

Pesquisa de Redes Sociais

Percepções e preferências do consumidor de produtos lácteos

O Brasil é um grande produtor de leite: em 2022, foram 34,6 milhões de litros produzidos (IBGE, s.d.), o que coloca o país como quinto maior produtor mundial – atrás de EUA, Índia, China e Rússia (Statista, 2023). Os maiores produtores de leite do Brasil estão nas regiões Sudeste e Sul, com destaque para Minas Gerais (9,4 milhões de litros) e Paraná (4,5 milhões de litros).

Consumo de lácteos e preferências por região

A Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) do IBGE, realizada em 2017-2018, mostra que o consumo domiciliar de lácteos no Brasil é maior nas regiões Sul e Sudeste.

CONSUMO DE LATICÍNIOS¹ EM KG/PER CAPITA/ANO NO BRASIL

Região	Total	Total por UF
Sul	48,3	PR (38,1), RS (52,9), SC (57,1)
Sudeste	38,4	ES (26,4), MG (43,1), RJ (27,9), SP (41,3)
Centro-Oeste	33,4	DF (26,8), GO (33,7), MS (36,8), MT (36,1)
Nordeste	20,1	AL (10,2), BA (24,3), CE (25,4), MA (8,9), PB (22,9), PE (16,1), PI (15,1), RN (32,7), SE (19,3)
Norte	12,3	AC (22,2), AM (10,2), AP (11,3), PA (11,4), TO (9,2), RO (19,7), RR (12,4)

Fonte: A Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018, IBGE, adaptado.

Segundo o IBGE, o consumo maior no Sul e no Sudeste pode ser atribuído à proximidade dos locais de produção, pois concentram mais de 60% da produção nacional de leite, e ao maior poder aquisitivo e taxa de urbanização em relação às outras regiões do país.

O consumo de lácteos no Brasil também varia por estado, por exemplo, o Sul, liderando em consumo de produtos como queijo prato e leite pasteurizado. O Norte e o Nordeste, por outro lado, se destacam no consumo de manteiga e leite em pó. As diferenças regionais no consumo de lácteos são influenciadas por renda, preços, cultura e características da população, indicando a necessidade de estratégias específicas para aumentar o consumo de lácteos no país.

CONSUMO DE LATICÍNIOS¹ EM KG/PER CAPITA/ANO NO BRASIL

	Região Norte	Região Nordeste	Região Sudeste	Região Sul	Região C.Oeste
Laticínios	12,30	20,06	38,45	48,27	33,44
1. Leite e creme de leite	10,22	16,47	32,23	41,40	28,60
Creme de leite	0,33	0,29	0,51	0,73	0,52
Leite condensado	0,56	0,41	0,89	1,05	0,68
Leite de vaca fresco	2,15	6,22	1,94	4,42	6,64
Leite de vaca pasteurizado	4,49	6,74	27,49	33,71	19,22
Leite em pó desengordurado	0,05	0,13	0,04	0,01	0,01
Leite em pó integral	2,09	1,85	0,42	0,37	0,42
Leite em pó não especificado	0,24	0,19	0,08	0,05	0,05
Outros	0,31	0,65	0,86	1,06	1,07
2. Outros laticínios	1,44	2,04	3,44	4,27	2,78
Iogurte	0,92	1,08	1,79	2,21	1,41
Leite fermentado	0,19	0,51	1,22	1,56	0,70
Manteiga	0,31	0,40	0,35	0,16	0,58
Outros	0,03	0,04	0,08	0,33	0,08
3. Queijos e requeijão	0,64	1,56	2,79	2,61	2,06
Queijo minas	0,09	0,67	0,74	0,11	0,57
Queijo mozzarella	0,30	0,42	1,05	1,07	0,93
Queijo não especificado	0,07	0,09	0,09	0,11	0,13
Queijo parmesão	0,02	0,04	0,12	0,06	0,05
Queijo prato	0,10	0,12	0,25	0,81	0,07
Outros queijos	0,01	0,06	0,13	0,11	0,07
Requeijão	0,06	0,16	0,40	0,33	0,24
Outros	0,31	0,65	0,86	1,06	1,07

Fonte: A Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018, IBGE, adaptado.

¹Considerando leite e creme de leite, queijos e requeijão, e outros laticínios (iogurte, manteiga, etc).

Escopo da pesquisa

Tendo em vista este breve panorama da produção e do consumo de laticínios no Brasil e suas especificidades regionais, o Polo Sebrae Agro conduziu uma pesquisa nas redes sociais para analisar e entender os perfis de comportamento dos consumidores desses produtos no país, a fim de encontrar oportunidades e definir estratégias que possam ser úteis para produtores e técnicos do setor.

