

ESTUDO DA DISPONIBILIDADE DE PRODUTOS LÁCTEOS CAPRINOS.

Andrea Célia

Universidade de Passo Fundo – RS

Andrea Troller Pinto

Verônica Schmidt ✉

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre – RS

✉ veronica.schmidt@ufrgs.br

RESUMO

O leite de cabra é uma opção saudável e saborosa tanto para quem tem problemas relacionados com a ingestão de leite bovino quanto para quem gosta de variar sua alimentação com novos ingredientes. Neste sentido objetivou-se identificar os produtos lácteos caprinos oferecidos ao consumidor no comércio varejista de Porto Alegre e acompanhar a disponibilidade desses ao longo do ano. Identificaram-se, em quatorze pontos de venda, treze produtos: leite UHT (temperatura ultra-alta) nas apresentações integral, *light* e com extrato de soja, leite em pó, iogurte e oito tipos de queijo. Os leites UHT e em pó são os produtos mais disponíveis nos pontos de venda. Já os derivados, muitas vezes, estão disponíveis em apenas um estabelecimento e com frequência irregular. Nos queijos, no inverno ocorre uma nítida diminuição da variedade desses produtos. Conclui-se que apesar da grande variedade de produtos lácteos caprinos no Brasil, o consumidor de Porto Alegre tem acesso a uma restrita gama de produtos disponíveis. Da mesma forma, esses produtos não

apresentam uma oferta constante em muitos dos estabelecimentos visitados. A constatação desses fatos pode ser útil àquelas pessoas envolvidas ou interessadas em otimizar a cadeia produtiva de lácteos caprinos.

Palavras-chave: *Consumidor. Leite caprino. Mercado. Queijo.*

ABSTRACT

Goat milk is a healthy, flavorful alternative both for those who have trouble ingesting cow milk and for those who enjoy changing their nutrition through the inclusion of new ingredients. This research aims mainly at (1) identifying goat milk products offered to the consumer in the retail market of Porto Alegre and (2) observing the availability of these products throughout a whole year. There were identified, in fourteen points of sale, thirteen products: UHT milk (whole, low-fat, and with soybeans extract), powdered milk, and yogurt, as well as eight types of cheese. The UHT milks and the powdered milk are the most available products in the points of sale. On the other hand, the milk derivatives are

often available in only one point of sale and with irregular frequency. There is a clear decline in the variety of cheese available in winter. One can conclude that, despite the great diversity of goat milk products in Brazil, the Porto Alegre consumer has access only to a narrow range of available products. In addition, these products do not show a constant offer in many of the visited points of sale. Realizing these facts can be fruitful for those involved with, or interested in, optimizing goat milk production chain.

Keywords: *Consumer. Goat's milk. Market. Cheese.*

INTRODUÇÃO

O consumo de produtos lácteos é imprescindível para uma boa saúde. O leite e seus derivados são importante fonte de nutrientes e proteínas tanto para adultos quanto para crianças, sendo que com o leite caprino pode-se fazer uma grande diversidade de produtos (RIBEIRO e RIBEIRO, 2010) e como alternativa gastronômica o mercado destes

produtos é crescente na maioria dos países desenvolvidos.

O mercado interno brasileiro apresenta grande potencial de consumo de leite caprino, mas ainda não atingiu volumes significativos tanto por falta de matéria-prima quanto pela inexistência de uma estrutura eficiente de coleta, industrialização e comercialização em vários locais do país (CORDEIRO E CORDEIRO, 2008).

No Sul do país existem consumidores frequentes, com potencial para expandir este número e que costumam adquirir produtos lácteos nas redes de supermercado (CELIA et al., 2010; CELIA et al., 2012).

Neste sentido, o presente estudo teve como objetivos identificar os produtos lácteos caprinos oferecidos ao consumidor no comércio varejista do município de Porto Alegre e acompanhar a disponibilidade desses produtos ao longo de um ano.

