



DEMANDA DE LEITE E DERIVADOS EM BOA VISTA/RORAIMA

- PESQUISA DE MERCADO -



Governo do Estado de Roraima

Antônio Denarium
Governador

Edilson Damião
Vice-Governador

Secretaria de Estado da Agricultura, Desenvolvimento e Inovação - SEADI

Márcio Glayton Araújo Grangeiro
Secretário de Estado da Agricultura, Desenvolvimento e Inovação - SEADI

Kelton Oliveira Lopes
Secretário Adjunto de Estado da Agricultura, Desenvolvimento e Inovação - SEADI

Secretaria de Estado das Cidades, Desenvolvimento Urbano e Gestão de Convênios

Edécio Marques de Souza Júnior
Secretário de Estado das Cidades, Desenvolvimento Urbano e Gestão de Convênios - SECIDADES



EQUIPE TÉCNICA

Coordenadora de Projetos Estratégicos/SEADI
Angelita Suanã Sena Vogel


Coordenação Geral da Pesquisa – DEPE/CPRE/SEADI Análise e
Elaboração do Relatório
Maria Ivonete da Silva Costa

Tabulação dos Dados
André Luís Borges

Equipe de Apoio da Pesquisa – CPRE/SEADI
Ana Carolina de Lima Araújo
Victor da Silva Gomes

Coordenação – SECIDADES
Sivonildo Queiroz Carvalho

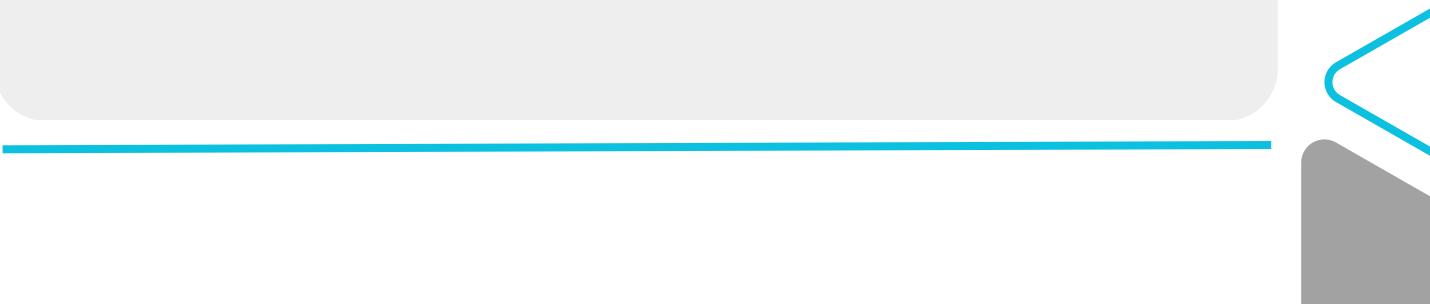
Coordenação de Equipe – SECIDADES
Ana Patrícia Lira de Souza





PESQUISADORES SECIDADES

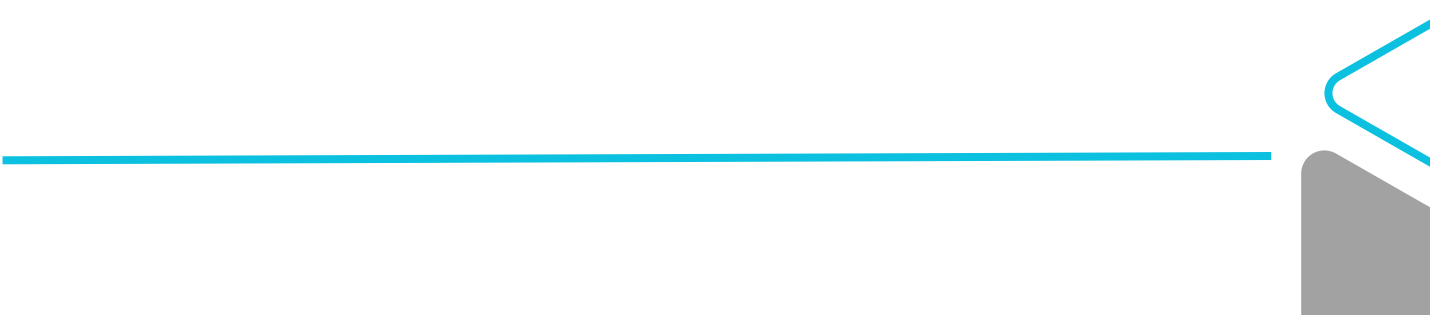
Ana Patrícia Lira de Souza
Allan Tarsício da Silva Queiroz
Aysha Lorrana da Costa Quadros
Bárbara Xavier dos Santos
Francisco Dias Ferreira
Ianna Kevellyn Silva Costa
Kamilla Daiany de Mesquita Corrêa
Kassandra Alves da Silva Linar
Dayane de Souza Freitas
Luana Araújo de Oliveira
Luiara Vieira Anastácio
Lucas Marques de Souza
Maria Francinei de Carvalho Melo
Maria Raimunda Leite dos Santos
Maria Rubierlane da Silva Souza
Valéria Pereira Nogueira
Victor Allef Porto de França
Victória da Silva Lima
Viviane Yasmeen Moura de Araújo
Wendrecky Patryck Gois de Souza



LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Tipos de produtos lácteos distribuídos	15
Quadro 2 - Outros derivados do leite	15
Quadro 3 - Tipos de leite com maior distribuição	16
Quadro 4 - Tipos de queijo mais distribuídos	16
Quadro 5 - Origem dos produtos lácteos distribuídos	17
Quadro 6 - Estados onde são adquiridos os produtos	18
Quadro 7 - Principais fornecedores de laticínios	18
Quadro 8 - Frequência de recebimento de produtos lácteos	20
Quadro 9 - Critérios utilizados para selecionar os lácteos	21
Quadro 10 - Tipos de armazenamentos	21
Quadro 11 - Principais desafios na distribuição de produtos	22
Quadro 12 - Canais de distribuição para venda de lácteos	23
Quadro 13 - Clientes com maiores demandas de lácteos	23
Quadro 14 - Dificuldades na venda de leite e derivados	25
Quadro 15 - Produtos lácteos mais vendidos	27
Quadro 16 - Tipos de leite vendidos	27
Quadro 17 - Tipos de queijo vendidos	28
Quadro 18 - Outros produtos lácteos vendidos regularmente	28
Quadro 19 - Fornecedores de lácteos para revenda	29
Quadro 20 - Origem dos produtos lácteos vendidos	30
Quadro 21 - Fatores que influenciam a compra de produtos	31
Quadro 22 - Desafios na venda de leite e derivados	34
Quadro 23 - Produtos de origem roraimense	38
Quadro 24 - Produtos consumidos regularmente	40
Quadro 25 - Tipos de leite consumidos	41

Quadro 26 - Tipos de queijo consumidos	41
Quadro 27 - Consumo de outros derivados do leite	42
Quadro 28 - Local de compra dos produtos lácteos	43
Quadro 29 - Critérios para escolha de lácteos	44
Quadro 30 - Origem dos produtos	45
Quadro 31 - Produtos lácteos de Roraima por município	48



LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Abrangência de distribuição de lácteos	17
Tabela 2 - Local de compra de produtos lácteos para revenda	20
Tabela 3 - Concorrência de mercado	24
Tabela 4 - Avaliação da demanda atual	24
Tabela 5 - Percepções quanto à demanda por lácteos diferenciados	25
Tabela 6 - Critérios para escolha de fornecedores de lácteos	30
Tabela 7 - Frequência de compras de lácteos pelos clientes	31
Tabela 8 - Clientelas com maiores demandas de lácteos	32
Tabela 9 - Marcas com maior procura pelos clientes	32
Tabela 10 - Tipos de embalagens mais procuradas pelos clientes	33
Tabela 11 - Realização de promoções	34
Tabela 12 - Como melhorar a comercialização de lácteos (sugestões)	35
Tabela 13 - Avaliação sobre a demanda por produtos lácteos	36
Tabela 14 - Demanda por produtos orgânicos, sem lactose ou artesanais	37
Tabela 15 - Concorrência no mercado	37
Tabela 16 - Frequência de consumo de leite e derivados	42
Tabela 17 - Preferência por marcas de produtos lácteos	43
Tabela 18 - Preocupação com a origem do produto	44
Tabela 19 - Influência da origem na qualidade do leite e derivados	45
Tabela 20 - Disposição para pagar mais por qualidade e origem	46
Tabela 21 - Disposição para pagar mais por orgânicos ou sustentáveis	47
Tabela 22 - Necessidades de Inovações no mercado de laticínios	47
Tabela 23 - Melhorias que gostaria de ver no setor de lácteos	50

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	11
AVALIAÇÃO E RESULTADOS	12
ATACADISTAS E DISTRIBUIDORES	13
1 Fornecedores e Produtos	14
1.1 Produtos lácteos distribuídos	14
1.1.1 Outros produtos derivados	15
1.1.2 Demanda de leite por tipo	16
1.1.3 Produto lácteo queijo	16
1.2 Abrangência de distribuição	17
1.3 Origem dos produtos	17
1.4 Fornecedores de laticínios	18
1.5 Compra direta de produtos lácteos	20
1.6 Frequência de recebimento de produtos lácteos	20
1.7 Critérios de seleção de produto	21
2 Armazenamento e Distribuição	21
2.1 Tipos de armazenamentos para produtos lácteos	21
2.2 Desafios na distribuição de produtos	22
3 Mercado e Clientes	22
3.1 Principais canais de distribuição para venda de lácteos	22

3.2 Principais clientes em Boa Vista	23
3.3 Percepção quanto à concorrência	24
3.4 Avaliação da demanda por leite e derivados	24
3.5 Percepção quanto à demanda por lácteos diferenciados	25
3.6 Dificuldades na venda de leite e derivados	25
COMÉRCIO VAREJISTA	26
1 Venda de Leite e Derivados	27
1.1 Leite - tipos vendidos	27
1.2 Queijo - Mais vendidos	28
1.3 Outros produtos derivados do leite	28
1.4 Fornecedores de produtos lácteos	29
1.5 Outros Resultados	29
1.5.1 Origem dos produtos lácteos	30
1.5.2 Critérios para escolha de fornecedores	30
1.5.3 Frequência de compras dos clientes	31
1.5.4 Fatores que influenciam a compra de produtos lácteos pelos clientes	31
1.5.5 Clientelas com maiores demandas por lácteos em Boa Vista	32
1.5.6 Marcas de lácteos mais procuradas	32
1.5.7 Tipos de embalagens mais procuradas	33
2 Tendências e Desafios de Mercado	33
2.1 Desafios no mercado de leite e derivados	34

2.2 Realização de promoções para aumentar as vendas	34
2.3 Sugestões de melhorias	35
3 Principais Percepções	35
3.1 Avaliação sobre a demanda atual por produtos lácteos	36
3.2 Demandas por produtos orgânicos sem lactose ou artesanais	36
3.3 Avaliação sobre a concorrência	37
3.4 Produtos lácteos de origem roraimense	38
CONSUMIDOR FINAL	39
1 Consumo de Produtos Lácteos	40
1.1 Consumo de leite	41
1.2 Consumo de queijo	41
1.3 Consumo de outros derivados do leite	42
1.4 Frequência de consumo de produtos lácteos	42
1.5 Preferência por marcas	43
2 Origem dos Produtos	43
2.1 Local onde compram os produtos	43
2.2 Critérios de escolha dos produtos lácteos	44
2.3 Preocupação com a origem dos produtos lácteos	44
2.4 Influência da origem na qualidade dos lácteos	45
2.5 Origem dos produtos consumidos	45

3 Disposições e Sugestões dos Consumidores Finais	46
3.1 Disposição de pagamento por qualidade e origem	46
3.2 Disposição de pagamento por produtos lácteos orgânicos ou sustentáveis	47
3.3 Necessidade de inovações no mercado	47
3.4 Produtos lácteos de origem roraimense	48
3.5 Melhorias para o setor de laticínios	50
CONSIDERAÇÕES FINAIS	51



APRESENTAÇÃO

A Secretaria de Estado da Agricultura, Desenvolvimento e Inovação – SEADI, apresenta os resultados da pesquisa de mercado sobre a demanda de leite e derivados em Boa Vista. Este relatório reúne informações valiosas sobre as tendências, desafios e oportunidades no mercado de laticínios roraimense.

Compreender a demanda de leite e derivados no mercado de Boa Vista, com suas especificidades, permitirá à SEADI contribuir para o desenvolvimento sustentável da agropecuária local, promovendo o fortalecimento da cadeia produtiva de leite e derivados, além de melhorar a oferta de produtos de qualidade para a população.

A pesquisa foi realizada na capital e teve como objetivo identificar a demanda de leite e derivados no mercado de Boa Vista – Roraima, visando subsidiar políticas públicas e estratégias de desenvolvimento para a cadeia produtiva de leite no estado, contribuindo para o fortalecimento do Programa da Bacia Leiteira de Roraima, proposto no Plano de Estruturação da Bacia Leiteira – “RORAIMA + LEITE”.

Assim sendo, sob coordenação da Divisão de Estudos e Pesquisas Econômicas – DEPE/CPRE, a SEADI, em parceria com a Secretaria de Estado das Cidades, Desenvolvimento Urbano e Gestão de Convênios - SECIDADES, desenvolveu a pesquisa que teve como públicos-alvo: distribuidores e atacadistas, empresas varejistas e consumidores finais de leite e derivados.



AVALIAÇÃO E RESULTADOS

Neste relatório destacam-se os principais resultados da pesquisa no mercado de leite boavistense, com base nas respostas de atacadistas/ distribuidores, empresas varejistas, e consumidores finais (públicos-alvo). Espera-se que os resultados contribuam para uma melhor compreensão do mercado de leite e derivados em Boa Vista, identificando oportunidades e desafios para o mercado local. Além disso, pretende-se fornecer informações valiosas para os produtores, empresários e formuladores de políticas, apoiando a tomada de decisões e o desenvolvimento de estratégias que promovam o crescimento sustentável do setor lácteo.

