

Perfil do consumidor de produtos lácteos em Santa Catarina

Consumer profile of dairy products in Santa Catarina

DOI:10.34117/bjdv6n11-195

Recebimento dos originais: 03/10/2020

Aceitação para publicação: 11/11/2020

Gabriel Santini Schmidt

Zootecnista

Universidade Federal de Santa Catarina, campus Florianópolis
Centro de Ciências Agrárias, Rodovia Admar Gonzaga, 1346, Itacorubi, 88034-000, Florianópolis –
SC

E-mail: g.santini.schmidt@gmail.com

Nayara Cereja Machado

Discente de Zootecnia

Universidade Federal de Santa Catarina, campus Florianópolis
Centro de Ciências Agrárias, Rodovia Admar Gonzaga, 1346, Itacorubi, 88034-000, Florianópolis –
SC

E-mail: naycmachado@outlook.com

Marcio Cinachi Pereira

Doutorado

Universidade Federal de Santa Catarina, campus Florianópolis
Centro de Ciências Agrárias, Rodovia Admar Gonzaga, 1346, Itacorubi, 88034-000, Florianópolis –
SC

E-mail: marcio.cinachi@ufsc.br

Sandra Regina de Souza Carvalho

Doutorado

Universidade Federal de Santa Catarina, campus Florianópolis
Centro de Ciências Agrárias, Rodovia Admar Gonzaga, 1346, Itacorubi, 88034-000, Florianópolis –
SC

E-mail: sandra.carvalho@ufsc.br

Milene Puntel Osmari

Pós- Doutorado

Universidade Federal de Santa Catarina, campus Florianópolis
Centro de Ciências Agrárias, Rodovia Admar Gonzaga, 1346, Itacorubi, 88034-000, Florianópolis –
SC

E-mail: milene.osmari@ufsc.br

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi conhecer o perfil do consumidor de produtos lácteos em Santa Catarina. Para isso, foi utilizado um questionário disponibilizado via internet, com perguntas abertas (dissertativas) e fechadas (objetivas) para se obter os resultados. Após a coleta de informações, os resultados foram tabulados e organizados de maneira descritiva. Desta forma, 97% dos entrevistados afirmaram apresentar o hábito de consumir derivados lácteos e 71% disseram ter o hábito de consumi-

los diariamente. Pessoas com maior renda e grau de escolaridade, tendem considerar a marca, sabor, local de compra e preço como critérios para escolher os produtos lácteos. Santa Catarina é um importante produtor de leite, onde diante dos resultados abre-se a possibilidade de as indústrias explorarem os critérios avaliados para estimularem o consumo de produtos lácteos no Estado.

Palavras-chave: derivados lácteos, consumo, hábito, leite.

ABSTRACT

The objective of this study was to know the profile of dairy products' consumers in Santa Catarina. For this, a questionnaire available by the internet was used, with open (dissertation) and closed (objective) questions to obtain the results. After collecting information, the results were tabulated and organized in a descriptive manner. In this way, 97% of the interviewees affirmed to present the habit of consuming dairy products and 71% said to have the habit of consuming them daily. People with higher income and education level tend to consider the brand, taste, place of purchase and price as criteria for choosing dairy products. Santa Catarina is an important milk producer, where in view of the results, the possibility opens up for the industries to explore the evaluated criteria to stimulate the consumption of dairy products in the State.

Keywords: dairy products, consumption, habit, milk.

1 INTRODUÇÃO

O setor lácteo no Brasil, embora com pouca representatividade internacional, vem se intensificado internamente em relação a produção e consumo. A produção brasileira de leite, em 2016, foi de 33,62 bilhões de litros de leite (IBGE, 2016), movimentando cerca de R\$ 60 bilhões, indicando um crescimento de 78% nos últimos cinco anos (ZOOCAL, 2016). No entanto, em 2017 a bovinocultura leiteira proporcionou quase R\$ 70 bilhões ao PIB brasileiro, evidenciando sua importância para a economia brasileira (CEPEA, 2017).

Com uma produção de 3.113.769 mil litros de leite e ocupando a quarta posição nacional, o estado de Santa Catarina (SC) é responsável por aproximadamente 9% da produção de leite no Brasil, que é proveniente em sua maioria da agricultura familiar (EMBRAPA, 2017).

