

27 A 29 DE OUTUBRO DE 2020



ON LINE

7º Simpósio de  
Segurança Alimentar

Inovação com sustentabilidade

## AVALIAÇÃO DO PERFIL DE CONSUMO DE LÁCTEOS FERMENTADOS EM FRANCISCO BELTRÃO – PR

Jania Mara Pecenin<sup>1</sup>, Gabriel Bortolotto Carneiro<sup>2</sup>, Andréa Cátia Leal Badaró<sup>3</sup>, Saionara Sartor<sup>4</sup>, Vânia de Cássia da Fonseca Burgardt<sup>5</sup>, Fabiane Picinin de Castro Cislighi<sup>6</sup>

1 - Discente do curso de Tecnologia em Alimentos – Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Câmpus Francisco Beltrão – CEP: 85601-970 – Francisco Beltrão – PR – Brasil, Telefone: 55 (46) 3520-2641 – e-mail: [janiapecenin@gmail.com](mailto:janiapecenin@gmail.com)

2 - Discente do curso de Engenharia de Alimentos – Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Câmpus Francisco Beltrão – CEP: 85601-970 – Francisco Beltrão – PR – Brasil, Telefone: 55 (46) 3520-2641 – e-mail: [gabrielcarneiro@alunos.utfpr.edu.br](mailto:gabrielcarneiro@alunos.utfpr.edu.br)

3 - Docente do Departamento Acadêmico de Ciências Agrárias – Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Câmpus Francisco Beltrão - CEP: 85601-970 – Francisco Beltrão, Paraná, Brasil, Telefone: + 55 (46) 3520-2641 – e-mail: [andreabadaro@utfpr.edu.br](mailto:andreabadaro@utfpr.edu.br)

4 - Docente do Departamento Acadêmico de Química e Biologia – Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Câmpus Francisco Beltrão - CEP: 85601-970 – Francisco Beltrão, Paraná, Brasil, Telefone: + 55 (46) 3520-2641 – e-mail: [saionarasartor@utfpr.edu.br](mailto:saionarasartor@utfpr.edu.br)

5 - Docente do Departamento Acadêmico de Ciências Agrárias – Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Câmpus Francisco Beltrão - CEP: 85601-970 – Francisco Beltrão, Paraná, Brasil, Telefone: + 55 (46) 3520-2641 – e-mail: [vaniafonseca@utfpr.edu.br](mailto:vaniafonseca@utfpr.edu.br)

6 - Docente do Departamento Acadêmico de Ciências Agrárias – Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Câmpus Francisco Beltrão - CEP: 85601-970 – Francisco Beltrão, Paraná, Brasil, Telefone: + 55 (46) 3520-2656 – e-mail: [fabianecastro@utfpr.edu.br](mailto:fabianecastro@utfpr.edu.br)

**RESUMO** – Os lácteos fermentados, como os iogurtes e bebidas lácteas fermentadas, são alternativas de consumo de produtos derivados do leite. Visando avaliar o perfil de consumo de lácteos fermentados, aplicou-se um questionário em três supermercados do município de Francisco Beltrão, PR. Foram entrevistados 177 consumidores de lácteos fermentados, de ambos os sexos, com idade acima de 18 anos, abordados aleatoriamente durante a compra dos produtos estudados. Os resultados mostram que a maioria dos entrevistados consomem esses produtos por serem saborosos e práticos, sendo os principais produtos citados o iogurte firme, iogurte grego e lácteos funcionais, com uma frequência de 1 a 2 vezes por semana nos lanches da manhã e tarde. Os sabores preferidos pelos consumidores são os tradicionais. Apenas 55,8% dos entrevistados souberam responder a respeito da diferença entre os produtos.

**ABSTRACT** – Fermented dairy products, such as yoghurts and dairy beverages, are alternatives for consumption of dairy products. In order to assess the consumption profile of fermented dairy products, a questionnaire was applied in three supermarkets in the city of Francisco Beltrão, PR. 177 consumers of fermented dairy products, of both sexes, aged over 18 years, were interviewed at random during the purchase of the products studied. The results show that the majority of respondents consume these products because they are tasty and practical, with the main products mentioned being firm yogurt, Greek yogurt and functional dairy products, with a frequency of 1 to 2 times a week in the morning and afternoon snacks. The flavors preferred by consumers are the traditional ones. Only 55.8% of respondents were able to answer about the difference between products.