A pesquisa foi aplicada entre os dias 10 e 18 de junho de 2025, por meio de entrevistas in loco, sendo os questionários estruturados para cada público-alvo, com questões fechadas, oferecendo opções de respostas predefinidas, e perguntas abertas, permitindo respostas mais detalhadas, coletando para tanto, dados sobre consumo, preferências, hábitos de compras, dinâmica de mercado, desafios e tendências dos comércios varejistas, atacadistas e distribuidores, também dos consumidores finais de leite e derivados, utilizando para este fim o aplicativo gratuito (kobocolletc), que permite a inserção dos dados em offline, por meio de tabletes ou celulares.

Como proposta metodológica foi aplicada abordagem mista de forma simultânea, coletando dados quantitativos e qualitativos de forma integrada, uma vez que a combinação de ambas as metodologias permite uma compreensão mais profunda e ampla do tema pesquisado, o que pode ser muito útil para tomar decisões informadas e desenvolver estratégias eficazes.

Os dados para análise foram coletados junto aos varejistas (27), atacadistas/distribuidores (11) e consumidores finais (416), com margem de erro de 5% e nível de confiança de 95%, revelam padrões de consumo, desafios estruturais e oportunidades para o desenvolvimento do setor.

Para apresentação dos resultados da pesquisa, foram utilizados quadros para questões de múltipla escolha, onde os resultados podem ultrapassar 100%, e tabelas para questões de resposta única, totalizando 100%.

ATACADISTAS & DISTRIBUIDORES

ATACADISTAS & DISTRIBUIDORES

Ouvir atacadistas e distribuidores é essencial para compreender a demanda de leite e derivados em Boa Vista, pois eles possuem conhecimento aprofundado do mercado e podem oferecer informações valiosas sobre tendências, preferências e desafios, além de ajudar a identificar oportunidades e riscos.

É importante notar que os estabelecimentos atacadistas em Boa Vista também atuam como distribuidores de lácteos, oferecendo capacidade de armazenamento, gerenciamento logístico e transporte para várias regiões. Com compras em escala, eles podem praticar preços competitivos, tornando-se uma opção atraente para varejistas que buscam eficiência e economia no abastecimento. Isso garante a disponibilidade de produtos lácteos em diferentes pontos de vendas.

Neste sentido, a pesquisa coletou dados sobre fornecedores e produtos, armazenamento e distribuição, além de mercado e clientes. As opiniões recebidas permitem uma visão mais completa e precisa da dinâmica do mercado, subsidiando decisões mais informadas e estratégias mais eficazes.

Cabe destacar que, acerca dos resultados da pesquisa, nas questões de múltipla escolha, **apresentadas em quadros**, os percentuais somam mais de 100%, pois os respondentes podiam escolher mais de uma opção.

1 Fornecedores e Produtos

Neste tópico, investigamos quais produtos lácteos os entrevistados comercializavam regularmente, como leite, queijo e derivados, e identificamos quais têm maior demanda nos estabelecimentos.

1.1 Produtos lácteos distribuídos

Dos produtos lácteos, observou-se que mais de 80% dos entrevistados afirmaram distribuir outros derivados do leite, mostrando assim, uma boa diversificação nos produtos oferecidos: iogurte; manteiga; requeijão; doce de leite; chantilly tradicional; e leite condensado.

Quadro 1 - Tipos de produtos lácteos distribuídos

Produtos	Frequência	%
Outros derivados	9	81,8
Leite	8	72,7
Queijo	6	54,5

1.1.1 Outros produtos derivados

Dos derivados do leite, iogurte e manteiga foram destacados pelos entrevistados com demanda superior a 50%. Os demais resultados estão apresentados no quadro 02.

Quadro 2 - Outros derivados do leite

Outros derivados	Frequência	%
iogurte	6	54,5
Manteiga	6	54,5
Requeijão	5	45,5
Doce de leite	5	45,5
Creme de leite	4	36,4
Chantilly tradicional	2	18,2
Leite condensado	1	9,1

1.1.2 Demanda de leite por tipos

O leite em pó lidera a distribuição, com mais de 70% dos entrevistados confirmando sua alta demanda, seguido pelo leite líquido, como detalhado no quadro 3.

Quadro 3 - Tipos de leite com maior distribuição

Tipos	Frequência	%
Em pó (integral/desnatado)	8	72,7
Líquido UHT (integral/desnatado)	6	54,5

1.1.3 Produto lácteo queijo

Com percentuais superiores a 50%, os tipos de queijos mais distribuídos, segundo os respondentes, são o mussarela e o coalho (quadro 4).

Quadro 4 - Tipos de queijo mais distribuídos

Tipos	Frequência	%
Mussarela	6	54,5
Coalho	6	54,5
Manteiga	4	36,4
Prato	3	27,3
Parmesão	3	27,3
Minas frescal	3	27,3
Cheddar	1	9,1
Faixa azul	1	9,1
Gorgonzola	1	9,1



1.2 Abrangência de distribuição

Quanto à distribuição dos produtos nos mercados, mais de 50% dos respondentes afirmaram que atendem ao mercado regional, na macroregião Norte (Alto Alegre, Amajari, Pacaraima, Bonfim, Cantá, Normandia e Uiramutã, incluindo a capital Boa Vista), enquanto 36,4% indicaram o mercado local como principal.

Tabela 01 - Abrangência de distribuição de lácteos

Abrangência	Frequência	%
Regional	6	54,5
Local	4	36,4
Nacional	1	9,1
Total	11	100

1.3 Origem dos produtos

A maioria dos produtos lácteos vem de indústrias e grandes marcas de outros estados, com mais de 90% dos respondentes confirmando essa origem (quadro 5). Destes, mais de 50% têm São Paulo como principal estado fornecedor (quadro 6).

Quadro 5 - Origem dos produtos lácteos distribuídos

Origem	Frequência	%
Outros estados (importados de outros estados)	10	90,9
Importado (de outros países)	1	9,1
Local	1	9,1

Quadro 6 - Estados onde são adquiridos os produtos

Origem	Frequência	%
São Paulo	6	54,5
Rondônia	3	27,3
Santa Catarina	2	18,2
Minas Gerais	1	9,1
Rio Grande do Sul	1	9,1
Pará	1	9,1
Amazonas	1	9,1
Goiás	1	9,1

1.4 Fornecedores de laticínios

No quadro a seguir estão relacionados os principais fornecedores de produtos lácteos, conforme respostas dos distribuidores/atacadistas.

