

PESQUISA DE MERCADO SOBRE O CONSUMO DE PRODUTOS LÁCTEOS DE BÚFALA NO RIO GRANDE DO SUL

Andreia Monique Lermen¹
Gabriela Doncato Duarte¹
Eduarda Adiers Agustini¹
Júlia Brasil da Silva¹
Mariana Salvador dos Santos¹
Luize Haab Schuster¹
Thiago Rosa Pianetti¹
Amanda Souza da Motta²

RESUMO

O interesse por produtos lácteos derivados do leite de búfala tem aumentado nos últimos anos. Portanto, o objetivo deste estudo foi avaliar o consumo de produtos lácteos bubalinos no estado do Rio Grande do Sul. Realizou-se uma pesquisa do tipo *survey*, através de um questionário no Google Forms. Entre os 594 respondentes, a maioria era do sexo feminino (71,55%), entre 18 a 25 anos (40,40%) e com ensino superior (51,01%). A maioria (95,59%) afirmou consumir produtos lácteos, destes, 45,04% consomem derivados de leite de búfala, principalmente queijo (97,24%). Contudo, a frequência é baixa: 4,33% consomem semanalmente e 3,15% diariamente. A maioria (64,17%) adquire esses produtos em mercados de pequeno a grande porte. Entretanto, 56,38% acreditam que é necessária maior divulgação, 42,73% apontam falta de disponibilidade e 24,11% pouca variedade. Dentre os que não consomem derivados bubalinos, 44,33% demonstram interesse, indicando potencial de expansão do mercado. Entre os impeditivos para a compra, destacam-se o preço (23,58%), disponibilidade (28,72%), receio do sabor (7,45%) e a falta de oportunidade para consumir os produtos (20,74%). Observa-se, com esta pesquisa, que obstáculos econômicos, logísticos e culturais ainda limitam a presença dos lácteos bubalinos na alimentação, apesar do potencial de expansão desse mercado.

Palavras-chave: búfalas, indústria de lácteos, mercado, perfil do consumidor.

MARKET SURVEY ON THE CONSUMPTION OF BUFFALO DAIRY PRODUCTS IN RIO GRANDE DO SUL, BRAZIL

ABSTRACT

The interest in dairy products derived from buffalo milk has increased in recent years. Therefore, the objective of this study was to assess the consumption of buffalo dairy products in Rio Grande do Sul, Brazil. A survey was conducted using a Google Forms questionnaire. Among the 594 respondents, most were female (71.55%), aged 18 to 25 years (40.40%), and had higher education (51.01%). Most participants (95.59%) reported consuming dairy products, of which 45.04% consumed buffalo milk derivatives, mainly cheese (97.24%). However, the frequency is low: 4.33% consume weekly and 3.15% daily. The majority (64.17%) purchase these products in markets ranging from small to large scale. Nevertheless, 56.38% believe greater promotion is necessary, 42.73% cite lack of availability, and 24.11% report little variety. Among those who do not consume buffalo products, 44.33% express interest, indicating market

¹ Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS. andreiamoniqueermen@hotmail.com.

² Docente do Departamento de Microbiologia, Imunologia e Parasitologia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul- UFRGS.amanda.motta@ufrgs.br.

expansion potential. The main barriers to purchase include price (23.58%), availability (28.72%), concern about flavor (7.45%), and lack of opportunity to try the products (20.74%). This research indicates that economic, logistical, and cultural barriers still limit the presence of buffalo dairy products in diets, despite the market's expansion potential.

Keywords: Buffaloes. Dairy industry. Market. Consumer profile.

ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL CONSUMO DE PRODUCTOS LÁCTEOS DE BÚFALA EN RIO GRANDE DO SUL

RESUMEN

El interés por los productos lácteos derivados de la leche de búfala ha aumentado en los últimos años. Por lo tanto, el objetivo de este estudio fue evaluar el consumo de productos lácteos bubalinos en Rio Grande do Sul, Brasil. Se realizó una encuesta mediante un cuestionario en Google Forms. Entre los 594 encuestados, la mayoría era de sexo femenino (71,55%), tenía entre 18 y 25 años (40,40%) y contaba con educación superior (51,01%). La mayoría (95,59%) afirmó consumir productos lácteos; de estos, el 45,04% consume derivados de leche de búfala, principalmente queso (97,24%). Sin embargo, la frecuencia es baja: el 4,33% consume semanalmente y el 3,15% diariamente. La mayoría (64,17%) adquiere estos productos en mercados de pequeño a gran porte. No obstante, el 56,38% considera necesaria una mayor divulgación, el 42,73% señala falta de disponibilidad y el 24,11% poca variedad. Entre quienes no consumen derivados bubalinos, el 44,33% muestra interés, lo que indica potencial de expansión del mercado. Entre los factores que dificultan la compra destacan el precio (23,58%), la disponibilidad (28,72%), la preocupación por el sabor (7,45%) y la falta de oportunidad para probar los productos (20,74%). Este estudio evidencia que los obstáculos económicos, logísticos y culturales aún limitan la presencia de los lácteos bubalinos en la alimentación, a pesar del potencial de expansión de este mercado.

Palabras Clave: Búfalas. Industria láctea. Mercado. Perfil del consumidor.