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO



[www.officeeventos.com.br](http://www.officeeventos.com.br)

27 A 29 DE OUTUBRO DE 2020



ON LINE

7º Simpósio de  
Segurança Alimentar

Inovação com sustentabilidade

PALAVRAS-CHAVE: consumidor; iogurte; bebida láctea fermentada.

KEYWORDS: consumer; yoghurt; dairy beverage.

## 1. INTRODUÇÃO

A indústria de laticínios tem grande influência na economia brasileira e se firma como o segundo segmento mais importante na indústria de alimentos do Brasil, com uma contribuição de R\$ 68,7 bilhões em 2018, atrás apenas do setor de derivados de carne. O leite é uma *commodity* de grande importância, sendo um dos principais produtos comercializados ao redor do mundo. É um alimento com grande valor nutricional, notável fonte de energia e proteínas que auxilia no desenvolvimento do ser humano (ABIA, 2017; GDP, 2017).

A indústria de alimentos é capaz de utilizar o leite para produzir diversos tipos de produtos. O consumo de leite não é feito apenas em sua forma original, mas também na forma de queijos, iogurtes, bebidas lácteas, manteigas, etc. A transformação do leite abre espaço para inovações no mercado, com produtos nutricionalmente atrativos, preços acessíveis e formas alternativas de conservação (Pflanzer et al., 2010; FAO, 2013).

O termo “lácteos fermentados” se refere a leites fermentados, iogurtes e bebidas lácteas fermentadas. O leite fermentado é definido como o produto obtido por coagulação e diminuição do pH do leite, por fermentação láctica mediante ação de bactérias ácido-láticas (BAL). São incluídos nessa categoria o iogurte, o leite fermentado ou cultivado, o leite acidófilo, kefir, kumys e coalhada. O iogurte é obtido a partir da fermentação realizada por microrganismos específicos: *Streptococcus salivarius* subsp. *thermophilus* e *Lactobacillus delbrueckii* subsp. *bulgaricus*, sendo ou não adicionadas outras bactérias auxiliares e deve possuir teor mínimo de proteínas de 2,9 g/100g. Os microrganismos dos cultivos utilizados devem ser viáveis e ativos e estar em concentração igual ou superior a  $10^7$  UFC/g no produto final e durante seu prazo de validade (Brasil, 2007).

A bebida láctea fermentada é o produto lácteo resultante da mistura do leite com o soro de leite, adicionado ou não de outros componentes, em que a base láctea deve representar ao menos 51% dos ingredientes totais. O Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade (RTIQ) de bebida láctea estabelece o teor mínimo de proteínas de origem láctea. Para bebidas lácteas fermentadas sem adições é de 1,7 g/100 g; para bebidas lácteas fermentadas com leite fermentado é de 1,4 g/100 g; e 1,0 g/100 g para bebidas lácteas fermentadas com adições. Além disso, a contagem total de bactérias ácido lácticas viáveis deve ser de no mínimo  $10^6$  UFC/g no produto final durante todo o prazo de validade (Brasil, 2005). Apesar de apresentarem RTIQ diferentes, as bebidas lácteas fermentadas se assemelham aos leites fermentados, sendo consideradas substitutos de produtos como o iogurte, por possuírem características sensoriais muito próximas e menor custo (Pfrimer, 2018).

As principais diferenças entre esses três tipos de produtos são que os leites fermentados e iogurtes são fabricados a partir do leite e podem ser adicionados de soro de leite, enquanto nas bebidas lácteas o soro de leite é ingrediente obrigatório. O teor mínimo de proteínas lácteas e a contagem de bactérias ácido-láticas também variam entre os produtos. Além disso, para fabricação do iogurte há a obrigatoriedade de uso dos dois microrganismos; para leites fermentados e bebidas lácteas fermentadas não há uma especificidade de bactérias lácticas a serem adicionadas.