Quadro 7 - Principais fornecedores de laticínios

Fornecedores	Marcas	Tipos de produtos	Matriz
Cooperativa Central Gaúcha Ltda - CCGL	CCGL	leite em pó, leite condensado e creme de leite UHT, achocolatados	Cruz Alta, RS
Goiasminas Indústria de Laticínios Ltda	Italac	leites, queijos, cremes de leite, leites em pó e bebidas lácteas	Corumbáiba, GO
Lactlis do Brasil – Comércio, Import. Exp. e Laticínios Ltda	Itambé, Parmalate, Elegê, Dubom	leites, iogurtes, queijos, manteigas, requeijões, bebidas lácteas e sobremesas.	São Paulo, SP

Laticínios Fazenda Ferreiro	Ferreiro	queijos frescal, morbier e requeijões, além de iogurtes, doce de leite, manteiga e pão de queijo.	Iguatama - MG
Laticínios Bela Vista	Linha Piracanjuba	leite, queijos, iogurtes, manteiga, requeijão, creme de leite, bebidas lácteas e outros produtos derivados, como Petit Suisse, doce de leite, coalhada.	Bela Vista de Goiás - GO
Laticínios Renata	Renata	leite fresco, iogurtes, queijos, manteiga e requeijão, queijos cremosos, cremes e chantilly	Rio de Janeiro - RJ
Latcom – Ind. e Com. de Laticínios Ltda	Bela Vista e Italac, Jussara, Lider	leite UHT integral, semidesnatado e desnatado, leite UHT semidesnatado zero, bebidas lácteas, com e sem lactose), creme de leite e requeijão cremoso tradicional e light, queijos, como o queijo de coalho, manteiga de primeira qualidade com e sem sal.	Comodoro - MT
Mandaká Alimentos (Laticínio Boavistense Ltda)	Mandaká	queijos (como mussarela, prato, provolone, colonial, parmesão e coalho), requeijão, manteiga e nata.	Rondinha - RS
Nativille Laticínios Santa Maria	Nativille	queijos como mussarela, prato e coalho, além de leite em pó, manteiga, creme de leite, requeijão (cremoso e com cheddar) e doce de leite. A empresa também produz leite UHT integral e desnatado, manteiga.	Nossa Senhora da Glória - SE
Lacticínios Tirol Ltda	Tirol, Kon Frutas, Fibrallis, Biociclos, Sutile, Leites Premiare, Frutein e Tirolzinho	leites, iogurtes, queijos, bebidas lácteas, requeijão, creme de leite, leite condensado e achocolatados.	Treze Tílias- SC

1.5 Compra direta de produtos lácteos

A grande maioria dos entrevistados (mais de 90%) afirmou adquirir produtos lácteos para revenda diretamente das indústrias e grandes marcas, demonstrando uma forte preferência por produtos de marcas reconhecidas e confiáveis.

Tabela 02 - Local de compras de produtos lácteos para revenda

Local	Frequência	%
Indústrias e grandes marcas	10	90,9
Distribuidores atacadistas	1	9,1
Total	11	100

1.6 Frequência de recebimento de produtos lácteos

Verificou-se que mais de 54% dos respondentes recebem produtos lácteos mensalmente de seus fornecedores, enquanto 36,4% os recebem semanalmente. Outras frequências foram informadas, conforme detalhado no quadro 8.

Quadro 8 - Frequência de recebimento de produtos lácteos

Frequência	Frequência	%
Mensalmente	6	54,5
Semanalmente	4	36,4
Diariamente	3	27,3
Quinzenal	2	18,2
Bimestral	1	9,1

1.7 Critérios de seleção de produto

Na seleção de produtos lácteos e derivados para distribuição, a qualidade do produto é o critério principal para mais de 90% dos respondentes, seguida pelo preço, que é priorizado por 63,6% deles.

Quadro 9 - Critérios utilizados para selecionar os lácteos

Critérios	Frequência	%
Qualidade	10	90,9
Preço	7	63,6
Marca	3	27,3
Origem	2	18,2

2 Armazenamento e Distribuição

Este tópico aborda os tipos de armazenamentos utilizados para produtos lácteos e os principais desafios enfrentados na distribuição desses produtos.

2.1 Tipos de armazenamentos para produtos lácteos

O quadro 10 apresenta os tipos de armazenamentos utilizados pelos estabelecimentos para produtos lácteos, revelando que mais de 60% deles fazem uso de câmaras frigoríficas.

Quadro 10 - Tipos de armazenamentos

Tipos	Frequência	%
Câmaras frigoríficas	7	63,6
Depósitos climatizados	6	54,5
Estoque seco	6	54,5
Centro de distribuição*	1	9,1

**Responsável pelo recebimento e armazenamento de produtos lácteos frios e secos, a fim de otimizar a logística.*

2.2 Desafios na distribuição de produtos

Os entrevistados identificaram vários desafios na distribuição de produtos no estado, com mais de 70% destacando a logística como um dos principais obstáculos, conforme apresentado no quadro 11.

Quadro 11 - Principais desafios na distribuição de produtos

Desafios	Frequência	%
Logística	8	72,7
Armazenamento	2	18,2
Mão-de-obra	1	9,1

3 Mercado e Clientes

Compreender a perspectiva dos atacadistas e distribuidores de produtos lácteos permite ajustes estratégicos para atender melhor às demandas do mercado e otimizar a eficiência da cadeia de suprimentos. Além disso, eles têm uma visão abrangente e dinâmica do mercado, bem como das necessidades dos varejistas e consumidores finais.

Este estudo levantou informações sobre os canais de distribuição de produtos lácteos em Boa Vista, incluindo clientela principal, percepção da concorrência, demanda atual, expectativas de aumento na demanda e dificuldades na venda. Abaixo, estão listados os resultados referentes ao mercado e cliente.

3.1 Principais canais de distribuição para venda de lácteos

Os principais canais utilizados por atacadistas e distribuidores para vender produtos lácteos são:

- Supermercados (81,8%); e
- Outros canais (63,6%): restaurantes, lojas de conveniência, lanchonetes e pizzarias.

Isso mostra uma boa diversificação, refletindo um mercado com presença tanto em grandes redes, quanto em canais especializados.

Quadro 12 - Canais de distribuição para venda de lácteos

Canais de distribuição	Frequência	%
Supermercados	9	81,8
Outros canais	7	63,6
Atacarejos	6	54,5
Hipermercados	3	27,3

3.2 Principais clientes em Boa Vista

Os entrevistados indicaram os principais clientes com maior demanda por produtos lácteos, conforme apresentado no quadro a seguir. É importante notar que a pesquisa não se concentra no volume de vendas para os estabelecimentos varejistas.

Quadro 13 - Clientes com maiores demandas de lácteos

Estabelecimentos
Hiper DB
Supermercado Gavião
Supermercado Novo Tempo
Supermercado Goiana
Supermercado Noberto
Supermercados Gabrielle
SuperMix Supermercado

3.3 Percepção quanto à concorrência

Mais de 60% dos distribuidores/atacadistas consideram a concorrência no mercado (similar à percepção dos varejistas). Os que a consideram muito acirrada citam:

- prática de preços abaixo do mercado, e
- domínio de parte do mercado por alguns concorrentes.

Tabela 03 - Concorrência de mercado

Local	Frequência	%
Há uma concorrência equilibrada	7	63,6
Muito acirrada :		
Prática de preços abaixo do mercado	3	27,3
Domínio de mercado das grandes marcas	1	9,1
Total	11	100

3.4 Avaliação da demanda por leite e derivados

De acordo com os respondentes, 45,5% consideram que a demanda por leite e derivados no mercado de Boa Vista é crescente, enquanto mais de 40% a veem como estável, conforme na tabela 04.

Tabela 04 - Avaliação da demanda atual

Avaliação	Frequência	%
Crescente	5	45,5
Estável	5	45,5
Não soube responder	1	9
Total	11	100

3.5 Percepção quanto à demanda por lácteos diferenciados

Os entrevistados avaliaram a demanda por produtos lácteos diferenciados, como orgânicos, sem lactose e artesanais. Mais de 70% deles afirmaram que há uma crescente procura por esses produtos.

