras-chave: consumidor, marca, preço, sabor.

ABSTRACT

It was evaluated the behavior of consumers in Santa Maria, RS, at buying dairy and their knowledge of conjugated linoleic acid (CLA). A questionnaire was applied about the socio-economic status, habits, attributes observed when purchasing milk, and the knowledge of conjugated linoleic acid. Of the 253 adults interviewed in the survey, 73.12% were female, and 26.88% were male. It is noteworthy that among the classifications of schooling, the majority had already finished college (55.3%), and 55.8% of them worked. The income range showed that 35.8% of respondents reported earning from 4 to 6 minimum wages. Milk consumption was confirmed for 83.2% of adults and the favorite one is the UHT, whole milk is chosen by 57.5%, and 24.8% prefer skim milk. The adults consider important some aspects such as price, taste, the information of the percentage of fat. Another question is about how much more they would pay for a product enriched with CLA. 46.9% of the population would pay up to 5% more. The data collected shows that the aspects considered crucial for the consumer at the time of purchase are related to price and taste. There is a good perspective on the purchase of products with higher levels of CLA that may benefit consumer's health.

Keywords: consumer, brand, price, flavor.

¹ Trabalho de Extensão.

² Acadêmica do Curso de Zootecnia - UFSM.

³ Coautora - Curso de Nutrição - UFSM.

⁴ Orientador - Curso de Medicina Veterinária - UFSM.

INTRODUÇÃO

Por muitos anos, tem ocorrido um debate na literatura sobre os efeitos da gordura do leite na saúde humana (HAUG et al., 2007; STEIJNS, 2008). O alto teor de gorduras saturadas, especialmente C12, C14 e C16, é conhecido por aumentar a concentração de lipoproteína de baixa densidade (LDL) ou “colesterol ruim”, que aumenta o risco de doenças cardíacas (ULBRICHT; SOUTHGATE, 1991). A gordura do leite contém grupos benéficos de ácidos graxos insaturados, conhecidos por terem um efeito positivo na saúde, especialmente o CLA e ácidos graxos ômega 3. Ambos os grupos de ácidos graxos têm sido relatados por beneficiar a saúde humana, mostrando proteção contra algumas doenças, como o câncer, a obesidade, as doenças cardíacas, entre outras. Pesquisas realizadas nos últimos 40 anos têm demonstrado que o leite e os produtos lácteos podem auxiliar na redução dos riscos de doenças crônicas; além disso, o consumo em níveis recomendados pode auxiliar no controle da pressão sanguínea (HUTH et al., 2006).

Apesar de a qualidade e o tempo de vida dos seres humanos terem aumentado, tanto nos países desenvolvidos como nos emergentes cada vez mais pessoas têm sofrido com doenças crônicas (coronarianas, diabetes, câncer, obesidade, Parkinson, Alzheimer). Essas doenças, em parte desencadeadas pela nova forma de vida que se tornou sedentária e, por conseguinte, as dietas passaram a ter mais calorias, não obrigatoriamente *per se*, mas pela menor atividade física, repercutindo em desbalanço entre consumo e gasto energético. Assim, a alimentação passou a ter maior impacto sobre a saúde humana. Dessa forma, as propriedades dos alimentos funcionais têm sido realçadas, sobretudo as que constituem os nutracêuticos, como CLA, que são utilizados na dieta pela ingestão de produtos lácteos com efeitos favoráveis na prevenção de doenças.

Os benefícios oferecidos pelo consumo de lácteos, como parte de uma dieta saudável e balanceada, têm sido amplamente discutidos e estabelecidos (MOLINA et al., 2010). Apesar de todas as inovações tecnológicas observadas nestas últimas décadas, é necessário entender qual a percepção do consumidor em relação a isso, ou seja, se o consumidor consegue entender as diferenças entre os produtos oferecidos, bem como suas características próprias. Dessa forma, objetivou-se avaliar o comportamento dos consumidores adultos no momento da compra de lácteos.

MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa foi realizada no período de novembro de 2010 a junho de 2011 no município de Santa Maria - Rio Grande do Sul. Realizou-se a caracterização da população amostral quanto a sexo, escolaridade e renda. A cidade de Santa Maria, situada na região central do Rio Grande do Sul, possui 268.969 habitantes, sendo constituída por 137.282 (51,04%) adultos. Segundo dados do IBGE (2010), a população adulta caracteriza-se por possuir idade entre 19 e 59 anos. O perfil do consumidor em relação aos alimentos lácteos foi traçado por meio de um questionário respondido por 253 entrevistados.