Metodologia

- 1 Condução de pesquisa netnográfica: por meio de ferramentas de monitoramento, é feita uma análise de como as pessoas se expressam nas redes sociais.
- 2 Análise de informações de mercado e comportamento do consumidor de produtos derivados do leite.
- 3 Levantamento do perfil de quem fala sobre o assunto nas redes sociais.
- 4 Identificação de insights e oportunidades.

Detalhamento do monitoramento nas redes sociais

Canais analisados monitorados²:



Período de monitoramento:

- 24 de abril a 10 de junho de 2024.
- 11 de abril de 2021 a 3 de junho de 2024.

Total de ocorrências (postagens) coletadas

7.314



Total de ocorrências:

1.104
(postagens)
analisadas

Margem de erro de 3% para um nível de confiança de 95%.

Em pesquisas qualitativas, o tamanho da amostra também é determinado pela natureza dos dados. Para dados homogêneos (semelhantes), são necessárias amostras menores, enquanto dados heterogêneos (diversificados) requerem amostras maiores. Nesta pesquisa, o tamanho da amostra foi estabelecido com base em dois critérios: **1) saturação de categorias**, que ocorre quando novas menções se encaixam em categorias já existentes sem apresentar novidades; **2) aparecimento de regularidades**, em que o tamanho da amostra é considerado adequado ao se observar padrões consistentes nas respostas, indicando que cenários e padrões estabelecidos permanecem inalterados.

²As publicações no Instagram divergiram do tema da pesquisa e, portanto, não foram analisadas.

Resultados da pesquisa

Quem publica?



100% – usuários de redes sociais: publicações realizadas por pessoas comuns, consumidoras ou potenciais consumidoras de produtos lácteos, que usam seus perfis para expressar um relato, desejo, elogio, crítica ou outro comentário acerca do tema.

Sentimentos das publicações

■ Positivo ■ Neutro ■ Negativo



Posts negativos: Representando quase metade dos posts analisados, esses relatos abordam em sua maioria críticas à experiência de consumo de algum produto lácteo, principalmente pela percepção de queda da qualidade desses alimentos ao longo dos anos ou aos preços encontrados.



Posts neutros: são relatos ou experiências do dia a dia dos usuários, sem sentimentos definidos, como o uso de algum produto lácteo em uma receita ou uma sugestão de alimento a outro usuário.



Posts positivos: publicações que revelam uma experiência positiva de consumo de um produto lácteo, como ao encontrar uma determinada marca ou produto que atenda a necessidades específicas (por exemplo, a intolerância à lactose).

Termos gerais mais citados



- A nuvem revela os produtos lácteos mais citados pelos usuários de redes sociais, como o próprio **leite** (586 vezes), o **queijo** (179x), o **“doce”** lácteo (62x), o leite **“condensado”** (57x), a **manteiga** (32x) e o leite em **“pó”** (26x).
- O termo **“lactose”** se destaca (247 citações) por ser um dos principais assuntos quando se trata de produtos lácteos, especialmente para pessoas intolerantes a esse açúcar.
- Algumas características desses produtos aparecem nas principais citações e são os atributos mais observados pelos consumidores, frequentemente usados como ponto principal de suas críticas, elogios e relatos, como **“preço”** (60x), **“qualidade”** (51x), **“sabor”** (37x) e **“saúde”** (32x).
- O **“mercado”** (58x) aparece como o termo mais citado dos lugares de compra.

Produtos mais citados pelos usuários

Dos posts que deixam especificado qual o tipo de produto:

1 - Leite	29,4%	8 - Leite em pó	2,5%
2 - Leite sem lactose	21,1%	9 - Requeijão	1,6%
3 - Queijo	19,7%	10 - Creme de leite	1,4%
4 - Leite condensado	9,7%	11 - Whey (do soro do leite)	1,4%
5 - Doce de leite	6,2%	12 - Sorvete	1,2%
6 - Manteiga	2,7%	13 - Bebidas lácteas gerais	0,4%
7 - Iogurte	2,7%		

Além destes produtos lácteos, mas em menor frequência, foram mencionados na análise de posts outros alimentos que usam produtos lácteos em suas receitas, como o pão de queijo e o chocolate ao leite. As postagens também revelam subprodutos do leite não comumente associados aos produtos lácteos, mas mencionados pelos usuários, como o sorvete e o Whey (a proteína do soro do leite usada como um suplemento alimentar).