Frequentemente, as bebidas lácteas fermentadas são vistas como produtos de menor valor nutritivo quando comparadas aos iogurtes. No entanto, o valor nutricional irá depender da formulação individual de cada produto e não da categoria a qual ele pertence. Além disso, o soro de leite empregado na fabricação apresenta proteínas de alto valor biológico, sais minerais (potássio, cálcio, fósforo, magnésio, zinco), vitaminas hidrossolúveis (complexo B) e quase toda a lactose do leite (Cruz et al., 2017; Castro-Cislaghi et al., 2018).

Outro aspecto é em relação à viscosidade. Acredita-se que as bebidas lácteas fermentadas são menos viscosas que os iogurtes. Isso sempre é verdadeiro se comparadas ao iogurte firme, mas nem sempre quando se compara aos iogurtes batido e líquido. Novamente, a formulação do produto e processo de fabricação empregado irão definir sua viscosidade.

O estudo do comportamento dos consumidores é importante para entender como e porque as pessoas compram. É preciso conhecer as pessoas e seus desejos a fim de satisfazer as necessidades dos consumidores (Cobra, 2006). O comportamento de compra do consumidor é dependente de diversos fatores, os quais interferem na sua escolha por determinado produto ou marca. Esses fatores estão relacionados à sociedade em que a pessoa

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO



www.officeeventos.com.br



está inserida e a ideia que ela tem do produto, são fatores culturais, sociais, familiares, econômicos e psicológicos que agem em conjunto, tornando complexa a identificação do fator preponderante em uma decisão de compra (Engel et al., 2000; Celia; Schmidt, 2017). O conhecimento do perfil e das preferências dos consumidores permite orientar o trabalho de produção, direcionar o processo de *marketing* e comercialização, além de demonstrar a importância desse segmento de consumo no mercado regional (Viana; Revillion, 2010; André, 2015). O objetivo deste trabalho foi avaliar o perfil de consumo de lácteos fermentados em Francisco Beltrão – PR.

## 2. MATERIAL E MÉTODOS

O perfil de consumo de lácteos fermentados foi avaliado através da aplicação de um questionário, composto por 14 questões, sendo uma discursiva e treze de múltipla escolha. Em algumas questões de caráter múltiplo, o entrevistado podia assinalar mais de uma alternativa. A pesquisa foi desenvolvida em três supermercados do município de Francisco Beltrão, na região Sudoeste do Paraná, em novembro de 2019.

O questionário foi desenvolvido a fim de identificar a população consumidora, sexo, faixa etária, renda, escolaridade, frequência e ocasião de consumo dos lácteos fermentados, hábitos e motivos de consumo e qual a sensação ao consumir este alimento. Foram entrevistados 177 consumidores de lácteos fermentados, de ambos os sexos, com idade acima de 18 anos, ao lado das gôndolas onde os produtos estavam expostos para venda. Os consumidores foram abordados aleatoriamente durante a compra dos produtos estudados, a fim de atingir a população de diversos perfis sociais que consomem lácteos fermentados. Os dados foram tabulados em planilhas do *software* office Excel® 2010. As questões foram analisadas com o auxílio de análises de frequência, sendo desconsideradas as questões não respondidas no cômputo total.

## 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

De acordo com os resultados obtidos, em relação à faixa etária, verificou-se que dos 177 entrevistados, 81,9% tinham idade até 40 anos, indicando que a maior parte dos consumidores de lácteos fermentados são jovens. Em relação ao sexo, houve predominância de mulheres, representando 55,4% do público abordado. A maioria dos consumidores responderam ter ensino médio completo (35,59%), seguido por ensino superior incompleto (27,68%), ensino médio incompleto (12,99%) e ensino superior completo (9,6%). Quanto à renda familiar, a maior parte dos entrevistados possui renda de 1 a 4 salários mínimos (76,8%). Segundo Souza (2014), o consumo de lácteos está diretamente relacionado com as diferenças de renda da população, assim como a fatores socioculturais.