MATERIAL E MÉTODOS

Realizou-se um estudo observacional e descritivo (ZIGMUND e BABIN, 2011), verificando-se a disponibilidade de produtos derivados de leite de cabra em 13 estabelecimentos comerciais do município de Porto Alegre, no período de um ano, através de visitas mensais, totalizando 168 visitas. Selecionaram-se intencionalmente (THRUSFIELD, 2004) 10 hipermercados, considerando que o consumidor da região Sul prefere este tipo de estabelecimento para aquisição de produtos lácteos (CELIA et al., 2012), além de um site de compras *on line* (somente entrega local) e três lojas do Mercado Público Municipal.

Estabeleceu-se, arbitrariamente, a última semana do mês para realização das visitas com o objetivo de enumerar a quantidade de produtos vendidos, quando foram identificados os

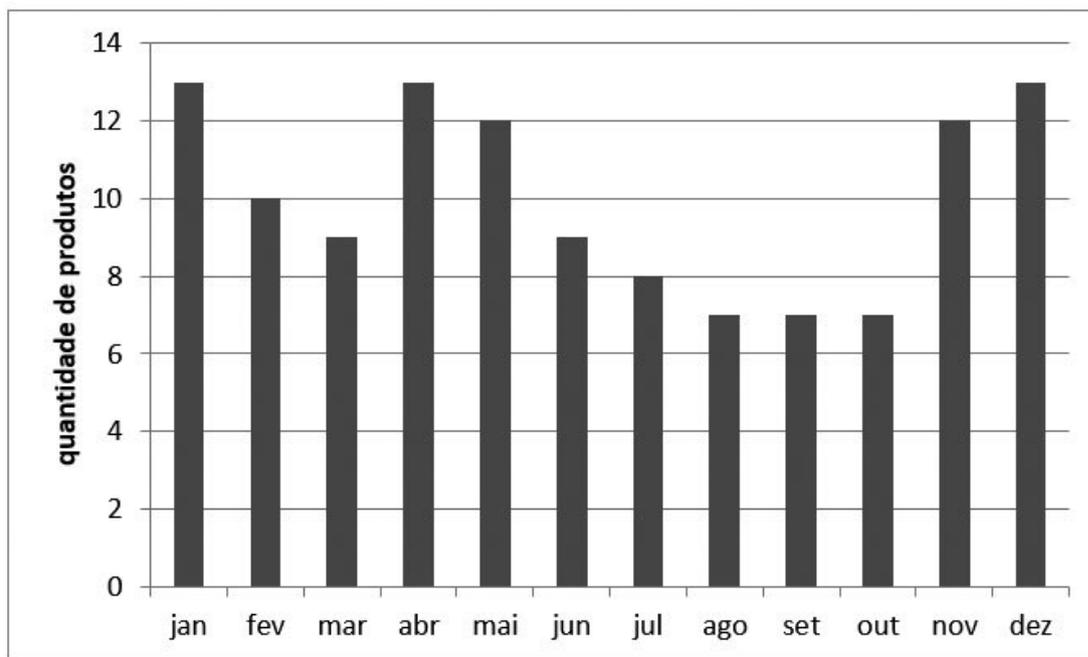
produtos derivados de leite de cabra disponíveis para compra/venda, as formas de apresentação/comercialização (peça ou a granel) e as empresas beneficiadoras. Observaram-se os produtos diretamente nas gôndolas/prateleiras dos estabelecimentos

Os dados foram anotados em planilhas individuais e, posteriormente, compilados quanto ao local e período de observação. Identificaram-se, ainda, possíveis dificuldades encontradas pelos consumidores para aquisição dos produtos. Realizou-se análise de frequência e estatística descritiva dos dados.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ao longo de 12 meses de observação, identificaram-se 13 produtos alimentícios à base de leite de cabra para comercialização: leite fluido UHT integral, leite fluido UHT *light*, leite fluido UHT com extrato de soja,

Figura 1 - Diversidade de produtos lácteos caprinos no varejo de Porto Alegre, em doze meses.



leite em pó, iogurte, além de oito tipos de queijo: Gouda, Minas Frescal, Colonial, Quark, Mi-chèvre, Fresco Francês, Piramide e Boursin. Entretanto, verificou-se que os produtos não apresentaram oferta constante ao longo do período de observação, sendo encontrados de 7 a 13 produtos em cada mês, considerando a totalidade dos estabelecimentos visitados (Figura 1).