INTRODUÇÃO

O mercado de produtos lácteos tem passado por uma diversificação crescente nos últimos anos, impulsionado pela demanda por alternativas ao leite de vaca (1). Entre essas opções, os produtos lácteos de búfala têm ganhado destaque, especialmente devido às características nutricionais e tecnológicas do leite de búfala, que o diferencia dos outros tipos de leite. O leite bubalino apresenta elevados teores de gordura, proteína, lactose, sólidos totais e minerais, o que proporciona maiores rendimentos na elaboração de produtos lácteos (2).

Aliado a isso, o leite de búfala é atualmente o segundo mais consumido, tanto no Brasil quanto em nível global (3). Essa expansão deve-se à maior valorização do leite de búfala, ao aumento da demanda dos consumidores, ao sabor suave e seus benefícios nutricionais (4). Apesar do leite bubalino e seus derivados estarem ganhando espaço nas prateleiras e na mesa do consumidor brasileiro, ainda trata-se de um mercado incipiente em relação aos produtos de origem bovina. Essa barreira existente ocorre devido ao desconhecimento por parte do consumidor, à dificuldade de acesso aos produtos, ao preço elevado, à oferta reduzida ou até mesmo em função das dificuldades enfrentadas pela indústria em diversificar os produtos (5).

No que tange ao comportamento do consumidor, Cruz *et al.* (6) destacam que ele é caracterizado pelas escolhas ao adquirir bens e serviços com os quais possui uma relação, sendo influenciado por diversos fatores, como escolaridade, atividade profissional, poder aquisitivo,

cultura e lazer. Além desses, aspectos sociais, familiares e psicológicos também exercem um papel significativo na decisão de compra (1). Portanto, compreender tais condições é fundamental para traçar o perfil do consumidor, seus hábitos de consumo, fatores que influenciam suas escolhas e eventuais barreiras enfrentadas (6).

A partir deste panorama, entende-se ser possível desenvolver estratégias mais eficazes de atendimento às demandas do consumidor, bem como orientar a organização da cadeia produtiva, subsidiar ações de divulgação, comercialização e valorização dos produtos bubalinos (1), promovendo o fortalecimento desses produtos no mercado. Contudo, é importante salientar que há poucos estudos que visam conhecer o perfil do consumidor de derivados lácteos bubalinos no Brasil. Especificamente no estado do Rio Grande do Sul, essa lacuna é ainda mais evidente. Nesse contexto, o objetivo deste estudo foi avaliar o consumo de produtos lácteos bubalinos no estado do Rio Grande do Sul.

MATERIAIS E MÉTODOS

Este estudo seguiu a metodologia *survey*, caracterizada pela coleta direta de informações junto aos participantes. Nesse modelo, os dados primários devem ser obtidos por meio de questionários, que podem ser aplicados de diversas maneiras, como presencialmente, por telefone, correio, e-mail ou internet (7).

Para a coleta das informações foi utilizada a internet, através de um formulário elaborado no "Google forms" (Quadro 1). Antes de ser disponibilizado ao público em geral, o questionário foi previamente validado por um grupo piloto. Após os ajustes necessários, um link com o convite para participar da pesquisa foi compartilhado por *e-mail* e mídias sociais (WhatsApp®, Instagram®, LinkedIn®, Twitter® e Facebook®), utilizando a técnica de amostragem em cadeia, conhecida como "bola de neve". Essa abordagem permite alcançar um grande número de participantes sem custos operacionais, favorecendo a diversidade da amostra.

Quadro 1. Perguntas realizadas no questionário: Perfil de consumidores de produtos lácteos de origem bubalina no RS.

1. Em que cidade você vive?
2. Qual seu gênero
3. Qual sua faixa etária?
4. Qual seu nível de escolaridade?
5. Qual sua renda familiar? Considere de todas as pessoas que moram na sua casa.
6. Você consome produtos de origem animal? Considere os seguintes produtos como de origem animal: carne, ovos, mel, leite e derivados.
7. Você consome produtos lácteos?
8. Com que frequência você consome produtos lácteos?
9. Qual a origem dos produtos lácteos que você consome ou já consumiu? (Múltipla escolha)
10. Quais tipos de produtos lácteos de búfala você consome ou já consumiu? (Múltipla escolha)
11. Com qual frequência você consome produtos lácteos de búfala ?
12. Com qual frequência você compra os produtos lácteos de búfala ?
13. Quais fatores você leva em consideração ao comprar produtos lácteos de búfala ? (Múltipla escolha)
14. Onde você adquire os produtos de búfala ? (Múltipla escolha)
15. Como você avalia a disponibilidade dos produtos lácteos de búfala ? (Múltipla escolha)
16. Caso você não consuma produtos lácteos de búfala , você teria interesse em consumir esses produtos?
17. Se você não consome e tem interesse em consumir produtos lácteos de búfala , o que te impede de consumir esses produtos? (Múltipla escolha)

Para o cálculo da unidade amostral (número mínimo de repostas ao formulário) foi utilizada a ferramenta online Calculator.net (<https://www.calculator.net/sample-size-calculator.html>), com nível de confiança de 95%, margem de erro de 5% e tamanho da população estimado em 11.229.915 habitantes no estado do Rio Grande do Sul (8) na época de aplicação do questionário. O questionário online ficou disponível de 12 de abril a 25 de maio de 2024.

Após a coleta das informações, os dados foram organizados e tabulados no programa *Microsoft® Excel 365*, possibilitando a realização de análises descritivas e a criação de gráficos para a visualização dos resultados.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

De acordo com o cálculo da amostragem, esperava-se no mínimo 385 respostas no formulário online. Contudo, foram recebidas 594 respostas, atendendo a amostragem mínima para obtenção de resultados com nível de confiança de 95% em relação ao total estimado da população do estado do Rio Grande do Sul.