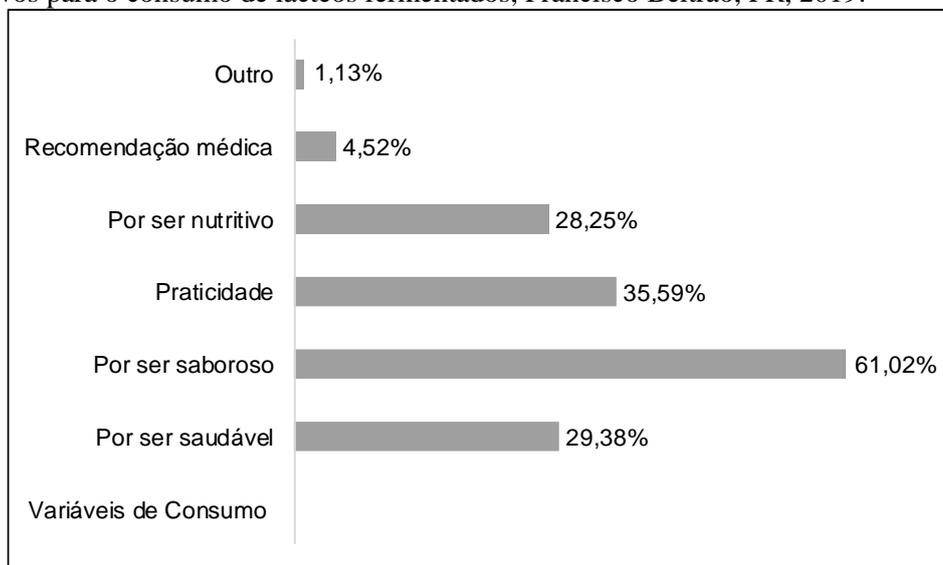
Em relação à frequência de consumo, pode-se observar que o consumo de lácteos fermentados é baixo. Foi identificado que a maioria consome lácteos fermentados uma vez a cada 15 dias (26,5%), seguido por três a cinco vezes na semana (24,9%) e de uma a duas vezes na semana (21,5%). Apenas 19,2% responderam que consomem todos os dias e 8,5% apenas uma vez ao mês. Esse resultado possivelmente tem relação com a renda dos entrevistados, visto que a maior parte afirmou que a renda familiar é de 1 a 4 salários mínimos. Segundo Souza (2014) e Bastos et al. (2018), geralmente quanto menor a renda das famílias, menor é o consumo de derivados lácteos, concentrando quando possível a ingestão de laticínios no consumo de leite fluido ou em pó, não tendo espaço para gastos com outros produtos lácteos.

Ao avaliar o momento em que os produtos são consumidos, a maioria consome no lanche da tarde (35,5%) e café da manhã (30,5%). Também foram citados o consumo no lanche da manhã (22,03%), como sobremesa (19,21%) e no jantar (9,04%). O sabor morango é o mais consumido (55,9%) entre os entrevistados, seguido do natural (36,7%), coco (29,3%), frutas vermelhas (24,8%), salada de frutas (14,6%) e ameixa (9,6%). Apenas 2,2% dos entrevistados tem preferência por outros sabores como: chocolate, pêssego, mel, entre outros. Isso demonstra que o consumidor ainda tem preferência pelos sabores tradicionais, apesar do lançamento de sabores inovadores no mercado nos últimos anos. Segundo Bastos et al. (2018), consumidores com renda mais baixa preferem sabores mais tradicionais.

Em relação aos atributos observados na compra de lácteos fermentados, o preço foi o principal atributo observado (47,4%), seguido do sabor (38,9%), consistência/viscosidade (38,4%) e marca do produto (35%). Apenas 12,9% dos entrevistados responderam que a embalagem do produto é um atributo importante. Esse resultado possivelmente tem relação com a renda dos entrevistados. A maioria dos entrevistados afirmou que

consomem lácteos fermentados por serem saborosos, seguido dos que responderam que consomem por praticidade, por ser um alimento saudável e por ser nutritivo, como mostra a Figura 1. Esses resultados estão de acordo com o observado no estudo de Bastos et al. (2018), em que consumidores com renda mais baixa alegaram consumir iogurtes e bebidas lácteas devido à praticidade e preço acessível.