Além dos produtos identificados, outros podem ser elaborados com o leite caprino, como: leite de cabra pasteurizado integral, semidesnatado e desnatado; vários tipos de queijos de massa semidura, como Moleson, e massa semimole como Chevrotin, Chabichou, Crotin e Saint Mauri; sorvetes com variados sabores; achocolatados; doces; além de cosméticos como sabonetes, xampus, condicionadores e cremes hidratantes (CORDEIRO, 2006; CORDEIRO e CORDEIRO, 2008; LISERRE et al., 2007; RIBEIRO e RIBEIRO, 2010).

Doce de leite, sorvetes e rapaduras, embora presentes em feiras de produtores do Rio Grande do Sul (CAPRISUL, 2006), não foram encontrados para comercialização nos pontos de venda observados. Em geral, produtos comercializados nestes espaços são aqueles com origem na agricultura familiar. Entretanto, a

organização de pequenos produtores possibilitaria a oferta de produtos em quantidade para ser comercializado no varejo, alcançando maior número de consumidores.

De acordo com Mesquita e Lara (2007), os modelos de comportamento do consumidor sugerem cinco etapas no processo decisório (reconhecimento da necessidade, busca e avaliação das alternativas, compra e experiência pós-compra); sendo que nas compras realizadas no varejo, entre os atributos norteadores na etapa de busca e avaliação das alternativas podem ser citados a variedade e o preço dos produtos. A falta de variedade e regularidade na oferta de produtos poderá refletir na cadeia de produtos produzidos com leite de cabra, uma vez que a intenção de repetir a compra é um indicador de lealdade do consumidor.

No Brasil, pesquisas indicam que os consumidores raramente compram por impulso e quando o fazem é por ocasião de promoções. Como a resposta ao espaço alocado por produtos provavelmente deve ser um fator de menor importância, isto faz com que o sortimento provavelmente deva ser um diferencial competitivo para os supermercados (CESARINO e CAIXETA FILHO, 2002).

O produto constantemente

encontrado no varejo ao longo do período de 12 meses foi o leite de cabra fluido integral (Tabela 1), esterilizado pelo processo UHT (*Ultra High Temperature*).

O leite de cabra integral UHT, processo no qual o leite é submetido a uma temperatura entre 130°C e 150°C durante 2 a 4 segundos e imediatamente resfriado a uma temperatura inferior a 32°C, envasado hermeticamente em condições assépticas em embalagens estéreis (BRASIL, 1997), é o produto com maior disponibilidade de comercialização, mostrou-se presente em quase todos os hipermercados durante o período avaliado. Nos meses de maior frequência, ele foi encontrado em todos os hipermercados e no site de compras *on-line*, não sendo comercializado no Mercado Público Municipal. O produto é comercializado em embalagens de um litro, sendo encontradas duas marcas industriais desse produto no comércio local.

Estima-se que 95% da produção de leite caprino sejam comercializados na forma fluida (SILVA, 1998). Entretanto, a demanda ainda é incipiente e envolve, principalmente, pessoas que apresentam alguma intolerância ao leite de vaca (IEA, 2006), uma vez que o percentual mais elevado de ácidos graxos de cadeia curta

Tabela 1 - Frequência mensal de leite caprino em 13 pontos de venda em Porto Alegre, no período de novembro de 2009 a outubro de 2010.

Produtos	Frequência mínima	Frequência máxima	Número de visitas em que o produto foi encontrado
Leite UHT integral	7	11	114
Leite UHT <i>light</i>	3	7	62
Leite UHT caprino e soja	4	10	73
Leite em pó	3	7	70

Tabela 2 - Frequência mensal de queijos elaborados com leite caprinos em 13 pontos de venda em Porto Alegre, no período de um ano.