Saiba mais no Polo Sebrae Agro: [Soro de leite, uma oportunidade para a cadeia leiteira.](#)

Comportamentos identificados

Publicações negativas: quais são os problemas?

Em quase metade das publicações analisadas, os posts de sentimentos negativos dos usuários revelam o que a cadeia produtiva de lácteos deve ter como ponto de atenção.

1 - Insatisfação com a qualidade do produto (63,1% dos posts negativos)

Frequentemente abordado, os consumidores relatam problemas com a qualidade dos produtos lácteos encontrados no mercado, seja pela percepção do uso de ingredientes de baixa qualidade em comparação ao que era feito anos atrás ou pela conseqüente queda na qualidade do sabor, da textura, do cheiro etc. Essa percepção também indica que os consumidores estão cada vez mais atentos aos rótulos dos produtos e dos ingredientes na composição deles.



*"A mudança dos sabor dos produtos é gritante ! As pessoas que passaram longa vida consumindo os produtos anterior as mudanças sente a grande diferença no paladar ! Agora as pessoas jovens talvez nem percebam ! O **leite condensado** é muito diferente dessa mistura ! A manteiga não é mais dura quando sai da geladeira imediatamente. O **leite** hoje em dia me faz mal..."³*



*"Comprei um **requeijão light** q sempre comprei , estava muito branco , gosto horrível, fui ler a embalagem tava escrito: amido, " pode conter gordura vegetal", etc... ou seja, alterado. O requeijão estava totalmente diferente, péssimo, ruim. Joguei fora. Não compro mais. Até as manteigas estão falsificando . Temos q prestar muita atenção."*



*"minha primeira decepção na vida foi com o **queijo "parmesão"** ralado da marca ****, há décadas atrás, era meu favorito, saboroso, parmesão da melhor qualidade, certo dia comprei e fui comer, era horrível, parecia uma farofa de sal, reparei que na embalagem não estava mais escrito "parmesão".*

2 - Relação com os preços elevados (16,5% dos posts negativos)

Esses posts destacam a insatisfação com os preços encontrados dos produtos lácteos, especialmente quando combinados com a percepção de baixa qualidade já mencionada ou ao perceberem que alguns deles diminuíram de tamanho ao longo do tempo, enquanto o preço aumentou.

Outra crítica dos usuários é ao constatar que produtos sem lactose são mais caros ou mais difíceis de encontrar em suas cidades, o que pode inviabilizar o consumo de quem realmente precisa desse tipo de alimento.



*"Gente moro em Anápolis, no interior de Goiás, um estado que onde a pecuária é largamente utilizada. Não consigo encontrar **creme de leite** fresco nos mercados e o preço de laticínios é um absurdo".*



*"Isso sem mencionar que para manter os preço menos assustadores, fabricantes diminuem a quantidade colocada dentro do pacote: **leite em pó** antes era vendida a quilo, mas chegaram a colocar 650 gramas na embalagem de mesmo tamanho !!!"*



*"**leite sem lactose** acaba sendo bem mais caro e difícil de encontrar aq"*

³As publicações foram mantidas conforme escritas, para preservar as ideias dos usuários. As eventuais citações a marcas foram retiradas.

3 - Impactos na saúde (13,0% dos posts negativos)

São relatos de problemas de saúde que alguns consumidores associam ao consumo de leite e derivados, especialmente em relação à intolerância à lactose e outras reações adversas, também ligados à percepção de queda de qualidade dos ingredientes usados nos produtos lácteos, por ser industrializado, etc.



*"Sempre tomei leite no cafe de manhã. Mas ultimamente, depois de tomar **leite de saquinho**, fiquei com enjoos, vomitos [...]. Depois disso nao consigo nem olhar para leite."*



*"Eu cortei o **leite animal**, **manteiga animal**, **queijos** e **iogurtes** industrializados da minha dieta. A enxaqueca que tive por quase 50 anos reduziu 90%. Isto é incrível, demorei uma vida inteira pra descobrir que oque me fazia mal era justamente o alimento tão conhecido como saudável e necessário."*



*"eu sou a pessoa que mais ama **queijo** na vida como vou viver se até o queijo sem lactose me faz mal? tá difícil hein"*

4 - Experiências negativas de consumo (3,7% dos posts negativos)

Nesses posts, os consumidores compartilham experiências gerais negativas ao consumir produtos lácteos, incluindo compras equivocadas ou por não terem gostado do sabor de um alimento.

No caso das compras por engano, alguns comentários revelam a semelhança de rótulos entre os tipos de produtos lácteos (por exemplo, os com lactose dos sem lactose), o que mostra a importância de diferenciar as embalagens para uma melhor comunicação com o público-alvo.