Tabela 05 - Percepções quanto à demanda por lácteos diferenciados

Percepção	Frequência	%
Sim, cada vez mais clientes procuram	8	72,7
Sim, mas ainda é um nicho pequeno	1	9,1
Não, a demanda continua estável	1	9,1
Não, esses produtos têm pouca saída	1	9,1
Total	11	100

3.6 Dificuldades na venda de leite e derivados

As principais dificuldades para a venda de lácteos no mercado local incluem preços elevados para o consumidor final (mais de 36%) e questões de logística e armazenamento.

Quadro 14 - Dificuldades na venda de leite e derivados

Dificuldades	Frequência	%
Preços elevados para o consumidor final	4	36,4
Questões de logística e armazenamento	2	18,2

COMÉRCIO VAREJISTA

COMÉRCIO VAREJISTA

O comércio varejista desempenha um papel crucial nesta pesquisa de mercado, pois é o ponto de contato direto com o consumidor final. Suas percepções sobre as preferências, hábitos de compras e necessidades dos clientes são essenciais para entender a demanda por leite e derivados. Além disso, os varejistas podem fornecer informações valiosas sobre a concorrência, preços e tendências de mercado, tornando-se uma fonte importante de dados para a pesquisa.

1 Venda de Leite e Derivados

Elencou-se como produtos: leite, queijo e outros derivados, para que o entrevistado pudesse indicar sobre os mais vendidos no estabelecimento varejista. Dessa forma, no quadro 15 estão os resultados, quanto à questão.

Quadro 15 - Produtos lácteos mais vendidos

Produtos	Frequência	%
Leite	24	100
Queijo	15	100
Outros	6	100

1.1 Leite - Tipos vendidos

Dos respondentes, mais de 70% apresentaram o tipo líquido integral/desnatado/UHT como o mais vendido, seguido do leite em pó, com 51,9% das respostas.

Quadro 16 - Tipos de leite vendidos

Tipos	Frequência	%
Líquido UHT (integral/desnatado)	20	74,1
Em pó ((integral/desnatado)	14	51,9
Pasteurizado	1	3,7

1.2 Queijo - Mais vendidos

Estão listados no quadro 17 os principais tipos de queijos mais vendidos com representatividade de mais de 55% das respostas, daqueles que comercializam o produto.

Quadro 17 - Tipos de queijo vendidos

Queijo	Frequência	%	TOTAL (%)
Tipo Mussarela	15	55,6	100
Tipo Minas frescal	1	3,7	100
Tipo Coalho	1	3,7	100

1.3 Outros produtos derivados do leite

Além do queijo, outros produtos lácteos foram apontados com vendas regulares, destacando-se o iogurte com 18,5%, conforme exposto no quadro 18.

Quadro 18 - Outros produtos lácteos vendidos regularmente

Tipos de produtos lácteos	Frequência	%
Iogurte	5	18,5
Manteiga	4	14,8
Requeijão	4	14,8
Creme de leite	2	7,4

1.4 Fornecedores de produtos lácteos

Os entrevistados indicaram que os produtos vendidos nos estabelecimentos são fornecidos por diversas fontes, incluindo produtores diretos (produtores locais que fornecem produtos produzidos em Roraima, sem a intermediação de atravessadores), cooperativas, indústrias e grandes marcas, distribuidores e atacadistas.

É notável que mais de 80% dos varejistas adquirem seus produtos diretamente de indústrias e grandes marcas, conforme detalhado no quadro 19.

Quadro 19 - Fornecedores de lácteos para revenda

Fornecedores	Frequência	%
Indústrias e grandes marcas	24	88,9
Distribuidores	10	37
Direto do produtor	4	14,8
Cooperativas	2	7,4
Atacadistas	2	7,4

1.5 Outros resultados

Neste tópico estão elencados os resultados quanto a:

- origem dos produtos lácteos;
- critério para escolha dos fornecedores;
- frequência de compras dos clientes;
- fatores que influenciam a compra de produtos pelos clientes;
- maiores demandas de produtos lácteos em Boa Vista;
- marcas mais procuradas, e
- embalagens mais procuradas.

1.5.1 Origem dos produtos lácteos

De acordo com os resultados apresentados no quadro 20, mais de 60% dos produtos lácteos vendidos pelos estabelecimentos varejistas, são oriundos de outros estados. Entre os citados, estão: São Paulo, Rio de Janeiro, Santa Catarina, Goiás, Minas Gerais, Rondônia e Amazonas.

Quadro 20 - Origem dos produtos lácteos vendidos

Origem	Frequência	%
Outros estados	17	63
Local	14	51,9
Importado	3	11,1

1.5.2 Critérios para escolha de fornecedores

A qualidade dos produtos foi apontada por 51,9% dos entrevistados como o principal critério para a escolha de fornecedores de produtos lácteos, seguida pelo preço competitivo, conforme indicado na tabela 06.

Tabela 06 - Critérios para escolha de fornecedores de lácteos

Critérios	Frequência	%
Qualidade dos produtos	14	51,9
Preço competitivo	6	22,2
Marca e reputação do produtor	4	14,8
Facilidade na entrega/logística	3	11,1
Total	27	100

1.5.3 Frequência de compras dos clientes

A análise da frequência de compras dos clientes nos estabelecimentos varejistas revelou que a maioria dos clientes compra produtos lácteos com alta frequência. Conforme demonstrado na tabela a seguir, mais de 90% dos varejistas afirmaram que seus clientes compram lácteos diariamente, indicando uma demanda constante e regular por esses produtos.

Tabela 07 - Frequência de compras de lácteos pelos clientes

Frequência	Frequência	%
Diariamente	25	92,6
Mensalmente	2	7,4
Total	27	100

1.5.4 Fatores que influenciam a compra de produtos lácteos pelos clientes

A análise dos fatores que influenciam a compra de produtos lácteos revelou que o preço é o principal motivador, com 74,1% das respostas. A qualidade dos produtos também foi apontada como um elemento importante na decisão de compra, conforme ilustrado no Quadro 21.

Quadro 21 - Fatores que influenciam a compra de produtos

Fatores	Frequência	%
Preço	20	74,1
Qualidade	16	59,3
Marca	8	29,6
Origem	1	3,7

1.5.5 Clientelas com maiores demandas por lácteos em Boa Vista

A análise dos dados revela que os consumidores finais são o público predominante no comércio varejista de produtos lácteos, representando mais de 90% da clientela. Isso indica que a maioria das vendas é direcionada aos consumidores finais, em vez de outros segmentos.

Tabela 08 - Clientelas com maiores demandas de lácteos

Tipo de clientela	Frequência	%
Consumidor final	26	96,3
Lojas de conveniências	1	3,7
Total	27	100

1.5.6 Marcas de lácteos mais procuradas

Os resultados da pesquisa mostram que as marcas nacionais têm uma forte presença no mercado de produtos lácteos em Boa Vista, sendo as mais procuradas pelos clientes, de acordo com as respostas dos entrevistados (tabela 9).