O questionário estruturado foi formado por questões fechadas sendo utilizado nas pesquisas do tipo *survey*, em que todos os entrevistados foram submetidos às mesmas perguntas e as mesmas alternativas de respostas, previamente definidas.

Foram realizadas 29 questões, divididas em grupos: perfil do consumidor (idade, sexo, renda familiar, escolaridade, realiza atividade física e índice de massa corporal), hábitos de consumo (consumo de leite, tipo de leite, forma de consumo), atributos observados na hora da escolha de leites e derivados (sabor, marca, preço, desnatado, semidesnatado ou integral, propriedades funcionais, propaganda e tipo de embalagem), conhecimento sobre CLA. O consumidor foi ainda questionado se compraria e pagaria mais e quanto pagaria a mais pelo leite com níveis mais elevados de CLA.

Por intermédio das variáveis peso e altura autorreferidos, construiu-se o Índice de Massa Corporal (IMC) pela divisão do peso (kg) pela altura ao quadrado, utilizando as recomendações do Ministério da Saúde, conforme a classificação da Organização Mundial da Saúde (WHO, 1997) para adultos.

Após a construção desse instrumento de coleta, realizou-se um pré-teste com 10 consumidores, objetivando constatar se o questionário encontrava-se adequado aos diversos níveis de consumidores. A inclusão na amostragem foi realizada após o consentimento do consumidor. O protocolo de pesquisa foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa sob número 0169.0.243.000-11, da Universidade Federal de Santa Maria (RS).

Após a categorização, os dados coletados foram analisados no programa estatístico *Statistical Package for Social Science - SPSS*, versão 12, e apresentados por meio de tabelas e figuras. Foram realizadas análises descritivas que corresponderam à análise da distribuição das frequências (absolutas e percentuais) e de medidas de tendência central (média).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Deve-se atentar às limitações a que esse tipo de pesquisa está sujeita, decorrentes, entre outros motivos, do tamanho da amostra utilizada, da falta de método estatístico de amostragem mais apropriado e da possibilidade de viés na realização dos questionamentos e na seleção dos questionados. Isso limita generalizações, que, no entanto, não invalidam a pesquisa como sinalizadora de tendências (SAAB, 1999).

A caracterização da população amostral foi segundo o sexo, dentre os 253 entrevistados na pesquisa, 73,12% do sexo feminino e 26,88%, do sexo masculino. Ressalta-se que, entre as classificações de escolaridade, a maioria possuía ensino superior completo (55,3%) e 55,8% trabalhavam (Tabela 1). Dessa forma, verificou-se que, por se tratar de um segmento da população que vive em uma cidade universitária, os indivíduos que participaram desta pesquisa foram basicamente adultos com alto nível educacional. Segundo dados do IBGE (2010), a cidade de Santa Maria (RS) possui 34,2% dos seus habitantes com 4 a 7 anos de estudo e 21,4% com 11 a 14 anos de estudo. No Brasil, a taxa de analfabe-

tismo das pessoas de 15 anos ou mais de idade estão em 13,3%, segundo dados do IBGE (2000), tendo as regiões Sul e Sudeste o menor índice, 7,08%. A escolaridade é um importante indicador de caracterização socioeconômica, relacionando-se às possibilidades de acesso à renda, à utilização dos serviços de saúde e adesão aos programas educacionais e sanitários (TELAROLLI JUNIOR et al., 1996).

Tabela 1 - Número de pessoas questionadas, atividade e renda familiar, Santa Maria, RS, 2010 - 2011.

Número de pessoas	Feminino	Masculino	Média±DP
	185	68	
Atividade			
Aposentado	6,5	4,4	4,4±1,5
Desempregado	2,7	0,0	1,4±1,9
Estudante	50,8	23,5	23,5±19,3
Trabalha	39,5	72,1	55,8±23,05
Pensionista	6,5	0,0	0,3±0,4
Renda familiar (salários-mínimos)			
< de 1 SM	0,0	0,0	0,0±0
De 1 a 3 SM	29,7	17,6	23,7±8,5
De 4 a 6 SM	31,9	39,7	35,8±5,5
De 7 a 9 SM	19,5	25,0	22,2±3,9
De 10 a 15 SM	13,5	11,8	12,6±1,2
De 10 a 15 SM	4,3	5,9	5,1±1,1
> 20 SM	1,1	0,0	0,5±0,8

Fonte: Pesquisa realizada pelos autores.