O leite e seus derivados representam uma das principais fontes de cálcio e proteína de alto valor biológico na dieta da população brasileira (Muniz *et al.*, 2013). Além disso, é extremamente importante para as grandes indústrias, pequenas empresas e propriedades familiares, saber o perfil de pessoas que adquirem seus produtos (leite e derivados). Somado a isso, é possível conhecer os fatores envolvidos no poder de escolha pelos consumidores, melhorando os elos da cadeia de produção e distribuição dos produtos, incentivando a ingestão desses alimentos.

Assim, este trabalho teve como objetivo contextualizar o consumo de produtos lácteos no estado de Santa Catarina, conhecendo o perfil socioeconômico do consumidor e suas preferências.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

A pesquisa foi desenvolvida no Departamento de Zootecnia e Desenvolvimento Rural, pertencente ao Centro de Ciências Agrárias da Universidade Federal de Santa Catarina, *campi* de Florianópolis, Santa Catarina (SC), Brasil.

Para isso, foi aplicado um questionário contendo perguntas abertas (discursivas) e fechadas (múltipla escolha), que visavam a compreensão do perfil consumidor de produtos lácteos no Estado de SC, bem como os fatores que afetam seu consumo, preservando o anonimato dos entrevistados. O questionário foi distribuído via internet e redes sociais no período de Agosto de 2018 a Março de 2019.

Todos os procedimentos empregados na pesquisa foram aprovados pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (CEPSH) da Universidade Federal de Santa Catarina, sob protocolo número 92552218.0.0000.0121.

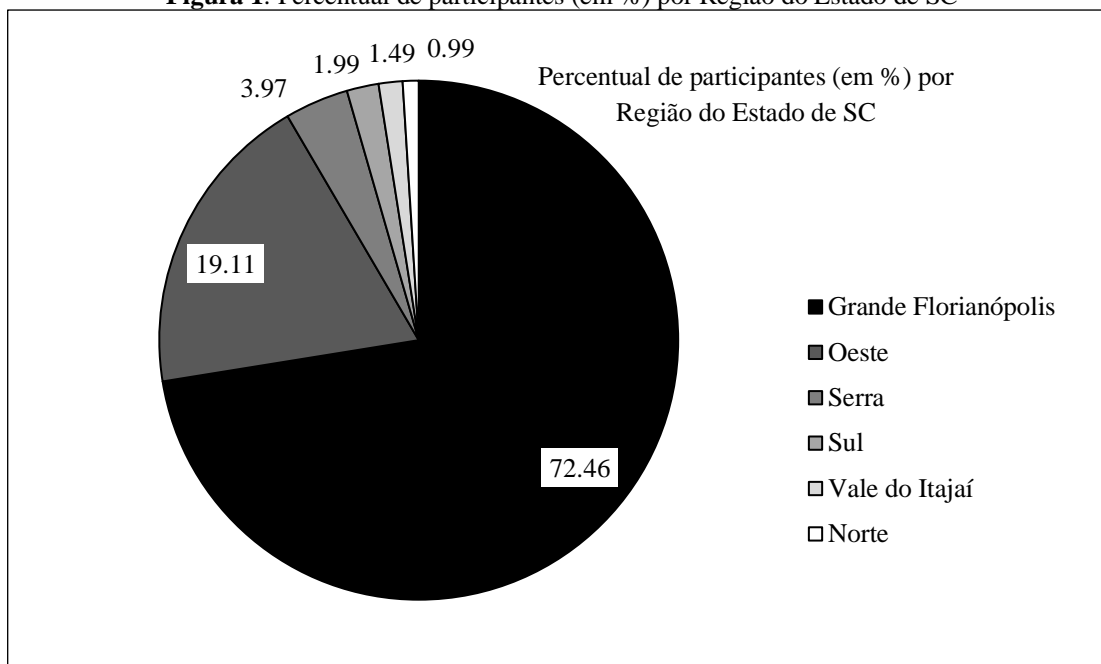
O questionário foi criado e respondido por meio do Google Docs, sendo que a única necessidade para que o indivíduo respondesse, era residir no estado de SC. Os dados coletados foram organizados e analisados através de técnicas descritivas, como tabelas e gráficos. Utilizou-se o programa SAS University Edition (Statistical Analysis System) para a realização da estatística. Os dados foram analisados utilizando a metodologia modelos lineares generalizados, com função de ligação probit, pelo procedimento GENMOD.

O Odds ratios (OR) compara duas probabilidades opostas e determina qual a chance (ou risco) de ocorrência de uma delas. O valor 1,0 indica que não há diferença entre duas classes, isto é, a probabilidade de ocorrência é a mesma para as duas classes. O intervalo de confiança de 95% que contenha valor igual a 1 indica que a OR não é estatisticamente diferente ($P > 0,05$), em relação a uma classe específica.