Dentre os 594 respondentes, a maioria foram mulheres (71,55%) (Tabela 1). Esse predomínio foi encontrado em diversos estudos na literatura, que relatam maior participação feminina em relação à masculina (9,10,11). Observou-se também uma predominância de pessoas da faixa etária entre 18 a 25 anos, seguido de pessoas com 26 a 35 anos de idade (Tabela 1), perfil semelhante ao encontrado nos estudos de Ribeiro Júnior *et al.* (12) e Leite *et al.* (11).

Em relação à escolaridade, a grande maioria tinha grau superior (Tabela 1). Possivelmente a metodologia adotada neste estudo influenciou a composição da amostra, tendo em vista que pesquisas realizadas via *web* tendem a alcançar um público com maior escolaridade. Além disso, é possível que pessoas ligadas ao meio acadêmico tenham demonstrado maior interesse em participar, o que pode ter contribuído para a predominância de indivíduos com nível superior na amostra (13).

No presente estudo verificou-se a participação de indivíduos em diferentes faixas de renda familiar, o que demonstra que o consumo de derivados lácteos, apesar de influenciado pela renda, está presente de forma abrangente entre os participantes da pesquisa. A maior parte dos respondentes possui renda familiar entre 4 e 6 salários-mínimos, seguida pelos que têm renda familiar entre 2 e 4 salários-mínimos (Tabela 1). Esses achados são semelhantes aos do estudo de Pereira *et al.* (10), que apontaram maior concentração entre 4 a 10 salários-mínimos, seguidos por 2 a 4, e por Pires *et al.* (1), que identificaram maior prevalência de renda entre 1 e 5 salários-mínimos.

De acordo com os dados coletados, a grande maioria dos participantes (95,59%) afirmaram consumir produtos lácteos, o que corrobora com outros estudos da literatura onde a maioria dos entrevistados relataram o consumo desses produtos (10,6,12,11). Dentre os não consumidores as razões variam, sendo que 3,22% relataram intolerância à lactose e 0,51% indicaram alergia à proteína do leite, enquanto 0,68% dos entrevistados mencionaram não consumir por opção pessoal. Estes dados revelam que condições de saúde influenciam diretamente o comportamento alimentar. Em contrapartida, Rocha *et al.* (14) verificaram que 8,73% dos consumidores não consumiam leite e derivados devido a intolerância a lactose, enquanto Medeiros Júnior *et al.* (15) observaram que 7,32% dos participantes da pesquisa não consumiam em razão de algum tipo de alergia. Além disso, a opção pessoal, ainda que representando uma porcentagem menor, reflete uma tendência crescente de escolhas alimentares baseadas em fatores como saúde, ética e sustentabilidade (16).

Tabela 1. Perfil socioeconômico dos participantes da pesquisa.

Parâmetros	n	%
Sexo		
Feminino	425	71,55
Masculino	164	27,61
Não-binário	5	0,84
Faixa etária		
18-25	240	40,40
26-35	160	26,94
36-45	89	14,98
46-55	43	7,24
56-65	53	8,92
66 ou mais	9	1,52
Nível de Escolaridade		
Ensino fundamental completo	5	0,84
Ensino médio incompleto	1	0,17
Ensino médio completo	48	8,08
Graduação incompleta	237	39,90
Graduação completa	71	11,95
Pós-Graduação incompleta	66	11,11
Pós-Graduação completa	166	27,95
Renda familiar		
Até 2 salários mínimos	108	18,18
De 2 a 4 salários mínimos	142	23,91
De 4 a 6 salários mínimos	144	24,24
De 6 a 10 salários mínimos	114	19,19
Acima de 10 salários mínimos	86	14,48

Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Em relação à frequência de consumo de produtos lácteos, houve uma predominância de consumo diário entre os participantes, com 65,25% afirmando consumir esses produtos todos os dias. Resultados semelhantes foram encontrados por outros autores na literatura (17,10,11), indicando que o consumo diário de produtos lácteos reflete um hábito enraizado culturalmente, demonstrando sua importância na alimentação e no cotidiano da população. Contudo, também observou-se uma variação considerável na frequência de consumo de produtos lácteos entre os demais entrevistados, indicando uma variação nos padrões alimentares, que podem estar relacionados a fatores como estilo de vida, preferências individuais, questões de saúde ou mesmo acesso aos produtos. Enquanto 4,96% afirmaram consumir produtos lácteos seis vezes por semana, 9,75% relataram o consumo cinco vezes, 7,98% quatro vezes, 6,38% três vezes e 3,01% duas vezes. Apenas 1,60% afirmaram consumir produtos lácteos uma vez na semana. Ainda, há uma pequena parcela de entrevistados que consome produtos lácteos com menor frequência, como uma vez por mês (0,35%) ou a cada quinze dias (0,18%).