A caracterização da amostragem pela variável “Renda” demonstrou que 35,8% dos entrevistados declararam ganhar entre 4 e 6 salários-mínimos (Tabela 1). Comparando com os resultados do IBGE e se tratando de renda familiar, a cidade de Santa Maria (RS) possui atualmente 10,30% de pessoas que recebem até 1 salário-mínimo, 8,54% que recebem de 1 a 2 salários-mínimos e 22.971 de 5 a 10 salários; com relação à renda da população no Brasil, 18,6% recebem de 2 a 5 salários-mínimos e no Sul 21,7% recebem de 5 a 10 salários (IBGE, 2010). Revela-se uma situação diferente dos dados divulgados pelo IBGE, pois os entrevistados têm renda superior. Essa diferença pode ser devido ao maior nível de escolaridade dos entrevistados.

A cidade de Santa Maria (RS) é de grande influência na região central do estado, sendo considerada um dos principais centros consumidores regionais, principalmente pela região da Quarta Colônia de Imigração Italiana, da qual fazem parte os municípios de Silveira Martins, São João do Polêsine, Faxinal do Soturno, Ivorá, Nova Palma, Agudo, Dona Francisca, Restinga Seca e Pinhal Grande. Os consumidores têm optado por adquirir os produtos em supermercados ou hipermercados devido a fatores ligados à qualidade e à variedade de produtos, bem como à agilidade no momento da compra. Informações sobre a renda familiar do consumidor são importantes no sentido de direcionar sua estratégia de *marketing* com o objetivo de ampliar o consumo de novos produtos.

No que se refere ao diagnóstico nutricional da população estudada, mais da metade da popu-

lação feminina adulta apresentou eutrofia, o que indica bons hábitos alimentares. O sexo masculino apresentou 44,1% com pré-obesidade, sendo que 5,9% tinham obesidade grau I (Tabela 2). As diferenças entre homens e mulheres com relação aos valores do IMC sugerem que as mulheres buscam alimentar-se de forma mais equilibrada.

Tabela 2 - Distribuição percentual de estado nutricional na população adulta, segundo índice de massa corporal (IMC), por sexo, Santa Maria, RS, 2010 - 2011.

IMC	Feminino (n=185)	Masculino (n=68)	Média±DP
Magreza grau III	0,5	0,0	0,25±0,4
Magreza grau II	0,0	0,0	0,0±0
Magreza grau I	5,9	0,0	2,95±4,2
Eutrofia	73,5	47,1	60,3±18,7
Pré-obeso	16,2	44,1	30,15±19,7
Obesidade grau I	3,8	5,9	4,9±1,4
Obesidade grau II	0,0	2,9	1,45±2,1
Obesidade grau III	0,0	0,0	0,0±0

Fonte: Pesquisa realizada pelos autores.

Na Pesquisa de Orçamentos Familiares de 2002-2003, com valores de peso e estatura medidos pelos entrevistadores, verificou-se maior prevalência de excesso de peso entre os homens para a maioria das capitais brasileiras. Capilheira e Santos (2006), em estudo realizado com adultos, objetivaram caracterizar os usuários dos serviços de saúde e identificar os determinantes da utilização de consultas médicas na cidade de Pelotas, no Rio Grande do Sul. Desse modo, eles observaram que cerca de 1/3 da amostra estava classificada como sobrepeso (32,7%), quase metade como normal (49,4%) e 17% classificada como abaixo do peso em ambos os sexos, conforme o IMC, e 17% classificada como abaixo do peso. Na cidade de Santa Maria, para a mesma faixa etária do estudo realizado em Pelotas, foi encontrada maior porcentagem de adultos eutróficos, em ambos os sexos. A procura por uma vida saudável, com alimentação equilibrada unida aos exercícios físicos vem crescendo tanto entre aqueles que antes só se preocupavam com a estética, quanto em outros grupos com maior preocupação em relação à saúde.

Wadden e Foster (2000) relataram dificuldades de saúde relacionadas ao excesso de peso, aumento do sedentarismo e o alto consumo de gordura e açúcar. Outras mudanças no estilo de vida da população têm sido observadas, tais como a utilização de controle remoto, máquinas e informática para produção do trabalho, horas em frente à televisão, sendo que muitas dessas são combinadas com a comida. Essa mudança pode ocasionar o sedentarismo, menor atividade física.