3 REULTADOS E DISCUSSÕES

Participaram da pesquisa 403 pessoas, sendo um número expressivo de entrevistados residentes em Florianópolis (72,45%), seguido da região Oeste (19,1%), Serra (3,97%), Sul (1,98%), Vale do Itajaí (1,49%) e Norte (0,99%) do estado de Santa Catarina (Figura 1).

Figura 1: Percentual de participantes (em %) por Região do Estado de SC



Pessoas com mais de 61 anos de idade apresentaram 178,4% mais chances de consumir produtos lácteos, comparado a pessoas com idade entre 18 e 30 anos, porém pelo resultado ter sido proveniente de somente 2 respostas, representando uma unidade amostral extremamente baixa, esse comportamento de consumo não pode ser considerado confiável. Em contrapartida, para as pessoas com idade entre 18 e 60 anos, as chances de consumir produtos lácteos é a mesma (IC 95% de 0,44 a 11,36) (Tabela 1).

Tabela 1. Hábito de consumo de produtos lácteos em Santa Catarina, respondendo a pergunta: “Tem o hábito de consumir produtos lácteos?”

Itens	Respostas			Odds Ratio	IC 95%
	Sim	Não	Total		
Idade					
18 a 30 anos	317	11	328	CR ¹	-
31 a 60 anos	72	1	73	2,25	0,44-11,36
>61 anos	2	0	2	178,4	35,29-902,15
Gênero					
Feminino	246	7	253	CR	-
Masculino	145	5	150	0,87	0,49-1,52
Escolaridade					
Fundamental incompleto - Superior incompleto	255	9	264	CR	-
Superior completo - Pós-graduação completo	136	3	139	1,08	0,56-2,06
Renda					
Até 1 salário mínimo	121	5	126	CR	-
De 1 a 3 salários mínimos	165	4	169	1,20	0,64- 2,19
De 4 a 10 salários mínimos	78	2	80	1,08	0,50-2,32
> 10 salários mínimos	27	1	28	0,82	0,12-5,53

	Número de pessoas na residência				
Moro sozinho(a)	38	3	41	CR	-
Com 1 pessoa	75	5	80	1,08	0,52-2,22
>3 pessoas	278	4	282	2,09	1,05-4,17

IC 95% - Intervalo de confiança de 95% - Regressão logística múltipla estimada por Generalized Estimation Equations.
¹CR – Classe referência.

Do total de 403 pessoas que participaram da pesquisa, 391 afirmaram ter o hábito de consumir produtos lácteos, representando 97% dos entrevistados. Mesmo não havendo diferença entre gêneros para o hábito de consumir produtos lácteos, 62% das mulheres afirmam possuí-lo (Tabela 1).

Ao considerarmos o grau de escolaridade e a renda familiar, esses fatores parecem não influenciar o poder de decisão em relação ao consumo de derivados lácteos. Porém, ao analisarmos o número de pessoas por residência, as casas em que residem três pessoas ou mais, têm 109% a mais de probabilidade de consumir produtos lácteos quando comparado àqueles locais em que residem somente 1 pessoa (Tabela 1).

Dos entrevistados, 289 afirmaram consumir produtos lácteos diariamente, o que representa 71% de respostas obtidas. Apesar da renda e da idade não terem influenciado no consumo diário de lácteos, é possível verificar que consumidores com renda maior que 10 salários mínimos e com mais de 61 anos, apresentam 37% e 32% a mais de chances de consumir produtos lácteos diariamente quando comparado àqueles que apresentam renda de até 1 salário mínimo ou idade entre 18 e 30 anos, respectivamente (Tabela 2). Conforme Muniz *et al.* (2013), a ingestão de cálcio recomendada partir dos 20 anos varia de 1.000 a 1.200 mg/dia, logo, o aumento no consumo de produtos lácteos conforme há um envelhecimento da pessoa, possivelmente se dá pela busca por uma alimentação que atenda às necessidades nutricionais do indivíduo, o que pode ser verificado nesse estudo (Tabela 2).

Embora o aumento de número de pessoas que moram na mesma residência não tenha influenciado no consumo diário dos produtos lácteos, pode ser observado que locais em que há mais que 3 pessoas convivendo conjuntamente, as chances de consumo desses produtos é 25% maior do que locais em que as pessoas residem sozinhas (Tabela 2). O maior número de pessoas na mesma casa pode indicar maior renda disponível para a diversificação da alimentação, aumentando a chance de consumo dos derivados do leite.