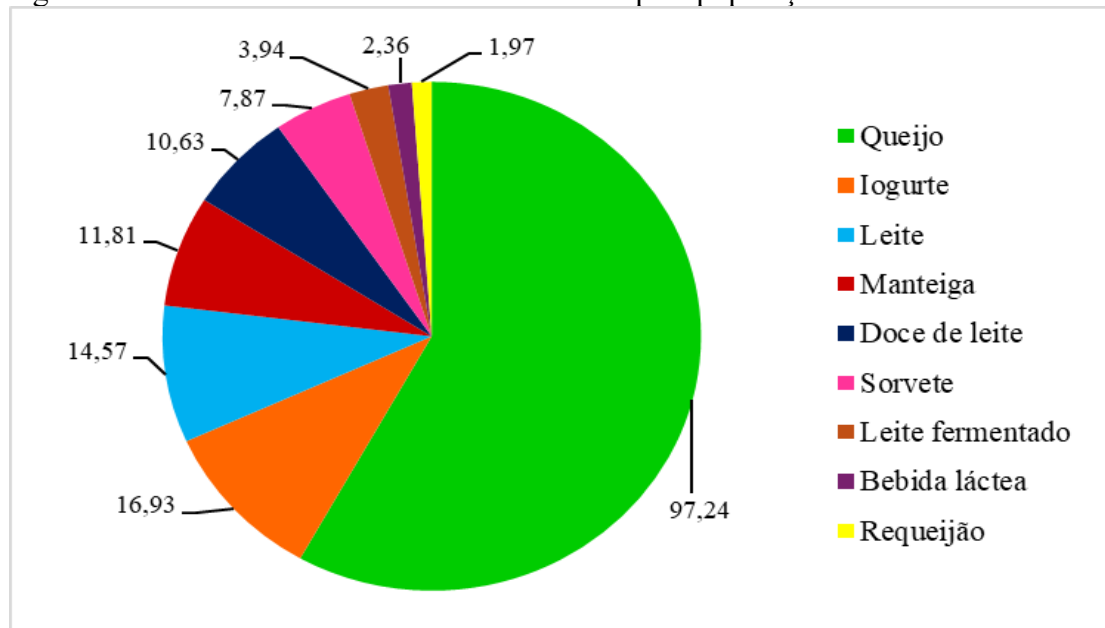
Ao serem questionados sobre a origem dos produtos lácteos consumidos, com a possibilidade de indicar mais de uma origem, os entrevistados revelaram uma alta prevalência (99,47%) de consumo de produtos derivados de leite de vaca. Resultado similar (96,2%) foi

obtido por Pires *et al.* (1) ao investigarem a preferência pela origem do leite e seus derivados entre consumidores do Rio Grande do Norte. Já os produtos lácteos derivados de búfala são consumidos por 45,04% dos participantes, enquanto os produtos lácteos de ovelha e de cabra foram relatados por 7,80% e 7,62% dos participantes, respectivamente. A menor porcentagem foi obtida para produtos lácteos de origem vegetal, com apenas 0,35% dos entrevistados indicando o consumo dessa alternativa. Estes dados podem estar relacionados aos hábitos de consumo da população, a fatores culturais e devido a criação de bovinos de leite ser a mais expressiva no Brasil, com 16,2 milhões de vacas ordenhadas (18). Apesar disso, no Brasil a criação de bubalinos está seguindo conforme a inclinação mundial de crescimento. No entanto, essa criação ainda não se destaca entre as atividades pecuárias no país e no estado do Rio Grande do Sul, em razão do desconhecimento sobre as características anatômicas e funcionais dos búfalos, bem como sobre a qualidade de sua carne, dos produtos lácteos, do couro e das particularidades relacionadas ao seu manejo (5).

O desconhecimento acerca dos produtos bubalinos pode refletir diretamente nos hábitos de consumo da população, o que corrobora com os dados coletados neste estudo, que indicam que a maioria dos participantes (54,96%) não consome produtos lácteos de búfala. Esse resultado também reflete que não houve aumento no consumo de lácteos bubalinos no estado do Rio Grande do Sul nos últimos dez anos, considerando que os dados se mantêm próximos aos observados por Zanella, Kolling e Fernandez (19), que identificaram que 57,51% dos entrevistados não consumiam produtos lácteos bubalinos. Contudo, dentre os consumidores, os tipos de produtos consumidos variaram (Figura 1), sendo o queijo de búfala o mais consumido pelos respondentes (97,24%). Esse resultado está em consonância com a literatura, que aponta o queijo como um dos produtos lácteos de búfala mais consumidos pela população (1). No entanto, isso também pode ser atribuído à sua maior disponibilidade no mercado em comparação com outros derivados bubalinos (20). Além disso, 16,93% dos participantes relataram o consumo de iogurte, 14,57% de leite, 11,81% de manteiga, 10,63% de doce de leite, 7,87% de sorvete, 3,94% de leite fermentado e 2,36% indicaram consumir bebida láctea. Apenas 1,97% dos entrevistados mencionaram consumir requeijão de origem bubalina. Estes dados indicam que os consumidores possuem menos familiaridade com estes derivados ou que há desafios para a indústria em diversificar o mercado de produtos lácteos bubalinos, tendo em vista que a produção de leite de búfala ainda é inferior à de leite de vaca, o que limita a produção e a oferta desses produtos (5).

Com relação à frequência de consumo de produtos lácteos de búfala, 57,87% relataram consumir algumas vezes ao ano e 21,65% relataram ter experimentado apenas uma vez, enquanto 12,99% consomem pelo menos uma vez por mês. Ainda, uma pequena parcela de participantes relatou consumir esses produtos com maior frequência, como pelo menos uma vez por semana (4,33%) ou todos os dias (3,15%). Portanto, observa-se que a frequência de consumo de produtos lácteos bubalinos ainda é relativamente baixa no estado do Rio Grande do Sul. Esse cenário pode ser explicado, em parte, devido a produção de produtos lácteos ser predominantemente oriunda de bovinos, enquanto a bubalinocultura tem sido mais voltada para a produção de carne, o que reduz a oferta e visibilidade de derivados lácteos bubalinos no mercado regional (21,22).