O excesso de peso atinge cerca de 1/3 da população adulta e apresenta uma tendência crescente nas últimas décadas. A obesidade é fator de risco para hipertensão arterial, hipercolesterolemia, diabetes mellitus, doenças cardiovasculares e algumas formas de câncer (CARNEIRO et al., 2003). Estudos têm mostrado que o público em geral está preocupado com a alimentação e busca alimentos benéficos à saúde como por exemplo, que o leite é uma boa fonte de cálcio, o qual é benéfico para a saúde óssea (EDDY et al., 1999;

HAGY et al., 2000).

De acordo com esses dados, grande parte dos entrevistados (53,6%) é praticante de atividades físicas. Os exercícios físicos são considerados importantes estratégias de promoção de saúde e prevenção de doenças. A pesquisa observou que quanto maior a renda e a escolaridade, menor a frequência do nível de atividade física; essa hipótese é corroborada pela pesquisa do IBGE (2010). A atividade física regular é uma das principais bases para a manutenção da saúde, sendo apontada como a maior aliada na melhoria dos problemas de saúde, junto à correta alimentação e ao estado emocional equilibrado. Mudanças de estilo de vida são importantes para reduzir o risco de desenvolvimento de Hipertensão Arterial (HA) e do Diabetes Mellitus (DM) e suas complicações. Atualmente, a prática de atividade física e o consumo de lácteos têm recebido atenção especial por contribuírem na qualidade de vida (MENSINK, 2006; SCHOLZ-AHRENS; SCHREZENMEIR, 2006).

Das 253 pessoas entrevistadas, 11,3% não consomem leite e 88,7% consomem. Assim, como neste estudo, Molina et al. (2010) observaram que uma pequena parte da população relatou não consumir leite (8,73%).

O leite UHT é a escolha exclusiva de 77%, o que corrobora com os trabalhos que afirmam ser este a preferência no Brasil. A escolha pelo leite UHT deve-se, principalmente, à disponibilidade de leite desnatado, bem como a percepção de ser este um produto de qualidade superior e de possuir maior praticidade.

Nero et al. (2003), por exemplo, observaram que cerca de 30% das 423 residências de Campo Mourão no Paraná ainda tinham o hábito de consumir leite cru, ou seja, leite sem beneficiamento. Nessa pesquisa, esse comportamento foi observado em apenas 1,6% dos adultos, os quais relataram consumir o leite cru. Estudo realizado na Califórnia revelou que 4,4% dos homens e 2,3% das mulheres consomem leite diretamente do produtor (HEADRICK et al., 1997).

Segundo Haug et al. (2007), em determinadas regiões do mundo, o consumo de leite e de seus derivados diminuiu consideravelmente nas últimas décadas. Essa tendência está associada particularmente aos efeitos negativos que têm sido atribuídos ao consumo de leites e derivados. Os estudos e as discussões aumentaram especialmente porque a gordura do leite contém frações de gorduras saturadas, que, por sua vez, estão relacionadas à incidência de doenças cardiovasculares e obesidade.

Estudos mais recentes comprovam que os consumidores estão atentos às propriedades e aos benefícios dos alimentos à saúde. O leite, por se tratar de um alimento natural e uma matriz complexa, rico em diversos componentes, possui diversas atividades funcionais à saúde do corpo humano, devendo-se atentar aos cuidados de uma dieta balanceada e de acordo com os pré-requisitos do consumidor (HAUGH et al., 2007).

Com relação à questão sobre o leite de preferência dos consumidores, verificou-se que mais da metade deles têm preferência pelo leite integral (66,4%), seguido do leite desnatado e semidesnatado. O público feminino é o mais preocupado com os índices de gordura que o leite apresenta, pois 33,5% adultas escolheram o leite desnatado, uma vez que ele contribui para a redução da ingestão calórica.

Assim como neste estudo, uma pesquisa realizada por Monteiro et al. (2004), na Universidade Federal do Amazonas, 30% das mulheres relataram consumir leite desnatado. A ingestão adequada de cálcio na nutrição humana é de suma importância, pois promove dentes e ossos saudáveis, pode ter ação importante na prevenção de hipertensão e na diminuição no risco dos idosos de contrair câncer de cólon ou mama, além da manutenção da integridade óssea (HAUG et al., 2007).

Com relação à forma de consumo do leite, 54,7% dos adultos relataram consumir o leite com café. De acordo com esses dados, a maioria dos consumidores mistura ao leite algum produto alimentício, de forma a alterar o seu sabor, incluindo um sabor e/ou aroma de sua preferência, tornando-o mais interessante ou neutralizando seu gosto. Estudo realizado por Goldberg e Cortez (2006) considera que a forma mais comum de consumir o leite é misturado a algum tipo de achocolatado (30%).