Produtos	Frequência Mínima	Frequência máxima	Número de visitas em que o produto foi encontrado
Queijo Gouda	4	6	61
Queijo Minas Frescal	0	1	8
Queijo Quark	0	1	5
Queijo Colonial	0	2	17
Queijo Mi-chèvre	1	7	52
Queijo tipo Fresco Francês	0	2	9
Queijo Piramide	0	1	7
Queijo Boursin	0	1	6

a média favorecem a digestibilidade (FISBERG et al., 1999). Além disso, devido ao teor reduzido de α -s-1-caseína o leite de cabra torna-se uma opção na alimentação, principalmente infantil, em decorrência de suas características de hipoalergenicidade (LISERRE et al., 2007), uma vez que de 2 a 3% das crianças até três anos apresentem alergias alimentares ao leite bovino (ZEIGER, 2003).

O leite fluido UHT *light* também é comercializado em embalagem de um litro e, considerando a atual tendência de procura por gêneros *light*, este produto surge como uma alternativa ao consumidor. Sua oferta, porém, foi menor quando comparada ao leite caprino UHT integral. Cabe ressaltar que, embora o fabricante tenha optado por vender o produto como "*light*", a embalagem esclarece que o produto tem 0% de gordura, ou seja, é um leite desnatado (BRASIL, 1997).

Outro produto encontrado é o leite caprino acrescido de extrato aquoso de soja. Este produto também sofre o processo UHT e é comercializado em embalagem de litro. O mercado de bebidas à base de soja no Brasil registrou expressivo crescimento na

última década, quando comparado aos dados de crescimento do leite UHT. Os principais fatores motivadores desse crescimento estão atrelados à mudança nos hábitos de consumo e grandes investimentos em marketing (ROSA, 2009).

O leite em pó foi encontrado para venda em, pelo menos, três estabelecimentos comerciais no mês de junho e em sete, no período de novembro a fevereiro. Ao longo do ano, o leite em pó foi encontrado em pelo menos metade dos estabelecimentos visitados. Para produção deste produto, o leite sofre um processo de desidratação e outros processos tecnológicos. O leite caprino não tem uma legislação específica relacionada aos padrões do leite em pó, assim, é utilizada a legislação de leite bovino para esses produtos. Segundo Cordeiro (2006), este tipo de leite é importante do ponto de vista estratégico, pois serve para regularizar a oferta de leite ao mercado e possibilita ao produtor o melhor escoamento do leite na época de maior produção. Encontraram-se três tipos de embalagens, lata de 400g, caixa de 200g e sachê de 200g.

Entre os queijos encontrados no comércio local (Tabela 2), o tipo

Gouda, importado da Holanda, foi o mais frequente. Este queijo é produzido a partir da coagulação enzimática do leite caprino integral, com período de maturação mínimo de 90 dias (SEIFU et al., 2004). É um produto comercializado fracionado (em cunhas) e que apresenta boa aceitabilidade entre os consumidores de Porto Alegre (CELIA et al., 2010).

O queijo Colonial caprino, de massa semidura, maturado e com teor de gordura de 3,2 a 3,6%, é comercializado em peças com peso aproximado de 330 gramas. Este é um queijo de consistência macia, sem olhaduras, com sabor levemente amargo, cremosidade acentuada e odor característico de leite caprino; sofre maturação rápida (menos de 60 dias), devendo ser consumido em até 180 dias, uma vez que o sabor amargo se acentua com o tempo (ROESLER, 2010).

O queijo Mi-chèvre é o único queijo no Brasil produzido pela combinação de dois tipos de leite: leite de cabra (51%) e leite de vaca (49%) (POLENGHI, 2010). Este queijo é comercializado em peças inteiras de 110 gramas ou fracionado em cunhas, com cerca de 250 gramas.

Também foi encontrado um queijo cremoso fresco, que provém da coagulação ácida do leite, importado da França em vários sabores (natural, ervas finas, carvão comestível e pimenta) e comercializado em peças de 110 gramas.

O queijo fresco de cabra do tipo Pirâmide de coagulação mista (enzimática e ácida) (PONCELET, 2010), também importado da França, possui textura firme e é comercializado na versão natural e carvão comestível, em unidades de 150 gramas.