Figura 1. Produtos lácteos de búfala consumidos pela população no Rio Grande do Sul.



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Quando questionados com qual frequência os entrevistados compravam produtos lácteos bubalinos, cerca de 28,35% dos participantes compartilharam que não compravam tais mercadorias, mas consumiam. Esse consumo, em muitos casos, estava associado a experiências em eventos, feiras, restaurantes ou na casa de amigos e familiares. Em contrapartida, dentro dos questionados que realizavam a compra foi observado que 19,29% dos consumidores adquiriam tais itens pelo menos uma vez ao ano, 20,87% ao menos uma vez no período de 6 meses, 12,60% pelo uma vez ao mês e 4,72% em pelo menos uma ocasião por semana. Esses dados revelam uma baixa frequência de aquisição de produtos lácteos bubalinos, o que pode estar relacionado à pouca disponibilidade desses produtos no comércio em geral e à pouca variedade quando comparados aos derivados de leite bovino. Ademais, esse cenário também revela a ausência de estratégias eficazes de marketing para promover os produtos lácteos bubalinos junto ao consumidor final (23,24).

De acordo com os dados coletados, observa-se que 59,45% dos participantes realizam a aquisição de produtos de búfala em supermercados e hipermercados, enquanto 4,72% adquirem esses produtos em minimercado ou mercados de bairros (Tabela 2). Esse resultado está alinhado com a tendência apontada por estudos anteriores, que destacam a preferência do consumidor em realizar o abastecimento alimentar em supermercados, mesmo para produtos que poderiam ser adquiridos em estabelecimentos especializados ou feiras (9,1). Adicionalmente, 3,54% optam por comprá-los em padarias, 6,69% realizam a compra em lojas especializadas, enquanto 13,39% adquirem os itens diretamente com os produtores ou em feiras. Além disso, uma minoria (1,97%) obtém os produtos da própria propriedade, enquanto 7,09% adquirem esses produtos por meio de amigos ou familiares produtores. Por outro lado, 3,15% mencionam o consumo desses produtos em itens, como pizza com muçarela de búfala, capeletti, em itens de fast food, em restaurantes e em pratos de eventos gastronômicos.

Quando questionados referente a quais fatores influenciavam na escolha de compra de produtos lácteos dessa origem, os consumidores puderam selecionar mais de uma opção e adicionar questões que não haviam sido englobadas no questionário (Tabela 2). Notou-se que 52,76% dos entrevistados apontaram o sabor como um fator que influencia na compra de produtos lácteos bubalinos. Outros autores também relataram o sabor como um critério importante no consumo alimentar (9,25,26). Salienta-se que, o sabor está ligado ao aspecto

emocional do consumo, evidenciando que a alimentação vai além das necessidades fisiológicas, pois além de ser fonte de saúde, também está associada ao bem-estar e momentos de prazer (26).

Além disso, a qualidade e o valor nutritivo dos produtos lácteos bubalinos também foram indicados como fatores importante por 45,28% e 20,08% dos consumidores (Tabela 2), respectivamente, o que demonstra um interesse crescente por alimentos que, além de agradar ao paladar, ofereçam benefícios à saúde. Os produtos lácteos de búfala possuem características nutricionais que podem justificar essa preferência, como maior teor de proteína e minerais, com destaque para o cálcio, fósforo e magnésio, além de baixo teor de colesterol (27,2). Portanto, a valorização desses atributos pode representar uma oportunidade para ampliar o consumo dos produtos lácteos bubalinos, desde que haja estratégias de divulgação e sensibilização do público quanto aos benefícios e diferenciais dos produtos bubalinos.

O preço (35,83%) também foi apontado como um fator que influencia a compra de lácteos bubalinos (Tabela 2). No estudo de Dezani, La Retondo e Waideman (28), o preço foi um atributo considerado determinante na compra de leite pelos consumidores entrevistados (63,4%). Enquanto isso, Zanella, Kolling e Fernandez (19) reportaram que 40,26% consumiriam mais os produtos lácteos bubalinos se o preço fosse mais acessível. Isso sugere que, embora haja interesse nos produtos derivados de leite de búfala, o custo mais elevado em relação aos produtos convencionais ainda limita sua inserção mais ampla no mercado. Portanto, políticas de incentivo à produção, apoio à cadeia produtiva, estratégias de comercialização, e de marketing que enfatizem o valor nutricional dos produtos e seus benefícios à saúde podem ser medidas adotadas visando reduzir os custos ao consumidor final, a fim de ampliar o acesso aos produtos bubalinos (29).

Soma-se à essa discussão, a origem dos produtos, levada em consideração por 16,54% dos consumidores. Segundo Ambrosini *et al.* (26), a origem remete à proximidade com o produtor, ao reconhecimento da história e cultura envolvidas na produção, revelando confiança nos produtos. O que também está em consonância com este estudo, pois 17,72% dos consumidores relataram a confiabilidade no produto como um aspecto importante.