Tabela 2. Frequência de consumo de derivados lácteos em Santa Catarina, respondendo a pergunta: “Consome produtos lácteos diariamente?”.

Itens	Respostas			Odds Ratio	IC95%
	Sim	Não	Total		
Renda					
Até 1 salário mínimo	86	40	126	CR	-
1 a 3 salários mínimos	120	49	169	1,08	0,79 - 1,46
4 a 10 salários mínimos	61	19	80	1,27	0,87-1,85
>10 salários mínimos	22	6	28	1,37	0,77-2,42
Idade					
18 a 30 anos	235	93	328	CR	-
31 a 60 anos	42	17	59	1,09	0,68-1,42
>61 anos	12	4	16	1,32	0,55-2,19
Número de pessoas na residência					
Moro sozinho	27	14	41	CR	-
Com uma pessoa	54	26	80	1,04	0,64-1,70
> 3 pessoas	208	74	282	1,25	0,82-1,92

IC 95% - Intervalo de confiança de 95% - Regressão logística múltipla estimada por Generalized Estimation Equations.
¹CR – Classe referência.

Em relação a preferência do consumo de derivados lácteos em Santa Catarina em relação ao leite fluido, os resultados não foram influenciados pela renda, idade, escolaridade, número de pessoas na mesma residência e o gênero dos entrevistados. Porém, o que podemos perceber de incomum, é que pessoas com até 1 salário mínimo têm chances 11% superiores de consumir produtos lácteos do que o leite fluido, comparando a quem recebe de 1 à 3 salários mínimos (Tabela 3).

Tabela 3. Preferência de consumo de derivados lácteos em Santa Catarina, respondendo a pergunta: “Consome mais derivados lácteos do que leite fluido?”

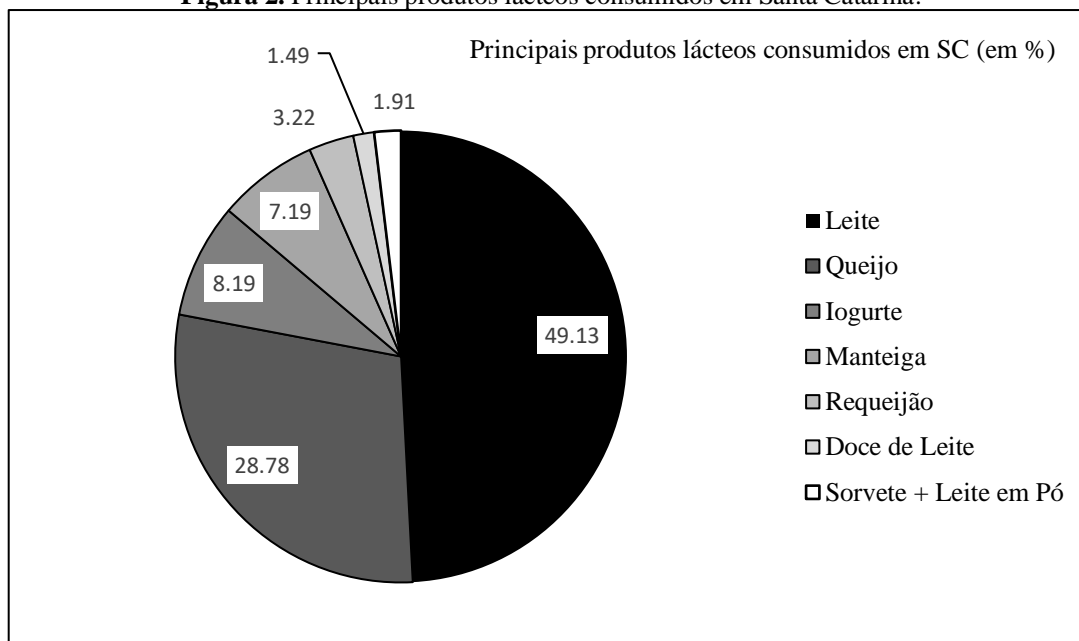
Itens	Respostas			Odds Ratio	IC95%
	Sim	Não	Total		
Renda					
Até 1 salário mínimo	65	61	126	1,11	0,83-1,48
De 1 a 3 salários mínimos	80	89	169	CR	-
De 4 a 10 salários mínimos	48	32	80	1,38	0,98-1,92
> 10 salários mínimos	12	16	28	0,89	0,53-1,47
Idade					
18 a 30 anos	169	159	328	CR	-
31 a 60 anos	29	30	59	0,94	0,66-1,33
>61 anos	7	9	16	0,82	0,43-1,54
Escolaridade					
Fundamental incompleto - Médio completo	11	12	23	CR	-
Superior incompleto	131	110	241	1,17	0,68-2,01
Superior completo	18	30	48	0,76	0,41-1,43
Pós-graduação incompleto	24	18	42	1,26	0,66-2,39
Pós-graduação completo	21	28	49	0,88	0,47-1,64
Número de pessoas na mesma residência					
Moro sozinho(a)	20	21	41	0,88	0,55-1,41
Com 1 pessoa	43	37	80	CR	-
>3 pessoas	142	140	282	0,91	0,67-1,25
Gênero					
Feminino	131	122	253	CR	-
Masculino	74	76	150	0,94	0,73-1,21