Produtos como o queijo tipo Bour-sin (obtido a partir da coagulação ácida do leite, nos sabores ervas finas, alho e orégano, *shanklish* e adobo) e comercializado em embalagens de 80 gramas; tipo Minas Frescal (queijo fresco obtido por coagulação enzimática do leite com coalho e/ou outras enzimas coagulantes apropriadas, complementada ou não com ação de bactérias lácticas específicas) e comercializado em peças com peso médio de 250 gramas; e tipo Quark caprino (classificado como um queijo de muito alta umidade, cremoso e comercializado em potes de 220 gramas); assim como o iogurte de leite de cabra tradicional (com fermentação na própria embalagem no sabor natural) e comercializado em garrafas plásticas de 750g eram produzidos pela mesma empresa e comercializados no mercado Público Municipal, apenas nos primeiros seis meses do estudo, uma vez que o laticínio deixou de beneficiar leite de cabra. Essa parada na produção diminuiu drasticamente a oferta destes produtos.

Os derivados de leite de cabra apresentaram comportamento de venda um pouco diferente dos leites fluido e em pó. Muitos deles são comercializados em apenas um local. Muitas vezes, ocorre falta desse produto no ponto de venda.

Os queijos tipo Gouda e Mi-chèvre apresentaram uma frequência maior, estando presentes nas grandes redes

de hipermercados. É interessante ressaltar que o queijo tipo Gouda, apesar de ser importado da Holanda, tem preço por quilograma inferior ao Mi-chèvre de fabricação nacional. Esse pode ser um exemplo de como cadeias produtivas mais organizadas podem reduzir custos operacionais e melhorar a competitividade.

Embora a comercialização legalizada de leite de cabra no Brasil tenha iniciado em 1988 (CORDEIRO, 2006), o grande desafio para o desenvolvimento desta cadeia produtiva continua sendo a comercialização, onde a constância ou regularidade na oferta dos produtos é um ponto importante a ser considerado (MARTINS et al., 2007).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O número de produtos lácteos caprinos encontrados em estabelecimentos de comercialização de alimentos em Porto Alegre ainda é pequeno, quando comparado à diversidade de produtos elaborados com leite de cabra. Além disso, o reduzido portfólio de produtos disponíveis não apresenta oferta homogênea ao longo do ano. O produto de disponibilidade mais frequente no comércio da cidade de Porto Alegre foi o leite integral UHT, seguido das suas variações light e mistura com composto de soja. Alguns derivados, como iogurtes e queijos, são pouco frequentes, sendo ofertados apenas em lojas do Mercado Público da cidade. O fechamento de uma das fábricas rio-grandenses de derivados de produtos lácteos caprinos durante o período da pesquisa levou à diminuição significativa na variedade de produtos que o consumidor teria à disposição. Esses produtos abastecem nichos de mercado que poderiam ser ampliados. Fomentar a demanda, aumentar a produção e baratear os custos são desafios da indústria nacional de lácteos caprinos.

REFERÊNCIAS

- BRASIL, Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. **Portaria nº 370, de 04 de setembro de 1997b. Aprova o Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade do Leite UHT (UAT)**. Disponível em: <<http://sistemasweb.agricultura.gov.br>>. Acesso em: 16 mar. 2010.
- CAPRISUL, Cabanha Cabrastop lança rapaduras de leite de cabra. **Caprinforma** Informativo Fev/Março de 2006 - VII Edição - Ano III - Porto Alegre/RS. Disponível em: <<http://www.caprisul.com.br>>. Acesso em: 27 dez. 2013.
- CELIA, AP; PINTO, AT; SCHMIDT, V. Aceitabilidade de queijos especiais em Porto Alegre. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE QUALIDADE DO LEITE, 4, 2010, Florianópolis. **Anais...** Lages: CAV, 2010. 1 CD-ROM.
- CELIA, AP; MORAES, JFD; SCHMIDT, V. Consumo de produtos lácteos de origem não bovina na região Sul do Brasil. **Rev Inst Latic Cândido Tostes**, Juiz de For a, v.67, p.25-30, 2012.
- CESARINO, RC; CAIXETA FILHO, JV. Alocação dos produtos nas gôndolas de supermercados: um estudo de caso. **Gestão & Produção**, São Carlos, v.9, n.1, p.46-51, 2002.
- CORDEIRO, PC. Mercado do leite de cabra e de seus derivados. **Rev Conselho Fed Med Vet**, Brasília, v.12, n.39, p.19-24, 2006.
- CORDEIRO, PRC; CORDEIRO, AGP. C. O negócio do leite de cabra no Brasil e sua cadeia produtiva. In: XII Simpósio Nordeste de Pecuária, 2008, Fortaleza, **Anais...** Fortaleza: FAEC, 2008.
- FISBERG, M et al. Aceitação e tolerância de leite de cabra em pré-escolares. **Pediatria Moderna**, São Paulo, v.35, n.7, p.533-537, 1999.
- LISERRE, AM et al. Avaliação da aceitabilidade de leite de cabra por crianças. **Rev Inst Latic Cândido Tostes**, Juiz de Fora, v.62, p.546-551, 2007.
- MARTINS, EC et al. O mercado e as

