

PESQUISA DE MERCADO SOBRE O DESENVOLVIMENTO DO PETIT SUISSE DE SOJA

Elizete Neuza Brach, Henry Charles de Mendonça Brandão, Saraspathy Naidoo Gama de Mendonça (Orientadora), Maria Fatima Menegazzo Nicodem, William Arthur Philip Louis Naidoo Terroso de Mendonça Brandão, email: elizeteneuzabrach@yahoo.com.br

Universidade Tecnológica Federal do Paraná/Coordenação de Tecnologia em Alimentos – Medianeira – PR e Itaipu Binacional – Foz do Iguaçu – PR.

Palavras-chave: petit suisse, soja, pesquisa.

Resumo:

Através da pesquisa exploratória aplicada na população acadêmica da Universidade Tecnológica Federal do Paraná campus Medianeira, constituída por 120 acadêmicos e funcionários, obteve-se dados sobre o comportamento de consumo de *petit suisse* de soja. Os resultados demonstraram que 80% dos entrevistados eram do sexo feminino e 58,33% apresentaram-se na faixa etária de 20-40 anos. Observou-se que 53,33% consomem uma a três vezes por semana produtos a base de soja e 77% consumiam produtos à base de soja como leite, óleo e sucos, e que a maioria apresentou as expectativas quanto aos atributos relacionados à saúde e qualidade dos produtos no momento da compra de alimentos. Os resultados apontaram que 92 entrevistados consomem o *petit suisse* tradicional existente no mercado, fato considerado importante para avaliar a aceitação do *petit suisse* de soja após a elaboração da formulação. Concluiu-se que os entrevistados estariam suscetíveis ao consumo de *petit suisse* de soja, podendo este ser formulado e posteriormente avaliado sensorialmente.

Introdução

A história do *petit suisse* surge em um laticínio ao norte de Paris, chamado de Madame Héroult (CEZANO, 1993). No Brasil, este queijo é fabricado industrialmente por centrifugação da coalhada, para a separação do soro, obtendo-se o queijo "quark", que é utilizado como base para o queijo *petit suisse*, adicionando-se polpa de fruta, açúcar e gordura (VEIGA, 2000).

O produto é consumido como sobremesa e é dirigido principalmente ao público infantil. O produto tem boa aceitação, mas o consumo ainda é pequeno quando comparado ao de outros países. Segundo pesquisa da ACNIELSEN (1999 apud VEIGA, 2000), em 1998 o consumo per capita total no Brasil foi de 230g.

A soja é o 4º grão mais produzido no mundo, atrás do milho, trigo e arroz, sendo, porém, a oleaginosa mais cultivada (BISOTTO e FARIAS, 2001). Em 2001/2002, segundo dados do United States Department of

Agriculture (USDA), o Brasil figura como o segundo produtor mundial, responsável por 23,5 das 184 milhões de toneladas produzidas em nível global ou 23,6 % da safra mundial. (TECNOLOGIAS..., 2003).

Como possíveis benefícios de dietas contendo soja podem ser mencionados os efeitos anticarcinogênicos, redução dos níveis de colesterol, efeitos protetores contra a obesidade e sintomas como ondas de calor na menopausa (HUI *et al.*, 2001; FRIEDMAN e BRANDON, 2001; NAGATA *et al.*, 2001), tratamento de doenças coronarianas e osteoporose (ANDERSON *et al.*, 1995; CHIECHI *et al.*, 2002; HERMAN *et al.*, 1995; KNIGHT e EDEN, 1996).

A inulina é um composto retirado da raiz da chicória que melhora as condições da flora intestinal, sendo considerada um prebiótico. Atualmente, os prebióticos de maior interesse são aqueles que objetivam estimular bactérias que compõem a flora intestinal, as Bifidobactérias. Essas bactérias inibem o desenvolvimento de microrganismos que causam diarreia ou câncer de cólon, por exemplo. Inulina e frutooligosacarídeos constituem os prebióticos mais utilizados em formulações de alimentos (HOLZAPFEL e SCHILLINGER, 2002).

O consumo de prebióticos pode modular a microflora intestinal através do aumento do número das bifidobactérias (LOSADA e OLLEROS, 2002), que aumentam a população de colônias de Bifidobacterium em humanos e animais (SAARELA, et al., 2002).