IC 95% - Intervalo de confiança de 95% - Regressão logística múltipla estimada por Generalized Estimation Equations.
¹CR – Classe referência.

Pereira *et al.* (2017) verificaram que indivíduos com menor poder aquisitivo, adotam como fatores decisivos para a escolha do produto na hora da compra, os critérios de “qualidade”, “preço” e “benefícios à saúde”. Com isso, pode-se concluir que o maior consumo de derivados do que leite fluido por entrevistados de menor renda, quando comparado àqueles recebendo entre 1 e 3 salários mínimos, se deve pela busca por uma alimentação mais saudável (Tabela 3).

O leite fluido, seguido dos queijos, foram a preferência de 116 (49,1%) e 33 (28,8%) consumidores entrevistados, respectivamente (Figura 2).

Figura 2. Principais produtos lácteos consumidos em Santa Catarina.



A literatura mostra que há uma preocupação crescente do brasileiro com a saúde, onde Pinheiro *et al.* (2011) concluíram que 65,4% dos entrevistados avaliam a tabela nutricional dos produtos. Analisando o teor de gordura do leite, pessoas com renda maior que 10 salários mínimos têm 51% de chance a mais de selecionar produtos lácteos com menor teor de gordura, comparado àqueles que possuem renda de até 1 salário mínimo (Tabela 4), corroborando com o trabalho de Muniz *et al.* (2013).

Pessoas com mais de 61 anos de idade apresentaram 32% mais chances de consumir leite com menor teor de gordura, o que mostra indivíduos preocupados com a saúde (Tabela 4), embora sem diferença estatística ($P > 0,05$). Outro ponto relevante, é que os homens têm 29% menos chance de consumir leite com menor teor de gordura, comparado com o gênero feminino, o que confirma a afirmação de Souza *et al.* (2013) que sugerem que mulheres buscam se alimentar de forma mais equilibrada e saudável (Tabela 4).

Tabela 4. Teor de gordura no leite consumido em Santa Catarina, respondendo a pergunta: “Consome leite com menor teor de gordura?”

Itens	Respostas			Odds Ratio	IC95%
	Sim	Não	Total		
Renda					
Até 1 salário mínimo	31	95	126	CR	-
De 1 a 3 salários mínimos	48	121	169	1,12	0,82-1,53
De 4 a 10 salários mínimos	24	56	80	1,17	0,80-1,71
> 10 salários mínimos	11	17	28	1,51	0,89-2,56
Idade					
18 a 30 anos	90	238	328	CR	-

31 a 60 anos	18	41	59	1,09	0,75-1,57
>61 anos	6	10	16	1,32	0,69-2,51
Gênero					
Feminino	82	171	253	CR	-
Masculino	118	32	150	0,71	0,54-0,93

IC 95% - Intervalo de confiança de 95% - Regressão logística múltipla estimada por Generalized Estimation Equations.
¹CR – Classe referência.

Em relação ao local de compra dos produtos lácteos, 91% dos entrevistados afirmaram comprar os produtos lácteos em supermercados, corroborando com De Souza *et al.* (2013), que afirmam que os consumidores têm optado por adquirir esses produtos nesses locais devido a fatores ligados a qualidade, variedade e bem como agilidade na hora de comprar.

Com relação a renda dos consumidores e ao local de compra, àqueles que apresentam renda de 4 a 10 salários mínimos possuem chances 50% menores de comprar produtos lácteos em supermercados em relação aos que recebem até 1 salário mínimo (Tabela 5). Esse comportamento pode ser devido ao maior poder de compra dos que apresentam a renda maior, o que pode favorecer a aquisição em locais com produtos diferenciados, e conseqüentemente, com maior valor agregado, como os encontrados em padarias e charcutarias.

