

## PESQUISA SOBRE O HÁBITO DE CONSUMO DE LEITE E QUEIJO DE OVELHA

Caroline Nair Ramirez Braga<sup>1</sup>, Natalia Santos Leal<sup>2</sup>, Viviane Farina Monteiro<sup>3</sup>, Laura Dias Fernandes<sup>4</sup>, Simone Fernandes<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Discente do Curso de Graduação em Zootecnia, FMVZ - UNESP, Botucatu – SP. E-mail: carol\_braga\_4@hotmail.com;

<sup>2</sup>Discente do Curso de Pós-Graduação em Zootecnia, FMVZ - UNESP, Botucatu - SP. E-mail: natalia.leal@uol.com.br;

<sup>3</sup>Discente do Curso de Pós-Graduação em Zootecnia, FMVZ - UNESP, Botucatu – SP. E-mail:

vivifmonteiro@hotmail.com; <sup>4</sup>Discente do Curso de Graduação em Zootecnia, FMVZ - UNESP, Botucatu – SP. E-mail: laura\_fernandes1@hotmail.com; <sup>5</sup>Docente da Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia - UNESP, Botucatu – SP. E-mail: fernandes1@hotmail.com

**Resumo** – No Brasil, a criação de ovinos para produção de leite tem demonstrado crescimento, sendo a maior parte do leite produzido destinado à fabricação de queijos. As pesquisas com os consumidores são importantes para o processo de introdução de novos produtos no mercado com reduzidos risco sem sua comercialização. O objetivo deste trabalho foi avaliar o hábito de consumo, o conhecimento das características do leite e queijo ovino através de questionário aplicado a 100 acadêmicos e funcionários da UNESP/Botucatu e aos moradores desta cidade. No questionário foram feitas nove perguntas de conhecimento geral sobre o produto e qual a frequência do consumo do queijo. Os resultados demonstraram que 69% dos entrevistados nunca experimentaram o queijo de ovelha, embora 99% consumissem queijos regularmente e apenas 10% das pessoas conheciam os benefícios do leite de ovelha.

**Palavras-Chave:** avaliação, comportamento de consumo, produtos lácteos, ovinos

## RESEARCH ABOUT THE HABIT OF CONSUMPTION OF MILK AND SHEEP'S CHEESE

**Abstract** – In Brazil, the sheep milk production has recently emerged and is a fairly new concept. The majority of this milk is being used to manufacture cheese. In order to introduce a new product in to the market it is important to perform consumer research. This will reduce the risk of commercialization. We distributed a survey to 100 students and staff of UNESP-Botucatu campus as well as to Botucatu city residents. Through this survey we obtained data on consumer behavior and knowledge on sheep milk and cheese from sheep's milk. The questionnaire asked for the participant's name, age, sex, nine general knowledge questions, and how often the respondents consume cheese. The results showed that 69% never experienced sheep cheese while 99% regularly consume regular cheese and only 10% of people know the benefits of sheep milk.

**Key-Words:** consumer behavior, dairy, evaluation, sheep

### 1. INTRODUÇÃO

Alguns dos queijos mais populares do mundo, como Roquefort da França, Feta da Grécia, Ricotta e Pecorino da Itália e Manchego da Espanha, são

provenientes de leite ovino. Devido a sua alta concentração de sólidos totais, gordura e caseína, o leite ovino pode ter valor agregado quando transformado em queijo ou outros derivados

(OCHOA-CORDERO et al., 2003). O leite de ovelha apresenta características inigualáveis, pois é mais rico do que o leite das demais espécies em quase todos os seus componentes e possui mais que o dobro do teor de gordura que os leites de vaca e cabra (RIBEIRO et al., 2007), proporcionando um maior rendimento na elaboração de queijos. A aceitação de um produto pode ser avaliada através da realização de questionários com perguntas sobre o hábito de consumo. As pesquisas de mercado são importantes ao processo de introdução de novos produtos no mercado, tendo como objetivo a redução dos riscos do projeto. Considerando que o leite ovino ainda é pouco conhecido no Brasil, e que a ovinocultura de leite é carente de pesquisas, a busca de informações referentes ao desenvolvimento de novos produtos pode incentivar a cadeia produtiva ovina no país, além de proporcionar produtos diferenciados e de alto valor nutricional à população. Este trabalho teve o objetivo de identificar o hábito de consumo de queijo, o conhecimento das características do leite e do queijo de ovelha por consumidores para posterior elaboração e teste de aceitabilidade de queijo maturado de leite de ovelha.