Ainda, a embalagem com informações sobre o produto (18,11%) e embalagem com carimbo da inspeção sanitária (16,14%) também são fatores observados pelos consumidores, embora com menor relevância (Tabela 2). Diferentemente do estudo de Planzer Júnior *et al.* (30), onde constatou-se que 35% dos entrevistados afirmavam comprar apenas queijos que contivessem selo de inspeção sanitária. De modo similar, no estudo de Ambrosini *et al.* (26), a presença de selo de inspeção nos queijos em geral é um aspecto importante para 69% dos entrevistados. No caso dos produtos lácteos bubalinos, vale destacar a existência do Selo de Pureza 100% Búfalo, instituído pela Associação Brasileira de Criadores de Búfalo (ABCB), o qual assegura que o produto é feito exclusivamente com leite de búfala, sem adição de leite de vaca, garantindo a autenticidade e qualidade do produto (31).

Por fim, os consumidores puderam acrescentar outros fatores que levam em consideração no momento da compra, contribuindo com a pesquisa. Nesse contexto, os consumidores mencionaram que compram muçarela de búfala para preparar receitas como risoto e pizza, o que evidencia que o consumo de produtos lácteos bubalinos pode estar atrelado a contextos de maior valorização culinária e experiências gastronômicas. Além disso, a curiosidade, digestibilidade e benefícios à saúde também foram mencionados. Esses dados reforçam a importância de ações de divulgação dos produtos lácteos bubalinos, buscando aumentar sua valorização e esclarecendo seus diferenciais nutricionais para a população. Outro aspecto citado foi a disponibilidade, tendo em vista que os participantes relataram dificuldade em encontrar esses produtos para compra em lojas de suas cidades, evidenciando uma presença limitada de produtos lácteos bubalinos no comércio.

Ainda sobre a disponibilidade de produtos lácteos bubalinos, a maioria dos entrevistados (56,38%) considera que esses produtos devem ser mais amplamente divulgados no mercado (Tabela 2). Segundo Carvalho *et al.* (32), as campanhas de marketing contribuem para o aumento da aquisição de alimentos industrializados, uma vez que influenciam o comportamento do consumidor ao destacarem vantagens, como a praticidade e a comodidade em adquirir o produto, seus benefícios e a economia de tempo no preparo das refeições. Além disso, 42,73% apontam que esses produtos deveriam ter uma maior disponibilidade nas redes de mercados atuais. De acordo com os dados, 24,11% dos entrevistados acreditam que deveria haver uma maior variedade de produtos lácteos de búfala disponíveis para consumo. Ao comparar a disponibilidade dos produtos lácteos bubalinos com os de origem bovina, verifica-se que os primeiros ainda apresentam uma oferta significativamente inferior nos estabelecimentos (5). Por fim, há uma pequena parcela de participantes (10,11%), que considera satisfatória a disponibilidade atual desses produtos lácteos bubalinos no cenário atual.

Tabela 2. Disponibilidade e preferências na aquisição de produtos lácteos de búfala.

Onde você adquire os produtos de búfala? (Você pode marcar mais de uma opção)	n	%
Não realizo a compra, mas consumo	72	28,35
Supermercado ou Hipermercado	151	59,45
Diretamente do produtor ou de feiras	34	13,39
De amigos ou familiares	18	7,09
Lojas especializadas	17	6,69
Minimercado ou mercado de bairro	12	4,72
Padarias	9	3,54
Outros	8	3,15
Da minha propriedade	5	1,97
Quais fatores você leva em consideração ao comprar produtos lácteos de búfala? (Você pode marcar mais de uma opção)		
Sabor	134	52,76
Qualidade de produto	115	45,28
Preço	91	35,83
Valor nutritivo	51	20,08
Embalagem com informações sobre o produto	46	18,11
Confiabilidade no produto	45	17,72
Origem	42	16,54
Embalagem com carimbo da inspeção sanitária	41	16,14
Outros	10	3,94
Como você avalia a disponibilidade dos produtos lácteos de búfala? (Você pode marcar mais de uma opção)		
Considero satisfatória	57	10,11
Poderia ter disponibilidade em mais locais para que eu pudesse comprar	241	42,73
Poderia ter mais variedades de produtos lácteos bubalinos	136	24,11
O produto deve ser mais divulgado	318	56,38
Outros	7	1,24

Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Cerca de 45,04% dos participantes consomem produtos lácteos de búfala, entretanto, dentre os que não consomem, 44,33% responderam que teriam interesse em consumi-los e apenas 10,64% não teriam esse interesse. Esse resultado demonstra uma oportunidade de expansão do mercado bubalino, especialmente entre aqueles que ainda não consomem, mas demonstram curiosidade. Entre os fatores que influenciam essa decisão, o preço dos produtos foi apontado como um impeditivo por 23,58% das pessoas, o que pode estar relacionado ao menor volume de produção, refletindo diretamente no valor final do produto (33). Enquanto isso, 28,72% relataram nunca terem encontrado esses produtos no mercado, o que demonstra as limitações na distribuição e na presença em pontos de venda convencionais. A cadeia produtiva do leite de búfala no Brasil e, especialmente no estado do Rio Grande do Sul, ainda é concentrada em regiões específicas, o que dificulta a ampliação da oferta no mercado e restringe o acesso em muitas localidades (34).