Após o leite, o segundo produto mais citado consumido foi o queijo, por 98,4% dos entrevistados, estes relataram ainda que os preferidos são o queijo lanche, seguido do colonial e mussarela; 38,43% preferiram consumir manteiga. Entretanto, o consumo de queijo no Brasil é consideravelmente baixo quando comparado ao de outros países. No ano de 2007, o consumo médio de queijo foi de 3,0kg/pessoa/ano, e no mesmo período, o consumo chegou a 10,5, 11,2 e 14,9kg/pessoa/ano na Austrália, Argentina e Estados Unidos, respectivamente. Estima-se que o consumo em 2008 foi de 3,4kg/pessoa/ano, e esse acréscimo acompanha a tendência de crescimento do consumo mundial. Em 2008, o consumo médio de manteiga no Brasil foi de 0,40kg/pessoa/ano; no mesmo período, Canadá e Estados Unidos chegaram a 2,5kg/pessoa/ano e a União Européia de 3,9kg/pessoa/ano (EMBRAPA, 2008).

Os resultados obtidos quando as pessoas foram questionadas quanto aos fatores mais importantes na hora da compra de lácteos estão dispostos na figura 1. Os dados coletados demonstraram que o crucial para o consumidor é o preço do produto, posteriormente o sabor, a marca, teor de gordura, propriedades funcionais e propaganda.

Segundo Vidal-Martins et al. (2005), nos últimos anos a população brasileira tem se preocupado mais com a qualidade dos alimentos que chegam à sua mesa, estando associada com alguns aspectos sensoriais como o sabor; nesta pesquisa, no caso do leite, preço e sabor são os aspectos que se sobressaíram.

Em São Paulo, Castro et al. (2006) verificaram que o preço do leite está em quarto lugar ao decidir pela compra do leite. Os autores supracitados também verificaram que as propriedades funcionais do leite são o último parâmetro a ser considerado na compra e por uma minoria; para os consumidores mudarem suas escolhas são necessários esforços em larga escala em educação e educação alimentar (POPKIN, 2007). Um dos principais motivos para a ingestão de leite UHT incluem melhores condições higiênico-sanitárias e praticidade para servir e estocar.

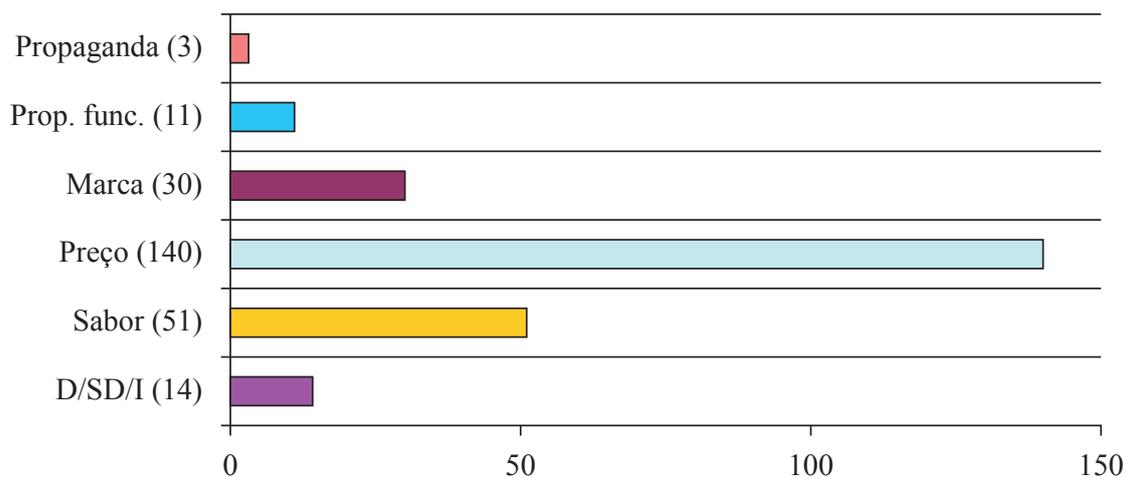


Figura 1 - Atributos observados na escolha de produtos lácteos entre adultos de ambos os sexos. Santa Maria, RS 2010 - 2011.

Segundo Goldberg e Cortez (2006), em pesquisa com prevalência da população com idade entre 30 e 59 anos, os principais atributos relacionados no momento da compra foram a qualidade (26%), se é integral, semidesnatado, desnatado (22%), preço (20%), marca (17%), embalagem (7%), essas foram às características mais importantes.