Tabela 09 - Marcas com maior procura pelos clientes

Marcas	Frequência	%
Nacionais	25	92,6
Regionais	2	7,4
Total	27	100

1.5.7 Tipos de embalagens mais procuradas

A embalagem plástica é a mais procurada pelos clientes, com 74,1% das respostas, seguida da embalagem longa vida. As embalagens plásticas são práticas, leves e fáceis de manusear, com designs inovadores para produtos como iogurtes e leites em pó. Já as embalagens longa vida oferecem proteção contra umidade, luz e oxigênio, garantindo a qualidade do produto por mais tempo, e são comumente usadas para leite de longa duração e iogurtes.

Tabela 10 - Tipos de embalagens mais procuradas pelos clientes

Tipos	Frequência	%
Embalagem plástica	20	74,1
Embalagem longa vida	7	25,9
Total	27	100

2 Tendências e Desafios de Mercado

A pesquisa investigou as tendências e desafios **no mercado varejista** de leite e derivados em Boa Vista, abordando os seguintes aspectos:

- Principais desafios enfrentados na venda de produtos lácteos;
- Realização de promoções ou ações para aumentar as vendas;
- Sugestões de melhorias;
- Avaliação da demanda atual por leite e derivados;
- Percepção sobre a demanda por produtos lácteos orgânicos, sem lactose ou artesanais;
- Percepção sobre a concorrência; e
- Produtos lácteos de origem roraimense.

Essa análise visa entender melhor o mercado e identificar oportunidades e desafios para os produtores e comerciantes de produtos lácteos.

2.1 Desafios no mercado de leite e derivados

A análise dos dados revelou que mais de 50% dos varejistas consideram as questões de logística e armazenamento como o principal desafio enfrentado no mercado de leite e derivados (quadro 22).

Quadro 22 - Desafios na venda de leite e derivados

Dificuldades	Frequência	%
Questões de logística e armazenamento	14	51,9
Preços elevados para o consumidor final	13	48,1
Concorrência de grandes redes	10	37
Perda de produtos devido à validade curta	4	14,8

2.2 Realização de promoções para aumentar as vendas

A grande maioria dos entrevistados (96,3%) afirmou realizar promoções para aumentar as vendas de produtos lácteos. É provável que essas promoções estejam relacionadas a questões de estoque e validade dos produtos, com o objetivo de reduzir desperdícios e acelerar a rotatividade do estoque. A adoção dessa estratégia é amplamente difundida, embora não tenha sido especificada a frequência ou os motivos de sua implementação.

Tabela 11 - Realização de promoções

Respostas	Frequência	%
Sim, e funcionou bem	26	96,3
Sim, mas sem muito resultado	1	3,7
Total	27	100

2.3 Sugestões de melhorias

Os varejistas apontaram duas ações principais para melhorar a comercialização de laticínios:

- melhoria na capacidade de recebimento de produtos (22,6%) e,
- redução de preços (22,6%).

A melhoria na capacidade de recebimento de produtos está relacionada às dificuldades de recebimento e armazenamento insuficientes, que afetam o fluxo eficiente das mercadorias.

Tabela 12 - Como melhorar a comercialização de lácteos (sugestões)

Iniciativas	Frequência	%
Capacidade de recebimento de produtos	7	22,6
Reduzir preços	7	22,6
Aumentar a produção no estado	6	19,4
Redução da carga tributária	5	16,1
Aumentar qualidade	4	12,9
Comunicação e marketing	2	6,4
Total	31	100

3 Principais Percepções

Os respondentes avaliaram quatro aspectos-chave do mercado de leite e derivados:

- Demanda atual por produtos lácteos;
- Crescimento da demanda por produtos orgânicos, sem lactose e artesanais;
- Concorrência no mercado; e
- Demanda por produtos locais (roraimenses).

3.1 Avaliação sobre a demanda atual por produtos lácteos

De acordo com a tabela 13, a grande maioria dos respondentes (mais de 80%) avaliou a demanda por produtos lácteos como crescente, indicando uma tendência positiva no mercado. Esse crescimento provavelmente é impulsionado pela busca por produtos mais saudáveis, o que também favorece o setor de lácteos e mudanças de hábitos alimentares, com a popularização de iogurtes, queijos e outros produtos lácteos.

Os demais respondentes consideraram a demanda como estável, sem registros de percepção de demanda decrescente.

Tabela 13 - Avaliação sobre a demanda por produtos lácteos

Demanda	Frequência	%
Crescente	22	81,5
Estável	5	18,5
Total	27	100

3.2 Demanda por produtos orgânicos, sem lactose ou artesanais

Quando questionados sobre o aumento da demanda por produtos orgânicos, sem lactose e artesanais, 74,1% dos entrevistados responderam afirmativamente, destacando que cada vez mais clientes estão procurando por esses produtos.

Esse aumento de demanda representa uma oportunidade significativa para o estado de Roraima, pois pode contribuir para a consolidação do programa Roraima + Leite. Com isso, é possível reduzir a dependência de produtos importados, aumentar a produtividade local e garantir a segurança alimentar dos roraimenses com produção regional. Além disso, o fortalecimento econômico da atividade leiteira pode gerar emprego, renda, contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico do estado.

Tabela 14 - Demanda por produtos orgânicos, sem lactose ou artesanais

Percepção	Frequência	%
Sim, cada vez mais clientes procuram	20	74,1
Sim, mas ainda é um nicho pequeno	5	18,5
Não, esses produtos têm pouca saída	2	7,4
Total	27	100

3.3 Avaliação sobre a concorrência

Quanto à concorrência no mercado de leite e derivados, mais de 70% dos respondentes consideraram que ela é equilibrada, ou seja, a maioria dos varejistas percebe que as empresas do setor têm condições semelhantes de competir, sem que nenhuma domine de forma esmagadora. Esse equilíbrio costuma significar que há variedade de ofertas, preços competitivos e espaço para inovação, de modo que nenhum varejista controla o mercado sozinho. Dessa forma, os consumidores acabam se beneficiando com mais opções e disputa saudável por qualidade e preço.

No entanto, 14,8% dos entrevistados avaliaram a concorrência como muito acirrada, destacando dois aspectos principais: preços abaixo do padrão de mercado e produtos de qualidade inferior. Essas práticas podem distorcer o mercado, causar danos às empresas e aos consumidores, e impactar negativamente a economia.

Tabela 15 - Concorrência no mercado

Percepção	Frequência	%
Há uma concorrência equilibrada	19	70,4
Pouca concorrência, mercado em expansão	4	14,8
Concorrência muito acirrada:	4	14,8
Preços abaixo de mercado	2	7,4
Produtos de qualidade inferior	2	7,4
Total	27	100

3.4 Produtos lácteos de origem roraimense

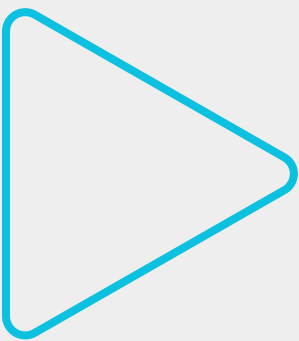
Os varejistas destacaram os produtos lácteos de origem roraimense, especificando os tipos e, quando possível, a procedência desses produtos, que incluem: queijo, leite, manteiga e iogurte.