A proteína concentrada do soro do leite contém altos níveis protéicos, ficando tipicamente em torno de 34% a 85%. Este produto contém alguma lactose, gordura e minerais. Com o aumento do teor protéico, a porcentagem de lactose na proteína concentrada do soro do leite decresce. Como resultado de novas tecnologias, uma variedade de aminoácidos biologicamente ativos, peptídeos e frações podem ser isolados da proteína do soro do leite (BRANDÃO e SEIBERT 2004).

O desenvolvimento de um novo produto representa um grande investimento para uma empresa, tanto em recursos financeiros como em recursos humanos. As dificuldades são enormes, entretanto o retorno pode significar a continuidade da rentabilidade da empresa. Para atingir o sucesso no atual ambiente competitivo, as empresas precisam desenvolver novos produtos para o mercado nacional e internacional. O desenvolvimento de novos produtos (DNP) nas economias de mercados dinâmicos é fator essencial para a sobrevivência das empresas.

As pesquisas de mercado servem como “ferramentas” de uso indispensável ao processo de introdução de novos produtos no mercado, tendo como objetivo a redução dos riscos do projeto.

A função do Departamento de Marketing é a de servir de intermediário ou elo de ligação entre a empresa e os *consumidores finais* dos produtos que essa empresa fabrica. É o Marketing que deve conduzir o *Estudo de Mercado*. O mercado global de Alimentos Funcionais está estimado US\$ 33 bilhões, sendo que representa uma forte tendência no mercado (MENRAD, 2003), fato que vem a enfatizar o propósito da realização de pesquisa de

mercado do *petit suisse* com extrato hidrossolúvel de soja e adicionado de inulina e proteína de soro de leite, sabor morango.

Material e Métodos

A pesquisa foi desenvolvida no ano de 2007 (novembro a dezembro) na Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, Medianeira, Pr. Através da pesquisa exploratória de dados, foram entrevistadas 120 acadêmicos e funcionários, os quais responderam questões relacionadas ao sexo, idade, frequência de consumo, destacando-se o consumo de produtos à base de soja, *petit suisse tradicional*, bem como os motivos pelos quais adquirem os alimentos.

Resultados e Discussão

A Figura 1 demonstra dados referentes ao sexo dos acadêmicos e funcionários entrevistados.

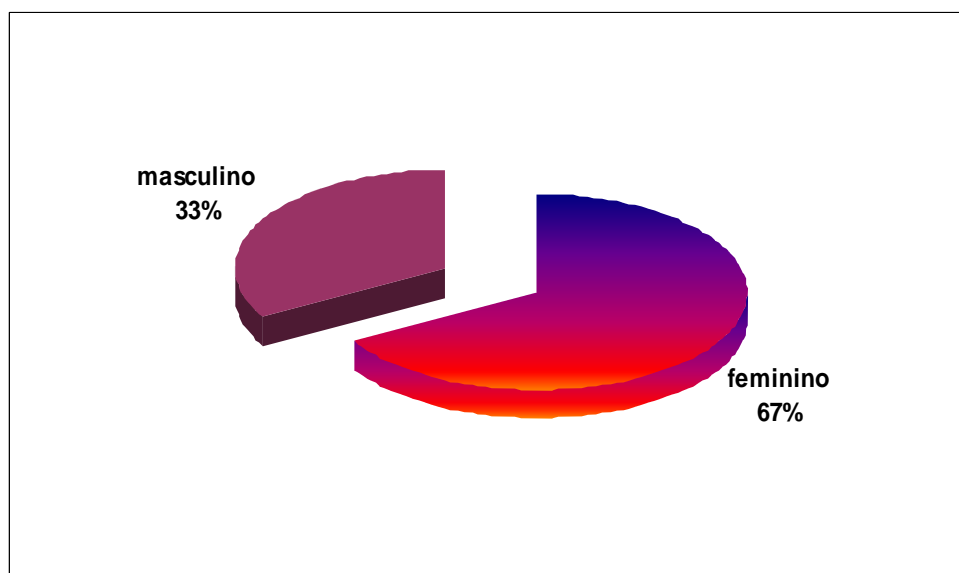


Figura 1. Porcentagem de entrevistados segundo o sexo.

Observou-se que a maioria dos entrevistados era do sexo feminino, fato que enfatiza a responsabilidade da mulher na aquisição dos alimentos bem como no preparo destes.

Dados referentes à faixa etária dos participantes da pesquisa estão demonstrados na Figura 2.