Enfim, os dados revelam um comportamento econômico racional de certo modo. O preço é um atributo importante para a maioria dos pesquisados, embora perca um pouco a importância para indivíduos de renda superior. Ao mesmo tempo, devido às especificidades do produto (leite é um bem essencial, muito importante na alimentação de todos os membros da família), há uma preocupação com outros fatores também.

Percebe-se que maioria delas investe em preços baixos, sendo um diferencial para a decisão do consumidor no momento da compra. A relação entre preço e consumidor, nesse estudo, superou a fidelidade à marca. No ato da compra, muitos consumidores compram o produto de menor valor financeiro por não constatarem entre elas diferenças significativas para a escolha ou por considerá-las de mesma eficiência visto que o leite é uma *commoditie*; talvez com os produtos lácteos já não aconteça a mesma coisa devido seu valor agregado.

Considerando a importância da alimentação na saúde, 94% tinham conhecimento sobre a mesma. Verificou-se que 50,4% da população questionada tem conhecimento sobre os alimentos funcionais e 76,9% já ouviram falar sobre os efeitos do consumo de gordura animal e vegetal na saúde. O maior nível de escolaridade e o status socioeconômico podem ser positivamente correlacionados com a dieta saudável, embora alguns estudos não encontraram diferenças. No entanto, há algumas evidências de que grupos de alta renda utilizem produtos lácteos com baixo teor de gordura (VAN ROSSUM et al., 2000).

Os entrevistados estariam dispostos a pagar a mais por produtos com maiores quantidades de CLA, desde que auxiliassem na prevenção de doenças (70,5%). Outra informação buscada e de grande importância foi sobre quanto o consumidor pagaria a mais pelo produto enriquecido com ácido

linoleico conjugado, 48,8% da população pagaria até 5%, 29,6% pagaria de 6 a 10%. Sendo que o sexo masculino se propôs a pagar mais pelo produto enriquecido com CLA, 57,6% dos adultos, sendo que 55% destes apresentam nível superior e estilo de vida muito ativo (Figura 2).

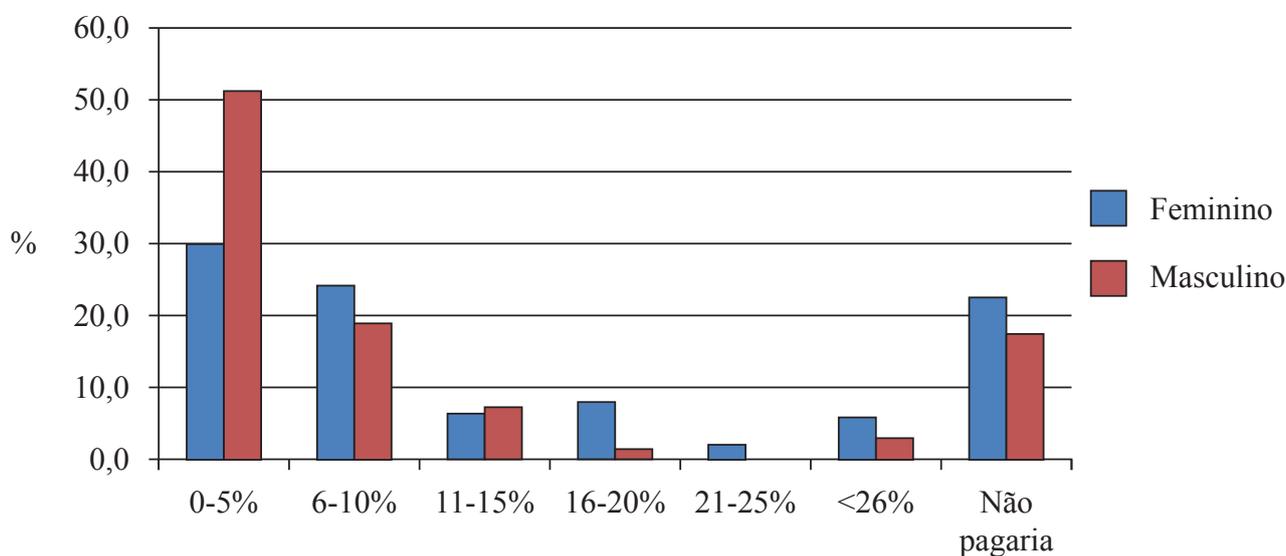


Figura 2 - Relação entre número de consumidores (%) e o valor a mais (%) que pagariam pelo leite e derivados com teores elevados de CLA.