potencialidades do leite de cabra na cidade de Sobral: a visão do consumidor. In: Congresso Brasileiro de Sistema de Produção, 7, 2007, Fortaleza - CE. **Anais...** Fortaleza: Sociedade Brasileira de Sistema de Produção, 2007. Disponível em: <http://www.cnpat.embrapa.br/sbsp/anais/Trab_Format_PDF/95.pdf> Acesso em: 20 jan. 2010.

MESQUITA, JMC; LARA, JE. Atributos determinantes da lealdade à loja: estudo do setor supermercadista. **Brazilian Business Review**, Vitória, v.4, n.3, p.233-251, 2007.

POLENGHI. **Site oficial da empresa Polenghi**. Disponível em: <<http://www.polenghi.com.br/site>> Acesso em: 6 dez. 2010.

PONCELET. **Site oficial da empresa**

Poncelet. Atlas del queijo. 2010. Disponível em: <<http://www.poncelet.es/index.php/atlas-del-queso/francia.html>>. Acesso em: 5 jan. 2011.

ROSA, NP. **Fatores estratégicos considerados pelas empresas processadoras de leite UHT frente ao mercado de bebidas à base de soja**. Dissertação. 2009. 120f. (Mestrado em Agronegócios). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

RIBEIRO, AC; RIBEIRO, SDA. Specialty products made from goat milk. **Small Ruminant Research**, Amsterdam, v.89, p.225-233, 2010.

ROESLER. **Site oficial da empresa Granja Roesler**. Disponível em: <<http://www.sitesdovale.com.br/ro>

[esler/?pg=Y29udGV1ZG8ucGhwP2lkcz0yOSZpZHA9MTEyNA](http://www.sitesdovale.com.br/roesler/?pg=Y29udGV1ZG8ucGhwP2lkcz0yOSZpZHA9MTEyNA)>. Acesso em: 6 dez. 2010.

SEIFU, E; BUYS, EM; DONKIN, EF. Quality aspects of Gouda cheese made from goat milk preserved by the lactoperoxidase system. **International Dairy Journal**, Barking, v.14, p.581-589, 2004.

SILVA, RR. **Agribusiness da caprinocultura de leite no Brasil**. Salvador: Bureau, 1998, 74 p.

ZEIGER, RS. **Food Allergen Avoidance in the Prevention of Food Allergy in Infants and Children**. **Pediatrics**, Illinois, v.111, p.1662-1671, 2003.

ZIGMUND, WG; BABIN, BJ. **Princípios da Pesquisa de Marketing**. 4 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011. 508 p.

Leia e assine a Revista Higiene Alimentar

UMA PUBLICAÇÃO DEDICADA AOS PROFISSIONAIS E EMPRESÁRIOS DA ÁREA DE ALIMENTOS

Indexada em 4 bases de dados:

- CAB ABSTRACTS (Inglaterra)
- LILACS-BIREME (Brasil)
- PERI-ESALQ-USP (Brasil)
- AGROBASE-MAPA (Brasil)

Associação Brasileira de Publicações Segmentadas, ANATEC.



ACESSE

www.higienealimentar.com.br

Redação: Rua das Gardênias, nº 36 - Mirandópolis - CEP 04047- 010 - São Paulo - SP
Fone: 11 5589-5732 – Fax: 11 5583-1016