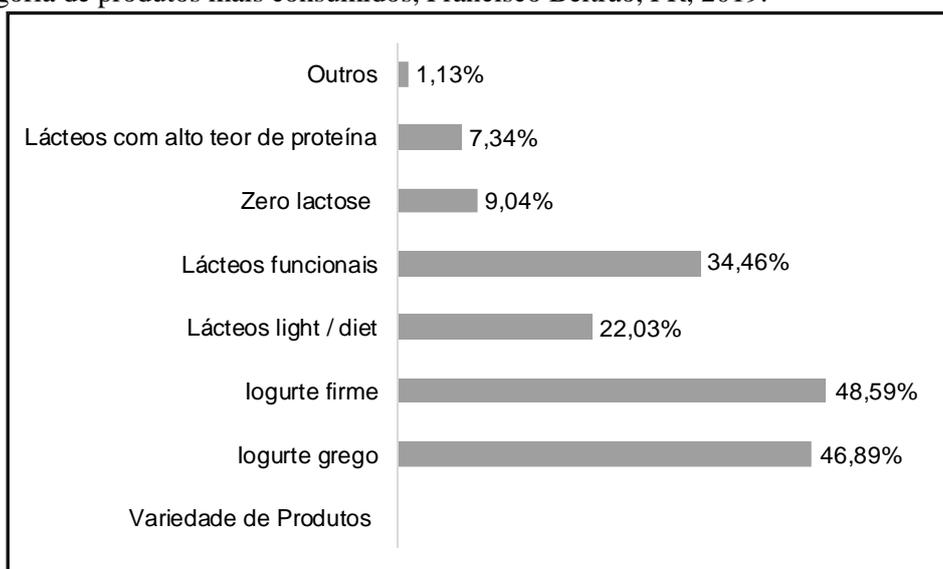
Figura 1 - Motivos para o consumo de lácteos fermentados, Francisco Beltrão, PR, 2019.



Fonte: Autoria Própria (2019).

Os entrevistados também foram questionados a respeito de quais produtos costumam consumir. Os produtos mais citados foram o iogurte firme e o iogurte grego, seguidos de lácteos funcionais, lácteos *light/diet*, zero lactose, lácteos com alto teor de proteína e outros, como mostra a Figura 2.

Figura 2 - Categoria de produtos mais consumidos, Francisco Beltrão, PR, 2019.



Fonte: Autoria Própria (2019)

Quando questionados sobre quais lácteos fermentados consomem, a grande maioria respondeu iogurte (81,9%), seguido da bebida láctea fermentada (41,2%) e do leite fermentado (28,2%). Ainda, 3,9% dos



consumidores não souberam informar qual desses produtos faz parte da sua dieta alimentar. Talvez esse resultado não reflita a realidade de consumo, pois 40,6% dos consumidores afirmaram que não sabem a diferença entre os alimentos pesquisados. Apesar da maioria ter respondido que sabe diferenciar, observou-se que alguns entrevistados ficaram em dúvida na resposta.

Este resultado alerta que há a necessidade de levar este conhecimento à população, pois as bebidas lácteas fermentadas têm importantes propriedades nutricionais e se o conhecimento dessas propriedades fosse maior, provavelmente o consumo também teria um aumento, pois as pessoas muitas vezes não procuram consumir o produto por não terem conhecimento dos seus benefícios. Além disso, às vezes o consumidor tem uma imagem negativa das bebidas lácteas devido à utilização do soro de leite, que é um subproduto da fabricação de queijos. Essa imagem também deve ser desfeita, pois o soro de leite apresenta elevado valor nutritivo e benefícios à saúde.

#### 4. CONCLUSÕES

A aplicação do questionário foi importante para auxiliar na caracterização do perfil de consumo de lácteos fermentados entre os consumidores conforme o gênero, nível de formação, renda familiar, frequência e hábito de consumo, produtos consumidos e atributos importantes na hora da compra. A pesquisa mostrou que os principais consumidores deste tipo de alimento são jovens, do sexo feminino, com ensino superior incompleto e renda em torno de 1 a 4 salários mínimos. Em relação aos hábitos de consumo, afirmam consumir pelo menos 1 a 2 vezes por semana, de preferência iogurte grego ou firme, principalmente dos sabores morango, natural e coco, nos lanches da manhã ou da tarde.