Atualmente, os consumidores estão mais exigentes quanto ao consumo de produtos saudáveis, que atuem na prevenção, cura e tratamento de doenças. A demanda por leite e derivados lácteos com propriedades funcionais e/ou nutracêuticas decorrentes dos CLA está em plena expansão em países desenvolvidos, de forma que muitos pesquisadores em todo o mundo têm avaliado diferentes formas de aumentar o teor de CLA no leite das diferentes espécies de ruminantes.

O CLA vem sendo estudado principalmente quanto às suas propriedades benéficas à saúde, pois tem demonstrado efeitos anti-lipogênicos e lipolíticos em várias espécies animais, o que tem interesse comercial tanto na alimentação animal como humana; também tem sido estudado por poder auxiliar como anti-obesidade, anti-cancerígeno e outras prevenções comprovadas em cobaias animais. Apesar dos comprovados benefícios do CLA para seres humanos, muito pouco se sabe a respeito dos seus verdadeiros benefícios e dos seus teores nos produtos brasileiros, e dos fatores que afetam a sua participação nos produtos (SANTOS-ZAGO et al., 2008). O CLA possui propriedades biológicas nutricionalmente importantes, um aumento em quantidades suficientes da ingestão de CLA é recomendável para seres humanos para se tornar de importância fisiológica na nutrição humana (SIEBER et al., 2004).

O consumidor de hoje encontra-se muito bem informado e contribui de maneira decisiva nas mudanças dos produtos. O consumidor não quer apenas um produto de qualidade, mas também seguro, que tenha sido fabricado em condições de higiene perfeita, bom preço e que agrade seu paladar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Inúmeros fatores afetam a qualidade de vida moderna, espera-se que a população se conscientize da importância de alimentos contendo substâncias que auxiliem na promoção da saúde, trazendo com isso uma melhora no estado nutricional e na qualidade de vida.

Os dados permitiram observar que os aspectos considerados cruciais para o consumidor, no momento da compra, encontram-se na relação entre preço e sabor. Grande parte da população consome leite, sendo o preferido, o leite integral.

Os entrevistados se mostraram dispostos a pagar um pouco mais por um produto que fosse destinado a eles e que lhes trouxesse benefícios à saúde. Portanto, comprovou-se que o interesse pelo produto existe e a ideia foi muito bem recebida pelo público-alvo, o que nos mostra que existe uma boa perspectiva para lançamento de um produto nessa concepção, já que não temos produto similar no mercado. Grande parte dos questionados pagariam mais por um produto diferenciado com propriedades funcionais constituídas pelo CLA que atua na prevenção de certas doenças.

REFERÊNCIAS

CAPILHEIRA, M. F.; SANTOS, I. S. Individual factors associated with medical consultation by adults. **Revista Saúde Pública**, São Paulo, v. 40, n. 3, p. 436-443, 2006.

CARNEIRO, G. et al. Influência da distribuição da gordura corporal sobre a prevalência de hipertensão arterial e outros fatores de risco cardiovascular em indivíduos obesos. **Revista Associação Médica Brasileira**, São Paulo, v. 49, n. 3, p. 306-311, 2003.

CASTRO, L. T.; TEIXEIRA, L.; CALDEIRA, M. A. Comportamento do consumidor de leite e iogurte. In: CÔNSOLI, M. A.; NEVES, M. F. (Coord.) **Estratégias para o leite no Brasil**. São Paulo: Editora Atlas S. A., 2006, p. 230-247.

EDDY, K. T., BROCHETTI, D., DUNCAN, S. E. Older Women's Perceptions of Dairy Foods. **Journal of Nutrition in Gerontology and Geriatrics**, v. 18, p. 370-054, 1999.

EMBRAPA - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. **Brasil: Consumo per capita mundial**, 2008. Disponível em: <<http://www.cnpqgl.embrapa.br/nova/informacoes/estatistica/consumo/tabela.php>>. Acesso em: 8 nov. 2011.

GOLDBARG, M.; CORTEZ, M. A. S. Perfil do Consumidor de Leite do Município de Volta Redonda-RJ. **Revista Higiene Alimentar**, v. 21, n. 150, p. 38-39, 2006.

HAGY, L. F., BROCHETTI, D., DUNCAN, S. E. Focus groups identified women's perceptions of dairy foods. **Journal Women & Aging**, v. 12, p. 99-115, 2000.

HAUG, A.; HOSTMARK, A. T.; HARSTAD, O. M. Bovine milk in human nutrition: a review. **Lipids in Health and Disease**, v. 6, n. 25, p. 25, 2007.