Quadro 23 - Produtos de origem roraimense

Tipo de lácteo	(%) de respostas	Origem (Município)
Queijo	50	Cantá
	28,6	Rorainópolis
	14,3	São João da Baliza
	7,1	Boa Vista
Leite	100	Boa Vista
Manteiga	100	Rorainópolis
Iogurte	50	Rorainópolis
	50	São João da Baliza

CONSUMIDOR FINAL

—





CONSUMIDOR FINAL

Ouvir os consumidores finais de leite e derivados em Boa Vista é fundamental para identificar suas necessidades, preferências e hábitos de consumo. Isso possibilita melhorar os produtos e serviços oferecidos e desenvolver estratégias de marketing mais eficazes.

Esta seção apresenta resultados sobre:

- consumo de produtos lácteos;
- origem dos produtos; e
- disposição de pagamento por produtos lácteos orgânicos ou sustentáveis

Os percentuais podem somar mais de 100% em questões de múltipla escolha, onde o entrevistado podia escolher mais de uma opção.

1 Consumo de Produtos Lácteos

Sobre o consumo de produtos lácteos, mais de 80% dos entrevistados afirmaram que o leite é o produto mais consumido regularmente; em seguida, vem o queijo (56,3%).

Quadro 24 - Produtos consumidos regularmente

Produtos	Frequência	%
Leite	340	81,7
Queijo	234	56,3
Outros	88	21,1

1.1 Consumo de leite

Em relação aos gostos, mais de 74% dos consumidores finais preferem leite em pó. A preferência provavelmente se deve à rentabilidade e maior durabilidade (mesmo que não explicitado pelos consumidores).

Quadro 25 - Tipos de leite consumidos

Tipos	Frequência	%
Em pó (integral/desnatado)	252	74,1
Líquido UHT (integral/desnatado)	195	57,4
Pasteurizado	9	2,6

1.2 Consumo de queijo

Quanto as preferências de queijo, 88,5% dos respondentes indicaram o queijo tipo mussarela como favorito, seguido do queijo coalho com mais de 40% de preferência.

Quadro 26 - Tipos de queijo consumidos

Tipos	Frequência	%
Mussarela	207	88,5
Coalho	98	41,9
Manteiga	43	18,4
Prato	36	15,4
Parmesão	27	11,5
Minas frescal	6	2,6
Outro	2	0,9

1.3 Consumo de outros derivados do leite

De acordo com os consumidores finais, a manteiga é o produto lácteo mais preferido, representando 72,4% das respostas. Os demais resultados estão apresentados no quadro 27, sem outras preferências adicionais citadas.

Quadro 27 - Consumo de outros derivados do leite

Produtos derivados	Frequência	%
Manteiga	63	72,4
Iogurte	54	62,1
Requeijão	32	36,8
Creme de leite	32	36,8
Doce de leite	30	34,5

1.4 Frequência de consumo de produtos lácteos

Quanto à frequência de consumo de produtos lácteos, 75% dos entrevistados relataram consumi-los diariamente, enquanto 15,4% afirmaram consumi-los semanalmente, conforme consta na tabela 16.

Tabela 16 - Frequência de consumo de leite e derivados

Opções	Frequência	%
Diariamente	312	75
Semanalmente	64	15,4
Mensalmente	14	3,4
Raramente	26	6,2
Total	416	100

1.5 Preferência por marcas

A maioria dos consumidores (77,9%) prefere produtos lácteos de marcas tradicionais, enquanto cerca de 7% são indiferentes à marca.

Tabela 17 - Preferência por marcas de produtos lácteos

Preferência	Frequência	%
Tradicionais	324	77,9
Artesanais	62	14,9
Indiferente	30	7,2
Total	416	100

2 Origem dos Produtos

A origem dos produtos lácteos é crucial para a qualidade e segurança alimentar, pois produtos de qualidade superior, oriundos de fontes confiáveis e sustentáveis, trazem benefícios à saúde do consumidor e apoiam práticas responsáveis.

2.1 Local onde compram os produtos

Quando questionados sobre onde compram produtos lácteos, 93,5% dos entrevistados indicaram supermercados como sua principal escolha, enquanto 24,2% mencionaram outros locais.

Quadro 28 - Local de compra dos produtos lácteos

Local	Frequência	%
Supermercados	389	93,5
Feiras livres	55	13,2
Diretamente do produtor	28	6,7
Lojas de produtos naturais	13	3,1
Pela internet	5	1,2

2.2 Critérios de escolha dos produtos lácteos

Os consumidores finais avaliaram os seguintes critérios para escolher produtos lácteos: qualidade, sabor, preço, marca e origem.

Mais de 70% destacaram a qualidade como o principal critério, para escolha de produtos lácteos. Nenhuma outra opção, além das apresentadas, foi apontada como relevante.

Quadro 29 - Critérios para a escolha de lácteos

Opções	Frequência	%
Qualidade	303	72,8
Preço	226	54,3
Sabor	149	35,8
Marca	73	17,5
Origem	36	8,7

2.3 Preocupação com a origem dos produtos lácteos

A preocupação com a origem dos produtos, no entanto, também é importante para 83,4% dos consumidores, ainda que não seja o principal critério de escolha apresentado pelos entrevistados.

Tabela 18 - Preocupação com a origem do produto

Resposta	Frequência	%
Sim	347	83,4
Não	69	16,6
Total	416	100

2.4 Influência da origem na qualidade dos lácteos

Para 86,3% dos consumidores finais, a origem impacta diretamente a qualidade dos produtos lácteos (tabela 19).

Tabela 19 - Influência da origem na qualidade do leite e derivados

Resposta	Frequência	%
Sim	359	86,3
Não	57	13,7
Total	416	100

2.5 Origem dos produtos consumidos

Mais de 60% dos consumidores finais compram produtos lácteos de origem nacional, seguindo daqueles que adquirem produtos locais (47,1%).

Quadro 30 - Origem dos produtos

Origem	Frequência	%
Nacional (outros estados)	265	63,7
Local	196	47,1
Importado (outros países)	17	4,1
Não sabe	22	5,3

3 Disposições e Sugestões dos Consumidores Finais

3.1 Disposição de pagamento por qualidade e origem

Dos entrevistados, 60,6% afirmaram estar dispostos a pagar mais por produtos lácteos de alta qualidade e origem conhecida. Essa disposição tem várias implicações importantes para o mercado, entre elas:

- 1. Demanda por transparência:** Os consumidores estão buscando mais informações sobre a origem e qualidade dos produtos, o que pode impulsionar a adoção de práticas de transparência e rotulagem clara;
- 2. Valorização da qualidade:** A disposição a pagar mais por produtos de alta qualidade sugere que os consumidores estão dispostos a investir em produtos que atendam às suas expectativas de qualidade e segurança;
- 3. Oportunidades para produtos premium:** A demanda por produtos de alta qualidade e origem conhecida pode criar oportunidades para marcas que se destacam por sua qualidade e transparência;
- 4. Desafios para a concorrência:** As empresas que não atendem às expectativas de qualidade e transparência podem enfrentar desafios para competir com aquelas que oferecem produtos de qualidade superior.