Ao observar os atributos de compra, o preço, a marca e o sabor foram os principais citados pelos entrevistados. Os consumidores relataram que consomem os lácteos fermentados principalmente por serem saborosos, por praticidade e por serem saudáveis. Ao questionar os entrevistados sobre qual lácteos fermentados consomem com mais frequência, a maioria respondeu iogurte. De todos os entrevistados, 55,8% soube responder a respeito da diferença entre os tipos de produtos.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação – ABIA. (2018). *Números do setor Faturamento 2018*. Disponível em: <[www.abia.org.br](http://www.abia.org.br)>.
- André, D.H.C., André Júnior, J., Guilhermino, M.M. (2015). Perfil do consumidor de leite bovino da zona Sul do município de Natal Rio Grande do Norte. *Revista Centauro*, 6 (1), 17- 24.
- Bastos, J. M. B., Guimarães, A. S., Macedo, A. S., & Fontan, G. C. R. (2018). Influência da renda no comportamento do consumidor de iogurte e bebida láctea. *Anais Digitais do 4ª SEALIM / I SIMPECAL*, UESB.
- Brasil. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. (2005). *Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade de Bebida Láctea*. Instrução Normativa n.16, de 23 de agosto de 2005. Diário Oficial da União.
- Brasil. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. (2007). *Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade de Leites Fermentados*. Instrução Normativa n.46, de 23 de outubro de 2007. Diário Oficial da União.
- Castro-Cislaghi, F.P., Badaró, A.C.L., Pinto, E.P., Scarabotto, L. (2018). *Aproveitamento do Soro de Leite nas Agroindústrias*. Francisco Beltrão: Jornal de Beltrão.
- Celia, A.P., Schmidt, V. (2017). Perfil do consumidor de produtos lácteos caprinos no Rio Grande do Sul, Brasil. *Higiene Alimentar*, 31(274/275), 41-47. Disponível em: <http://docs.bvsalud.org/biblioref/2018/03/880071/274-275-site-41-47.pdf>.
- Cobra, M. (2006). *Administração de Marketing no Brasil*. 2 Ed. São Paulo: Cobra, p.454.
- Cruz, A. G., Zacarchenco, P. B., Oliveira, C. A. F., & Corassin, C. H. (2017). *Processamentos de produtos lácteos: Queijos, Leites Fermentados, Bebidas Lácteas, Sorvete, Manteiga, Creme de Leite, Doce de Leite, Soro em Pó e Lácteos Funcionais*. 1.ed. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., Miniard, P. W. (2000). *Comportamento do consumidor*. Rio de Janeiro: LTC.



- Food and Agriculture Organization of the United Nations – FAO. (2013). *Milk and dairy products in human nutrition*. Rome. Disponível em: <<http://www.fao.org>>.
- Global Dairy Platform – GDP. (2017). *Contribuição dos Lácteos para dietas sustentáveis reconhecidas*. Annual Review. Disponível em: <<https://www.globaldairyplatform.com>>.
- Pflanzer, S. B, Cruz, Hatanaka, C. L., Mamede, P. L., Cadena, R., Faria, J. A. F. & Silva, M. A. A. P. (2010). Perfil sensorial e aceitação de bebida láctea achocolatada. *Revista Ciência e Tecnologia de Alimentos*, 30 (2), 391-398.
- Pfrimer, R. T. (2018). *Desenvolvimento e avaliação de bebida láctea fermentada acrescida de leiteiro e saborizada com polpa de cagaita (Eugenia dysenterica)*. 91 f. Dissertação (Mestrado em Ciência Animal) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia.
- Souza, J. J. (2014). *O complexo agroindustrial de laticínios no Brasil: o caso da região Sul*. Florianópolis, SC, 2014. 289 f. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Geografia.
- Viana, J.G., Revillion, J.P. (2010). Qualidade percebida pelo consumidor de produtos lácteos: modelo teórico e evidências empíricas. *Indústria de Laticínios*, 87, 72-81.

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO



[www.officeeventos.com.br](http://www.officeeventos.com.br)