HEADRICK, M. L. et al. Profile of raw milk consumers in California. **Public Health Reports**, Washington, v. 12, n. 5, p. 418-422, 1997.

HUTH, P. J.; DIRIENZO, D. B.; MILLER, G. D. Major scientific advances with dairy foods in nutrition and health. **Journal of Dairy Science**, v. 89, n. 4, p. 1207-1221, 2006.

IBGE - **Pesquisa nacional por amostra de domicílios 1999**, [CD-ROM]. Microdados. Rio de Janeiro: IBGE, 2000.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisas de orçamentos familiares 2002-2003**. Análise da disponibilidade domiciliar de alimentos e do estado nutricional no Brasil. Rio de Janeiro: 2004. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 10 março 2010.

MENSINK, R. P. Dairy products and the risk to develop type 2 diabetes or cardiovascular disease. **International Dairy Journal**, Amsterdam, v. 16, n. 9, p. 1001-1004, 2006.

MOLINA, G.; PELISSARI, F. M.; FEIHRMANN, A. C. Perfil do consumo de leite e produtos derivados na cidade de Maringá, Estado do Paraná. **Acta Scientiarum Technology**, Maringá, v. 32, n. 3, p. 327-334, 2010.

MONTEIRO, R. C. A., RIETHER, P. T., BURINI, R. C. Efeito de um programa misto de intervenção nutricional e exercícios sobre a composição corporal e os hábitos alimentares de mulheres obesas em climatério. **Revista de Nutrição**, Campinas, v. 17, n. 4, p. 479-489, 2004.

NERO, L.; MAZIERO, D.; BEZERRA, M. Hábitos alimentares do consumidor de leite em cru de Campo Mourão-PR. **Ciências Agrárias**, Londrina, v. 24, n. 1, p. 21-26, 2003.

POPKIN, B. M. Understanding global nutrition dynamics as a step towards controlling cancer incidence. **Nature Reviews Cancer**, Chapel Hill, v. 7, p. 61-67, 2007.

SAAB, M. S. B. L. M. **Valor percebido pelo consumidor**: um estudo de atributos da carne bovina. 1999. Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, USP, São Paulo, 1999. 154 p.

SANTOS-ZAGO, L. F.; BOTELHO, A. P.; OLIVEIRA, A. C. Os efeitos do ácido linoléico conjugado no metabolismo animal: avanço das pesquisas e perspectivas para o futuro. **Revista Nutrição**, Campinas, v. 21, n. 2, p. 195-221, 2008.

SCHOLZ-AHRENS, K.E., SCHREZENMEIR, J. Milk minerals and the metabolic syndrome. **International Dairy Journal**, v. 16, n. 11, p. 1399-1407, 2006.

SIEBER, R. et al. Impact of microbial cultures on conjugated linoleic acid in dairy products: a review. **International Dairy Journal**, Amsterdam, v. 14, n. 1, p. 1-15, 2004.

STEIJNS, J. M. Dairy products and health: Focus on their constituents or on the matrix?. **International Dairy Journal**, v. 18, n. 5, p. 425-435, 2008.

TELAROLLI, JUNIOR, R.; MACHADO, J. C. M. S.; CARVALHO, F. Perfil demográfico e condições sanitárias dos idosos em área urbana do Sudeste do Brasil. **Revista de Saúde Pública**, São Paulo, v. 30, n. 5, p. 485-498, 1996.

ULBRICH, T.; SOUTHGATE, D. Coronary heart disease: seven dietary Factors. **Lancet**, v. 338, n. 8773, p. 985-992, 1991.

VAN ROSSUM, C. T. et al. Education and nutrient intake in Dutch elderly people. **European Journal Clinical Nutrition**, v. 54, p. 159-165, 2000.

VIDAL-MARTINS, A. M. C.; ROSSI Jr., O. D.; REZENDE-LAGO, N. C. Microrganismos heterotróficos mesófilos e bactérias do grupo de *Bacillus cereus* em leite integral submetido a ultra alta temperatura. **Arquivo Brasileiro Medicina Veterinária e Zootecnia**, Minas Gerais, v. 57, n. 3, p. 396-400, 2005.

WADDEN, T. A., FOSTER, G. D. Behaviora treatment of Obesity. **Medical Clinics of North America**, Canadá, v. 84, n. 2, p. 441-461, 2000.

WHO - World Health Organization Obesity: **preventing and managing the global epidemic**. Report of a WHO consultation of obesity. Geneva, 1997.