Além disso, outros motivos foram mencionados pelos participantes, como o receio do sabor (7,45%), a confiança nos produtos (0,71%) e a falta de oportunidade para consumir os produtos (20,74%). Ainda, 3,19% dos participantes relataram outros motivos que impactam seu interesse, como pouca disponibilidade, o esquecimento de procurar, pouca divulgação, a rotina de consumir produtos bovinos, o consumo esporádico, o desconhecimento dos benefícios e até mesmo o fato de nunca terem refletido sobre a possibilidade de consumo. Esses dados indicam que, apesar do potencial de crescimento, ainda existem barreiras econômicas, logísticas e culturais que dificultam a inserção dos produtos bubalinos na rotina alimentar da população.

CONCLUSÃO

Diante do exposto, observou-se que uma parcela da população já consome produtos lácteos bubalinos, apesar da frequência de consumo ainda ser baixa. Os dados obtidos revelam que o preço elevado, a baixa disponibilidade para compra e o desconhecimento dos produtos constituem barreiras importantes à ampliação desse mercado. Em contrapartida, o interesse manifestado por não consumidores, aliado ao reconhecimento do sabor, da qualidade e do valor nutricional, demonstra um cenário promissor para a expansão da cadeia produtiva bubalina no estado. Nesse sentido, estratégias de divulgação, aumento da oferta e diversificação dos produtos, além de políticas de incentivo à produção, podem contribuir para fortalecer a presença dos lácteos bubalinos no mercado e ampliar sua inserção na rotina alimentar da população.

REFERÊNCIAS

1. Pires JPS, Vêras IVUM, Pereira MS, Barnabé NNC, Falcão Filho RS. Consumer profile of dairy products in the Seridó microregion of Rio Grande do Norte, Brazil. *Obs Econ Latinoam*. 2024;22(6):1-16. doi: 10.55905/oelv22n6-162.
2. Cavali J, Pereira RGA. Produção leiteira de búfalos. In: Salman AKD, Pfeifer LFM, editores técnicos. *Pecuária leiteira da Amazônia*. Brasília: Embrapa; 2020. p. 391-9.
3. Godinho FMS, Krug M, Figueiredo RP, Müller A, Jank L, Tomaszewski CA, et al. Microbiological and physico-chemical characteristics of buffalo milk used for dairy products in southern Brazil. *J Dairy Res*. 2020;87(4):463-8. doi: 10.1017/S002202992000093X.
4. Miranda R. Laticínios de leite de búfala conquistam espaço no Brasil [Internet]. Uaiagro; 2021 [citado 8 Jan 2025]. Disponível em: <https://uaiagro.com.br/>

5. Motolo GS, Franco JR, Lossolli NAB, Nardi G Jr, Dantas A. Produção leiteira de bubalinos e suas particularidades em comparação aos de bovinos. *Braz J Implantol Health Sci.* 2024;6(3):1147-57. doi: 10.36557/2674-8169.2024v6n3p1147-1157.
6. Cruz AV, Silva EAC, Lima ALA, Jesus IS, Feitosa RF, Dufossé MCS, et al. Perfil sociodemográfico e percepção dos consumidores sobre a segurança alimentar de produtos lácteos de origens bubalina e bovina em municípios do Arquipélago do Marajó, estado do Pará. *Vet Zootec.* 2020;27:1-14. doi: 10.35172/rvz.2020.v27.470.
7. Gil AC. Como elaborar projetos de pesquisa. 4a ed. São Paulo: Atlas; 2002.
8. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo demográfico [Internet]. Rio de Janeiro: IBGE; 2022 [citado 10 Abr 2023]. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>
9. Ambrosini LB, Silva RP. Taste, environment and family farming: a study on the perception of “Terra de Areia Pineapple” consumers in Rio Grande do Sul, Brazil. *Organ Rurais Agroind.* 2017;19(2):109-25. doi: 10.21714/2238-68902017v19n2p109.
10. Pereira GHS, Bankuti FI, Brito MM, Pozza MSS, Damasceno JC. Perfil do consumidor de leite e derivados no município de Maringá, PR. *Sci Agrar Paran.* 2018;17(1):44-54. doi: 10.18188/sap.v17i1.16254.
11. Leite GVF, Gusmão TAS, Gusmão RP, Santos RMS, Pessoa JM. Study of the consumption profile of goat dairy products in Paraíba. *Obs Econ Latinoam.* 2024;22(10):1-20. doi: 10.55905/oelv22n10-180.
12. Ribeiro JC Jr, Santos IGC, Dias BP, Mendes LP, Barbon APAC. Profile of the Brazilian consumer and consumer habits of milk and dairy products. *Arch Vet Sci.* 2020;25(2):21-30. doi: 10.5380/avs.v25i2.72429.
13. Ambrosini LB, Specht S, Blume R, João PL. Pesquisa sobre hábitos de consumo e preferências dos consumidores com relação ao azeite de oliva no Rio Grande do Sul. *Pesq Agrop Gaucha.* 2019;25(3):17-35. doi: 10.36812/pag.201925317-35.
14. Rocha BB, Silva MR, Souza GN, Moreira MAS, Faria LS. Prevalência e fatores associados ao consumo de queijo não pasteurizado entre pacientes com tuberculose de uma área urbana do Brasil. *Rev Bras Cienc Bet.* 2014;21(2):96-100. doi: 10.4322/rbcv.2014.030.
15. Medeiros FC Jr, Pereira IC, Miranda RNC Jr, Oliveira RES, Santos EP. Perfil do consumidor de queijo de coalho no Estado da Paraíba. *Res Soc Dev.* 2019;8(5):1-14. doi: 10.33448/rsd-v8i5.1007.
16. Piracci G, Cassini L, Contini C, Stancu CM, Lähteenmäki L. Identifying key attributes in sustainable food choices: an analysis using the food values framework. *J Clean Prod.* 2023;416(1):137924. doi: 10.1016/j.jclepro.2023.137924.
17. Soares KMP, Góis VA, Aroucha EMM, Veríssimo AMOT, Silva JBA. Hábitos de consumo de leite em três municípios do estado do Rio Grande do Norte. *Rev Verde [Internet].* 2010 [citado 13 Abr 2025];5(3):160-4. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7454917>