Ainda considerando o local de compra dos produtos lácteos, as mulheres têm 10% mais chance de frequentar supermercados do que homens (Tabela 5), embora sem diferença estatística ($P>0,05$), e com isso, realizar a aquisição desses produtos avaliados. Dezani *et al.* (2015) também verificaram esse comportamento, afirmando que as mulheres ainda são as principais responsáveis por realizarem as compras familiares.

Tabela 5. Local de compra dos produtos lácteos em Santa Catarina, respondendo a pergunta: “Compra os produtos lácteos em supermercados?”

Itens	Respostas			Odds Ratio	IC95%
	Sim	Não	Total		
Renda					
Até 1 salário mínimo	120	6	126	CR	-
De 1 a 3 salários mínimos	153	16	169	0,70	0,44-1,10
De 4 a 10 salários mínimos	67	13	80	0,50	0,30-0,83
> 10 salários mínimos	27	1	28	1,14	0,44-2,96
Idade					
18 a 30 anos	298	30	328	CR	-
31 a 60 anos	54	5	59	1,04	0,63-1,71
>61 anos	15	1	16	1,22	0,45-3,27
Gênero					
Feminino	232	21	253	CR	-
Masculino	135	15	150	0,90	0,63-1,28

IC 95% - Intervalo de confiança de 95% - Regressão logística múltipla estimada por Generalized Estimation Equations.
¹CR – Classe referência.

Quando questionado aos entrevistados a respeito dos critérios empregados para a escolha dos produtos lácteos, àqueles com renda de 4 a 10 salários mínimos têm 35% menos chances de comprar os produtos sem averiguar o preço, sendo esse critério mais importante para mulheres do que para homens, visto que apresentaram 26% menos chances de escolher esses produtos pelo preço (Tabela 6). Da mesma maneira, pessoas com idade entre 31 a 60 anos tem chances 38% menores de comprar sem verificar o preço quando comparado com pessoas entre 18 a 30 anos.

Quanto ao grau de escolaridade dos entrevistados, foi apontado que pessoas com grau de escolaridade maior (superior incompleto, superior completo, pós-graduação incompleto, pós-graduação completo) tem respectivamente, tem chances 42%, 53%, 59% e 56% menores de escolher os derivados lácteos pelo preço, especialmente quando comparado a quem tem apenas ensino fundamental e médio completo (Tabela 6).

Para Dezani *et al.* (2015) pessoas com maior nível de escolaridade são mais exigentes quanto às informações sobre os produtos lácteos e seus benefícios, assim como a qualidade e idoneidade da empresa por trás desse produto e com isso o preço a ser pago ao produto tem menos importância, especialmente quando o poder aquisitivo é maior.

Tabela 6. Critério de compra: preço dos produtos lácteos em Santa Catarina, respondendo a pergunta: “Você utiliza o preço como critério de compra de produtos lácteos?”.

Itens	Respostas			Odds Ratio	IC95%
	Sim	Não	Total		
Renda					
Até 1 salário mínimo	67	59	126	CR	-
De 1 a 3 salários mínimos	101	68	169	1,18	0,88–1,58
De 4 a 10 salários mínimos	29	51	80	0,65	0,45–0,92
>10 salários mínimos	10	18	28	0,64	0,37–1,08
Idade					
18 a 30 anos	178	150	328	CR	-
31 a 60 anos	21	38	59	0,62	0,43–0,88
>61 anos	8	8	16	0,89	0,47–1,68
Gênero					
Feminino	141	112	253	CR	-
Masculino	66	84	150	0,74	0,57–0,95
Escolaridade					
Fundamental incompleto – Médio completo	17	6	23	CR	-
Superior incompleto	130	111	241	0,58	0,32–1,03
Superior completo	22	26	48	0,47	0,24–0,91
Pós-graduação incompleto	17	25	42	0,41	0,21–0,81
Pós-graduação completo	21	28	49	0,44	0,22–0,84

IC 95% - Intervalo de confiança de 95% - Regressão logística múltipla estimada por Generalized Estimation Equations.
¹CR – Classe referência.