## 2. MATERIAL E MÉTODOS

O estudo foi realizado na Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia da UNESP, Campus Botucatu - SP. Para a realização da pesquisa foi aplicado um questionário a 100 pessoas, dentre os quais eram alunos, professores e funcionários do curso de Veterinária, Zootecnia e Nutrição da UNESP e moradores da cidade de Botucatu. Os participantes tinham idade entre 16 e 84 anos e eram de ambos os sexos. No questionário solicitou-se informações quanto ao nome, idade, sexo, hábito de consumo de queijo (todo dia; uma vez por semana; mais de uma vez por semana; uma vez a cada 15 dias; eventualmente ou nunca) e características do produto, com as opções de resposta sim ou não, em referência às seguintes perguntas: você conhece os benefícios do leite de ovelha?; você já viu propaganda ou notícia sobre leite de ovelha?; o queijo é um alimento nutricionalmente completo?; o queijo é caro?; prefere queijos frescos com sabor suave?; prefere queijos maturados com sabor forte?; você já encontrou queijo de leite de ovelha pra comprar?; já comeu queijo de ovelha?; acha que falta informações sobre o leite e queijo de ovelha? Foi realizada a análise de frequência das respostas de cada pergunta e do hábito de consumo e estabelecido um perfil dos entrevistados.

## 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Dos entrevistados 42% eram do sexo feminino, 48% do sexo masculino e apresentaram-se na faixa etária de 16 a 84 anos. O consumo de queijos no Brasil é principalmente de queijos frescos, com pouco tempo de maturação (REZENDE, VIVAN e AVILA, 1999). Isto também foi encontrado na presente pesquisa onde 84% das pessoas disseram preferir queijos frescos com sabor suave. Segundo os entrevistados (97%), falta divulgação sobre o leite e queijo de ovelha e disponibilidade do produto no mercado (71%) (Tabela 1).

Tabela 1. Resultado da avaliação realizada na comunidade acadêmica da UNESP – Botucatu sobre e a preferência e/ou conhecimento de produtos lácteos de ovinos.

Pergunta	Resposta (%)	
	Sim	Não
Você conhece os benefícios do leite de ovelha?	10	90
Você já viu propaganda ou notícia sobre leite de ovelha?	16	84
O queijo é um alimento nutricionalmente completo?	52	48
O queijo é caro?	68	32
Prefere queijos frescos com sabor suave?	84	16
Prefere queijos maturados com sabor forte?	36	64
Você já encontrou queijo de leite de ovelha pra comprar?	29	71
Já comeu queijo de ovelha?	31	69
Acha que faltam informações sobre o leite e queijo de ovelha?	97	3

A maioria das pessoas (90%) desconheciam as características do leite ovino e apenas 16% já viu alguma referência sobre o assunto, indicando que apesar do crescimento da ovinocultura de leite o produto ainda é pouco conhecido pela população. O mercado de queijos no mundo tem crescido quatro por cento em média nos últimos três anos, impulsionado por um aumento de vendas no varejo, mas também devido ao crescimento expressivo do consumo de queijos industrializados (REZENDE, VIVAN e AVILA, 1999). Este fato foi evidenciado na frequência de consumo dos entrevistados (Tabela 2).

Tabela 2. Resultado da avaliação do hábito de consumo de queijos na comunidade acadêmica da UNESP – Botucatu.

Consumo	Respostas (%)
Todo dia	35
Uma vez por semana	10
Mais de uma vez por semana	38
Uma vez a cada quinze dias	2
Eventualmente	14
Nunca	1

No Brasil, houve aumento no consumo per capita de 3,4 quilogramas de queijo ao ano, em 2010, que em 2000 era de 2,6 quilogramas, demonstrando ter havido um aumento médio de 2,7% ao ano, no período de 2000 a 2010. O queijo é um alimento definitivamente incorporado no cardápio dos brasileiros. Observou-se que 99% dos entrevistados consomem queijo, sendo que 48% consomem toda semana e 35% todos os dias, mas apenas 31% já experimentaram queijo de leite de ovelha. Fato considerado importante para avaliar o comportamento destes consumidores a respeito da aceitação do queijo maturado de leite de ovelha.

#### 4. CONCLUSÕES

A aplicação do questionário neste trabalho

demonstrou que embora o consumo de queijo pela população estudada seja elevado, a maioria desconhece o produto ovino.

#### REFERÊNCIAS

OCHOA-CORDERO, M. A. et al. Milk yield and composition of Rambouillet ewes under intensive management. **Small Ruminant Research**, v. 43, n.3, p. 269-274, 2002.

REZENDE, D.C.; VIVAN, A. M.; AVILA, M. L. O mercado de queijos finos no Brasil e sua relação com o comportamento estrategista das agroindústrias oligopolistas. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 37, n. 2, 1999.

RIBEIRO, L.C. et al. Produção, composição e rendimento em queijo do leite de ovelhas Santa Inês tratadas com ocitocina. **Revista Brasileira de Zootecnia**, v. 36, n. 2, p. 438-444, 2007.