*"Ja comprei **soro de creme de leite** enganada com semelhanca nas embalagens e falta de atencao msm AFF Precisamos le os rotulos p nao cair"*



*"Outro dia comprei um **leite pó** para preparação de bebida láctea, pois estava no mesmo local dos leites em pó originais! Só percebi quando cheguei em casa, na mesma hora retornei ao supermercado e efetuei a troca por um produto que era realmente leite!!!!"*



*"Comprei uma **manteiga** em promoção no mercado e achei com gosto estranho. Foi olhar direitinho e era manteiga sem lactose. Q m*** viu"*



*"**leite condensado** sem lactose é horrível meudeus pq deus"*

5 - Opiniões negativas diversas (3,7% dos posts negativos)

Comentários de usuários que refletem opiniões sobre os produtos lácteos em geral, comparando com produtos internacionais, percepções negativas sobre a indústria brasileira de alimentos ou dos órgãos de regulamentação.



*“Se fosse um produto similar com preços similares, eu até aceitaria, mas são produtos com qualidades inferior e em alguns casos com valores maiores que o produto original. [...] E se está no mercado, é pq os **órgãos regulamentadoras** autorizaram.”*



*“Isso só são desculpas da **indústria láctea**. Pois que pagam os aumentos são os consumidores.”*



*“Moro na Noruega e vejo uma diferença enorme na qualidade de vários alimentos no Brasil [...] **queijos** e muitos outros produtos são extremamente inferiores no Brasil aqui na Europa tudo é mais fresco e rico em sabor”*

INSIGHTS: o que isso nos mostra?



Comunicação da embalagem com o público-alvo: para evitar que os consumidores confundam produtos lácteos devido a embalagens semelhantes, os produtores podem usar designs distintos e claros de embalagens para cada tipo de produto. Isso vai além das expressões textuais no rótulo; a marca pode trabalhar cores diferentes, ícones específicos ou até mesmo formatos diferentes de embalagens para cada tipo, o que pode facilitar a diferenciação dos produtos com lactose dos sem lactose, por exemplo. Uma comunicação visual clara e intuitiva nas embalagens facilita a identificação correta pelos consumidores, reduzindo o risco de compras equivocadas e melhorando a satisfação do consumidor.



Realçar os benefícios dos produtos lácteos: mitigar a percepção de que os produtos lácteos podem ser prejudiciais à saúde exige enfatizar os benefícios nutricionais desses produtos nas estratégias de comunicação. Destacar a riqueza em cálcio, proteínas, probióticos e outros nutrientes essenciais que os laticínios fornecem pode ajudar a mudar essa percepção. Campanhas educativas e informativas, tanto nas embalagens quanto em canais de comunicação, como redes sociais, podem esclarecer os consumidores sobre os benefícios à saúde proporcionados pelo consumo de produtos lácteos. Além disso, colaborações com nutricionistas e especialistas em saúde para validar e divulgar essas informações podem aumentar a credibilidade e a confiança nos produtos.



Percepção de custo-benefício: essa relação é chave para a continuidade de compra dos consumidores de produtos lácteos, sem a qual muitos deles mencionam ações como a interrupção definitiva do consumo ou mesmo boicote a certas marcas e produtos. Os produtores devem buscar estratégias para equilibrar a qualidade dos produtos com o preço cobrado, garantindo que os consumidores percebam o valor oferecido. Além disso, ao ajustar preços, os produtores devem considerar estratégias de comunicação para explicar o reajuste, destacando melhorias na qualidade do produto ou outros benefícios adicionais, ou seja, transparência é importante para manter a confiança dos consumidores.

- Nesse sentido, alguns usuários têm recomendado aplicativos a outros consumidores para que eles busquem por produtos de interesse e observem os ingredientes utilizados.



*"Não gosto desse [**leite condensado**] **** arenoso não. Prefiro **** e ****. Se vcs querem ver o menos nocivo, podem baixar o aplicativo ****, que escaneia o código de barras e dá nota pro produto com relação a aditivos químicos, etc"*

Publicações positivas: do que os usuários gostam?

Embora em menor quantidade nesta pesquisa, os posts de sentimentos positivos dos consumidores mostram aos produtores de lácteos as oportunidades do que buscar na elaboração e na divulgação desses produtos.

1 - Elogios e recomendação de produtos lácteos (44,1% dos posts positivos)

Estes posts elogiam a qualidade e o sabor de produtos lácteos específicos, com demonstração de satisfação e preferência por certas marcas ou produtos.