Parte dos entrevistados não considerarem o preço do produto como um critério de escolha no momento da aquisição pode ser justificada pela utilização de outros atributos, como marca e sabor (Tabela 7). Dessa forma, indivíduos com maior renda (4 a 10 salários mínimos) e idade entre 31 a 60 anos, apresentaram respectivamente 54% e 60% mais chances de utilizar a marca e o sabor como fatores determinantes para escolher o item a ser comprado, o que pode estar associado à maior estabilidade financeira daqueles com maior renda e maior cuidado com a saúde dos com maior idade (Tabela 7).

Quando foi avaliado o gênero dos entrevistados, os homens apontaram chances 43% maiores de utilizar a marca e o sabor no momento da aquisição de produtos lácteos quando comparado com as mulheres (Tabela 7), que se preocupam mais com o preço desses produtos (Tabela 6).

À medida que aumentou o grau de escolaridade dos entrevistados a partir do superior completo, também aumentou as chances de os produtos lácteos serem escolhidos de acordo com a marca e seu sabor (Tabela 7), corroborando com Dezani *et al.* (2015).

Tabela 7. Marca e sabor como critério de compra de produtos lácteos em Santa Catarina, respondendo a pergunta: “Você utiliza marca e sabor como critério de compra de produtos lácteos?”

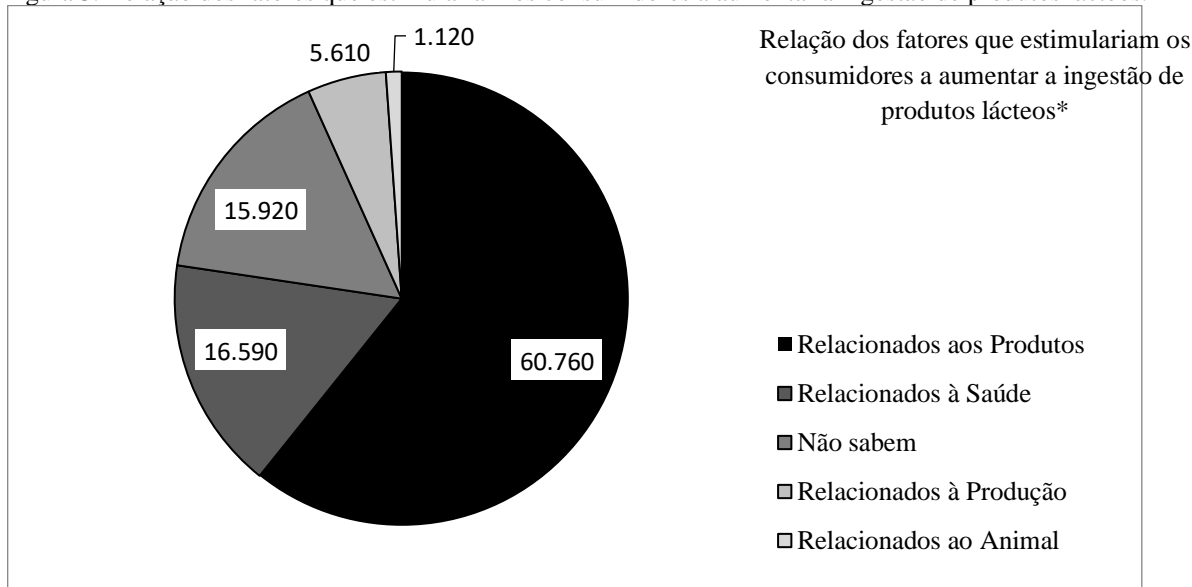
Itens	Respostas			Odds Ratio	IC95%
	Sim	Não	Total		
Renda					
Até 1 salário mínimo	54	72	126	CR	-
De 1 a 3 salários mínimos	58	111	169	0,79	0,59 – 1,07
De 4 a 10 salários mínimos	48	32	80	1,54	1,08 – 2,19
> 10 salários mínimos	16	12	28	1,43	0,85 – 2,40
Idade					
18 a 30 anos	133	195	328	CR	-
31 a 60 anos	35	24	59	1,60	1,13 – 2,28
>61 anos	8	8	16	1,27	0,67 – 2,38
Gênero					
Feminino	97	156	253	CR	-
Masculino	79	71	150	1,43	1,11 – 1,85
Escolaridade					
Fundamental incompleto – Médio completo	5	18	23	CR	-
Superior incompleto	100	141	241	1,76	0,97 – 3,19
Superior completo	23	25	48	2,07	1,05 – 4,06
Pós-graduação incompleto	22	20	42	2,31	1,16 – 4,60
Pós-graduação completo	26	23	49	2,35	1,20 – 4,61

IC 95% - Intervalo de confiança de 95% *Regressão logística múltipla estimada por Generalized Estimation Equations.