Tabela 20 - Disposição para pagar mais por qualidade e origem

Resposta	Frequência	%
Sim	252	60,6
Depende do preço	142	34,1
Não	22	5,3
Total	416	100

3.2 Disposição de pagamento por produtos lácteos orgânicos ou sustentáveis

No que diz respeito aos produtos lácteos orgânicos ou sustentáveis, mais de 55% dos respondentes afirmaram que estariam dispostos a pagar mais por produtos que atendam a esses critérios. A disposição a pagar mais por esses produtos pode indicar que os consumidores estão valorizando cada vez mais a sustentabilidade e a produção responsável. Isso pode ser um sinal para as empresas de produtos lácteos considerarem a adoção de práticas mais sustentáveis e orgânicas em suas produções.

Tabela 21 - Disposição para pagar mais por orgânicos ou sustentáveis

Respostas	Frequência	%
Sim	230	55,3
Depende do preço	153	36,8
Não	33	7,9
Total	416	100

3.3 Necessidade de inovações no mercado

Quanto ao quesito, 54,3% dos respondentes acreditam que há espaço para produtos mais saudáveis e sustentáveis no mercado de laticínios, enquanto 8,9% não veem necessidade de inovação, conforme apresentado na tabela 22.

Tabela 22 - Necessidade de inovações no mercado de laticínios

Resultados	Frequência	%
Sim, com produtos mais saudáveis e sustentáveis	226	54,3
Sim, com novos sabores e formatos de produtos	153	36,8
Não vejo necessidade de inovação	37	8,9
Total	416	100

3.4 Produtos lácteos de origem roraimense

Quanto aos produtos roraimenses, embora os consumidores nem sempre consigam identificar sua origem com precisão, relataram consumir os seguintes produtos: leite in natura, manteiga, queijo, doce de leite, creme de leite, iogurte e requeijão. Além disso, indicaram o município que consideram ser a origem desses produtos, conforme apresentado no quadro 31.

Quadro 31 - Produtos lácteos de Roraima por município

Município	Produto	Frequência	%
Alto Alegre	Queijo	3	2,7
	Leite	2	2,5
Amajari	Leite	2	2,5
Boa Vista	Queijo	56	50,9
	Leite	27	34,2
	Iogurte	23	76,7
	Creme de leite	1	100
	Manteiga	1	14,3
	Requeijão	1	100
Bonfim	Leite	5	6,3
	Queijo	2	1,8
Cantá	Queijo	14	12,7
	Leite	11	13,9
	Iogurte	2	6,7
	Manteiga	2	28,6

Caracará	Manteiga	2	28,6
	Leite	3	3,8
	Queijo	2	1,8
Caroebe	Doce de leite	1	100
	Manteiga	1	14,3
	logurte	2	6,7
	Leite	2	2,5
	Queijo	2	1,8
Iracema	Leite	2	2,5
	Queijo	2	1,8
Mucajá	Leite	18	22,8
	Manteiga	1	14,3
	Queijo	16	14,5
	logurte	2	6,7
Rorainópolis	Leite	1	100
	Queijo	3	2,7
São João da Baliza	Leite	1	1,3
	Queijo	4	3,6
São Luiz do Anauá	logurte	1	3,3
	Leite	1	1,3
	Queijo	1	0,9

3.5 Melhorias para o setor de laticínios

Os entrevistados destacaram quais melhorias gostariam de ver no setor de produtos lácteos, conforme consta na tabela 23.

Tabela 23 - Melhorias que gostaria de ver no setor de lácteos

Resultados	Frequência	%
Preço reduzido	189	45,3
Qualidade melhorada	126	30,2
Oferta aumentada	76	18,2
Embalagem adequada	18	4,2
Não soube responder	8	1,9
Total	417	100

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa de mercado sobre a demanda de leite e derivados em Boa Vista, conduzida pela SEADI em parceria com a SECIDADES, revelou um cenário marcado pelo consumo predominante de leite (81,7%) e queijo (56,3%), com preferência pelo leite em pó (74,1%) e queijo mussarela (88,5%), além de uma frequência diária (75%), de compra destes produtos pelos consumidores finais, indicando um mercado dinâmico e consolidado.

No entanto, a pesquisa destacou uma dependência significativa de produtos de outros estados, como São Paulo, Minas Gerais e Rondônia. Esse cenário contrasta com o potencial ainda não totalmente explorado da produção local, visto que apenas 47,1% dos consumidores finais, adquirem produtos roraimenses. Os dados mostram que mais de 60,0% dos produtos lácteos vendidos em estabelecimentos varejistas vêm de outros estados. Essa disparidade ressalta a necessidade de fortalecer a cadeia produtiva regional.

A análise dos critérios de escolha dos consumidores destacam a qualidade (72,8%) e o preço (54,3%) como fatores decisivos, reforçados pela preocupação com a origem dos produtos (83,4%) e pela percepção de que ela influencia diretamente a qualidade (86,3%). Isso aponta para uma oportunidade de mercado para a produção local, por meio de estratégias que valorizem a procedência e a qualidade dos produtos de Roraima.

Ademais, a disposição de parte significativa dos consumidores em pagar mais por produtos de alta qualidade (60,6%) e sustentáveis (55,3%) sinaliza uma tendência de mercado favorável a nichos diferenciados, como orgânicos e sem lactose, cuja demanda já é percebida como crescente por 74,1% dos varejistas e 72,7% dos atacadistas/distribuidores, o que representa uma oportunidade significativa para a consolidação do programa “Roraima + Leite”.

Contudo, os desafios logísticos e de armazenamento (citados por 51,9% dos varejistas e 72,7% dos atacadistas/distribuidores), somados aos preços elevados (48,1% dos varejistas), representam barreiras críticas que demandam intervenções estruturais, como investimentos em infraestrutura de frio, otimização da distribuição e redução de custos tributários. A concorrência, embora equilibrada para 70,4% dos varejistas, exige diferenciação, seja por meio de preços competitivos, seja pela oferta de produtos artesanais e regionais.



Diante desses achados, recomenda-se uma atuação conjunta entre poder público e iniciativa privada para fomentar a produção local, modernizar a logística, reduzir custos e promover inovações que atendam às demandas por saudabilidade e sustentabilidade.

A valorização dos produtos roraimenses, aliada a campanhas de conscientização sobre sua qualidade, pode não apenas ampliar sua participação no mercado interno, mas também fortalecer a identidade agropecuária do estado, alinhando-se ao "RORAIMA + LEITE" e contribuindo para um desenvolvimento econômico mais autônomo e sustentável.

Assim, os dados desta pesquisa não apenas delineiam o panorama atual, mas também traçam caminhos claros para ações futuras, assegurando que o setor lácteo em Roraima possa crescer mais competitivo e estruturado.



REALIZAÇÃO

SECRETARIA DE AGRICULTURA,
DESENVOLVIMENTO E
INOVAÇÃO



**GOVERNO
DE RORAIMA**

PARCERIA

SECRETARIA DAS CIDADES,
DESENVOLVIMENTO URBANO
E GESTÃO DE CONVÊNIOS



**GOVERNO
DE RORAIMA**