*"Vale a pena identificar um bom **doce de leite** através da tabela nutricional: leva apenas açúcar, leite e alguns conservantes. Recomendo **** e ****"*



*"gente, eu moro há 6 anos aqui em João Pessoa e eu NUNCA consegui comprar um queijo de **manteiga** realmente gostoso igual do interior. Até que comprei o que vende na feirinha da **** e é simplesmente IGUAL aos queijos do sertão. Uma delícia de verdade, recomendo demais."*

2 - Experiências culinárias e memórias afetivas (35,8% dos posts positivos)

Inclui relatos de experiências pessoais relacionadas ao consumo de produtos lácteos, como memórias de infância – uma conexão emocional com os produtos, muitas vezes ligada a momentos ou preferências pessoais –, preferências alimentares e experiências de uso de produtos lácteos em receitas.



*"**** é da minha infância mais de 30 anos, aliás aqui a gente não chama de **doce de leite** e sim **** para qualquer marca, pois o **** foi o primeiro a surgir aqui no sul pelo menos."*



*"hoje fiz arroz doce com **leite sem lactose** e caramelo. ficou tao gostosinho (essa foi a primeira receitinha que fiz com as adaptações)"*

3 - A busca por produtos lácteos direto do campo (7,4% dos posts positivos)

Alguns consumidores, para evitar a compra de produtos lácteos oriundos de processos industriais desconhecidos por eles, adotam a estratégia de comprar diretamente do produtor, como uma forma de adquirir produtos mais frescos, não prejudiciais à saúde e com preços mais justos pela qualidade encontrada.



*“Ainda bem que o **leite**, o **queijo** a **manteiga** que eu consumo vêm direto da roça; são produtos de mais qualidade e mais baratos. Evito o máximo que eu posso os produtos industrializados. Não uso óleo há uns 3 anos; utilizo banha de porco agora.”*



*“Moro no interior de MT, compro direto dos produtores, pago 4R\$ o litro do leite puro, ferver, faço **manteiga**, de vez em quando compro mais e faço um **queijo**. Lamento por esses consumidores lesados, mas são os custos de se viver numa sociedade tão profundamente regulamentada.”*

OPORTUNIDADES: o que isso nos mostra?

Reputação do produtor rural: informar no rótulo que o produto é “feito no campo” ou “direto do produtor” pode aumentar a confiança dos consumidores. Adicionar informações sobre a origem do leite, o processo de produção e a ausência de aditivos industriais pode destacar a qualidade e a autenticidade do produto na percepção dos clientes.

E mais, obter certificações que comprovem a qualidade e a procedência dos produtos, como selos de agricultura ou certificações de práticas sustentáveis, pode reforçar a confiança do consumidor nos produtos lácteos. Além dos selos de inspeção municipal, estadual ou federal (SIM, SIE ou SIF), outros podem ser buscados para os produtos lácteos, como o **Selo SISBI** (Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal) ou o **Selo ARTE**, para produtos alimentícios elaborados de forma artesanal e que **já estampa mais de 160 produtos**, dentre eles o iogurte natural, o doce de leite e a manteiga.

Uso em receitas: incluir receitas simples e atraentes nos rótulos dos produtos lácteos pode inspirar os consumidores a experimentar novas formas de uso, o que adiciona valor ao produto e aumenta o engajamento e a satisfação do cliente com a compra. Em rótulos de produtos menores, um QR Code pode ser útil para levar o consumidor à seção de receitas do site ou blog da marca, em que podem ser compartilhadas receitas variadas que utilizem seus produtos lácteos, incentivando assim a experimentação e promovendo a fidelização dos clientes. Além disso, utilizar plataformas de redes sociais para compartilhar vídeos e posts de receitas pode atrair a atenção de um público mais amplo.

Fontes

Kennya Siqueira *et al.* Geografia brasileira do consumo domiciliar de leite. MilkPoint. 2021. Annual consumption of fluid cow milk worldwide in 2023, by country. Statista. 2022. Major producers of cow milk worldwide in 2023, by country. Statista. 2023.

PESQUISA DE REDES SOCIAIS /// VAREJO /// 10 A 13 DE JUNHO DE 2024

Especialista Sebrae Agro

Caren Nanci - Sebrae PR

Coordenação

Douglas Paranaíba de Abreu - Sebrae GO

Victor Rodrigues Ferreira - Sebrae NA

Analista de inteligência

Paulo Henrique de Souza

Consultor Polo Sebrae Agro

Jaqueline Pinheiro da Silva