18. Almeida M, Freitas CA, Oliveira GN, Costa NLC. Pecuária leiteira do Rio Grande do Sul: uma análise espacial da produtividade a partir da década de 1980. *Coloquio Rev Desenvol Regional*. 2022;19(1):123-47. doi: 10.26767/2348.
19. Zanella MB, Kolling GJ, Fernandez VNV. Caracterização do perfil do consumidor de leite de búfala em Feiras no Rio Grande do Sul [Internet]. Pelotas: Embrapa; 2015 [citado 7 Abr 2025]. (Circular Técnica; n. 163). Disponível em: <http://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/handle/doc/1047446>
20. Sales DC, Rangel AHN, Urbano SA, Tonhati H, Galvão JGB Jr, Guilhermino MM, et al. Buffalo milk composition, processing factors, whey constituents recovery and yield in manufacturing Mozzarella cheese. *Food Sci Technol*. 2018;38(2):328-34. doi: 10.1590/1678-457X.04317.
21. Beefpoint. Criação de búfalos ganha espaço nos campos do Rio Grande do Sul [Internet]. São Paulo: Beefpoint; 2023 [citado 6 Abr 2025]. Disponível em: <https://beefpoint.com.br/criacao-de-bufalos-ganha-espaco-nos-campos-do-rio-grande-do-sul/>
22. Toigo F. Produtores gaúchos apostam na criação de búfalos [Internet]. Cascavel: Portal sou agro; 2023 [citado 6 Abr 2025]. Disponível em: <https://souagro.net/noticia/2023/08/produtores-gauchos-apostam-na-criacao-de-bufalos/>
23. Silva SL, Nardi G Jr. Buffaloes by-product production and consumer market. *Tekhne e Logos*. 2014;5(1):15-30.
24. Almeida JA, Medeiros AC, Maracajá PB, Carlos MCS, Silva RJN, Souza JAM. Marketing em sistemas agroindustriais: estratégias da agroindústria de laticínios no semiárido brasileiro. *Rev Bras Filos Hist*. 2025;14(1):113-28. doi: 10.18378/rbfh.v14i1.11197.
25. Missagia SV, Oliveira SR, Rezende DC. Motivações relacionadas à escolha alimentar: segmentação de consumidores. *Agroalimentaria [Internet]* 2017 [citado 12 Abr 2025];23(44):107-21. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6108950>
26. Ambrosini LB, Kroeff DR, Matte A, Cruz FT, Waquil PD. Sabor, história e economia local: percepções dos consumidores gaúchos sobre o queijo colonial. *Pesq Agrop Gaucha*. 2020;26(1):201-21. doi: 10.36812/pag.2020261201-221.
27. Ricci GD, Domingues PF. O leite de búfala. *Rev Educ Contin Med Vet Zootec CRMV-SP*. 2012;10(1):14-9. doi: 10.36440/recmvz.v10i1.255.
28. Dezani AA, La Retondo BB, Waideman MA. Variables that influence the behavior of milk derivatives consumers. *REA Rev Eletron Adm [Internet]*. 2015 [citado 12 Abr 2025];14(1):62-84. Disponível em: <http://periodicos.unifacel.com.br/index.php/rea/article/viewFile/824/811>
29. Silva CV, Silva FA, Kozikoski LGA, Cano A, Oliveira MR. Análise da comercialização da carne e derivados de leite de bubalinos: desafios e perspectivas. *Gest Desenv Rev*. 2015;10(2):173-92. doi: 10.48075/gdemrevista.v10i2.34381.

30. Planzer SB Jr, Cruz AG, Sant'ana AS, Silva R, Moura MR, Carvalho LM. Food safety knowledge of cheese consumers. *J Food Sci.* 2009;74(1):M28-30. doi: 10.1111/j.1750-3841.2008.00995.x.
31. Associação Brasileira de Criadores de Búfalo. Selo de pureza 100% búfalo [Internet]. São Paulo: ABCB; 2025 [citado 7 Abr 2025]. Disponível em: <https://bufalo.com.br/selo-de-pureza/>
32. Carvalho GR, Gandra FPP, Pereira RC, Dias LB, Angelis-Pereira MC. Perceptions about the media and behaviour when buying food products: case study with consumers from two cities in the south of Minas Gerais State. *Braz J Food Technol.* 2019;22:e2018170. doi: 10.1590/1981-6723.17018.
33. Seno LO, Cardoso VL, Tonhati H. Valores econômicos para as características de produção de leite de búfalas no estado de São Paulo. *Rev Bras Zootec.* 2007;36(6):2016-22. doi: 10.1590/S1516-35982007000900010.
34. Gerude Neto OJA, Pontes LS, Pereira DR, Costa JA. Aspectos da cadeia produtiva de búfalos no Brasil: uma revisão. *Recima21.* 2023;4(10):e4104188. doi: 10.47820/recima21.v4i10.4188.

Recebido em: 14/09/2025

Aceito em: 26/01/2026