Fatores relacionados aos produtos, como maior diversidade de locais de venda, porções menores, produtos com maior tempo de prateleira, maior variedade de sabores, menor preço, embalagens e

marketing mais atrativos estimulariam o consumo de quase 61% dos entrevistados. Porém, para quase 17% das pessoas, os fatores relacionados à saúde, parecem ter grande importância. Todavia, os fatores relacionados aos sistemas de produção e aos animais parecem estimular pouco o consumo dos produtos lácteos (5,6% e 1,12%, respectivamente), mas quase 16% dos consumidores dizem não saber o que os estimularia consumir tais produtos (Figura 3), e é nessa fração que a indústria, marketing e informações verdadeiras e com respaldo científico deveriam agir para conquistar o público.

Figura 3. Relação dos fatores que estimulariam os consumidores a aumentar a ingestão de produtos lácteos.



*Fatores relacionados aos produtos = maior diversidade de locais de venda; produtos com menores porções e maior vida de prateleira; produtos com maior qualidade, maior variedade de sabores e menor preço; embalagens mais atrativas; marketing e maior disponibilidade de produtos de outras espécies, como ovinos, caprinos e bubalinos. Fatores relacionados à saúde = produtos com menores teores de gordura, mais saudáveis e mais opções para pessoas alérgicas e intolerantes. Fatores relacionados à produção = mais incentivo aos produtores; mais fiscalização; menores impostos; produtos com rastreabilidade e melhor conhecimento do sistema de produção. Fatores relacionados aos animais = bem-estar animal.

4 CONCLUSÃO

Os fatores socioeconômicos de número de pessoas por residência, gênero e renda foram importantes para determinar o hábito do consumo de produtos lácteos, consumo de leite com menor teor de gordura e na compra de produtos lácteos em supermercados, respectivamente. Além disso, a renda, idade, gênero e escolaridade dos consumidores catarinenses influenciaram os critérios de compra, tais como preço, marca e sabor de produtos lácteos.

REFERÊNCIAS

CEPEA - Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada. 2016. PIB do Agronegócio de Cadeias - 2017. Piracicaba: CEPEA/ESALQ/USP. Disponível em: <https://www.cepea.esalq.usp.br/br/pib-decadeias-agropecuarias.aspx> . Acesso em Maio de 2018.

DE SOUZA, A. P. B.; FUKU, G.; NORBERG, J. L. Fatores que influenciam a compra e conhecimento sobre propriedades funcionais de produtos lácteos. *Disciplinarum Scientia Saúde*, v. 14, n.2 p. 273-284. 2013.

DEZANI, A. A.; LA RETONDO, B. B.; WAIDEMAN, M. A. Determinantes de consumo dos produtos derivados do leite. *REA-Revista Eletrônica de Administração*, v. 14, n. 1, p. 62-84, 2015.

EMBRAPA. Indicadores: Leite e Derivados. Ano 8, n.72, Juiz de Fora: Embrapa Gado de Leite, 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Cidades e Estados. Santa Catarina. 2018 Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sc/.html?> . Acesso em: 02 de Junho de 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Estatística da Produção Pecuária. Dezembro de 2017. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/2380/epp_2017_4tri.pdf. Acesso em: abril de 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE): Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/84/ppm_2016_v44_br.pdf. Acesso em: Julho de 2019.

MUNIZ, L.C.; MADRUGA, S.W.; ARAÚJO, C.L.; Consumo de leite e derivados entre adultos e idosos no Sul do Brasil: um estudo de base populacional. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 18, p. 3515-3522, 2013.

PEREIRA, G. H. S.; BANKUTI, F. I.; BRITO, M. M.; POZZA, M. S. S.; DAMASCENO, J. C.; Perfil do consumidor de leite e derivados no município de Maringá, PR. *Scientia Agraria Paranaensis*, v. 17, n. 1, p. 41-50.

PINHA, L. C.; TRAVASSOS, G. F.; CARVALHO G. R.; O Panorama do Consumo Domiciliar de Lácteos no Brasil. EMBRAPA – Centro de Inteligência do Leite. 2011.

ZOCCAL, R. Alguns números do leite. *Revista Balde Branco*. Disponível em: <http://www.baldebranco.com.br/alguns-numeros-do-leite/>. Acesso em: 12 de Abril de 2018., v. 29, p. 12-16, 2016.