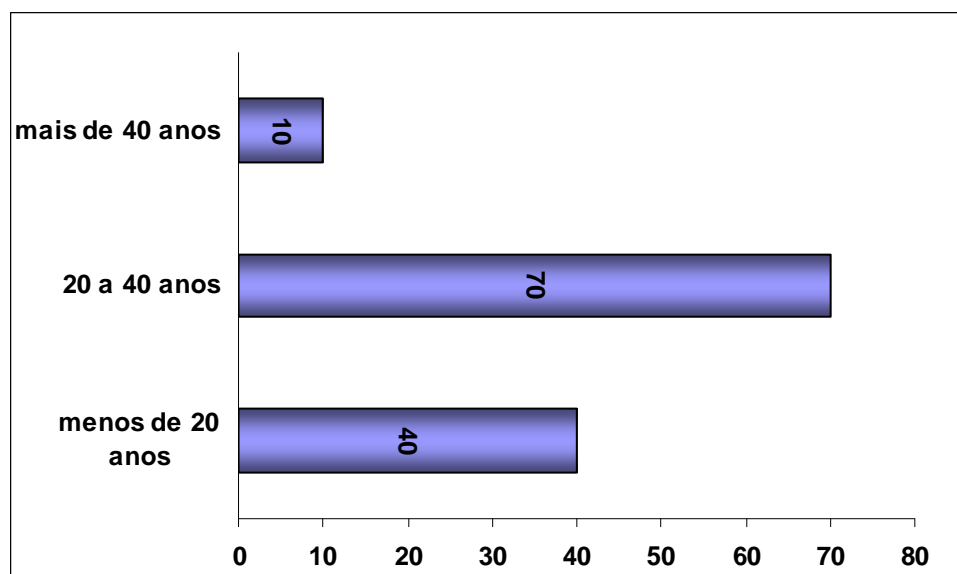


Figura 2: Faixa Etária dos Entrevistados.

Observou-se que 70 entrevistados apresentaram a faixa etária de 20-40 anos, o que representa a idade da maioria dos acadêmicos e funcionários da UTFPR campus Medianeira seguido de 40 entrevistados com menos de 20 anos.

A Figura 3 revela os fatores observados no momento da compra de alimentos.

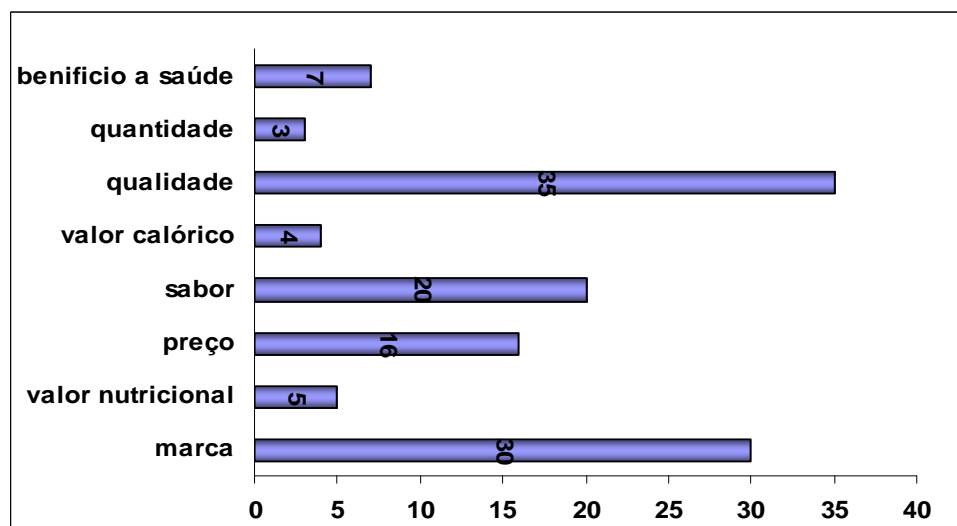


Figura 3. Atributos observados na compra.

A valorização de determinados atributos dos produtos e serviços sofreu modificações, pois os atributos mais valorizados pelos consumidores brasileiros são respectivamente: a indicação de prazo de validade nas embalagens; a indicação da composição dos produtos; os produtos ou

serviços que valorizam a saúde; os serviços de alta qualidade; os biodegradáveis e antipoluentes, entre outros (KARSAKLIAN, 2000), fato também observado neste estudo, pois a maioria das respostas (75), refere-se à preocupação com a saúde e qualidade.

A Figura 4 demonstra dados referentes ao consumo de produtos à base de soja.

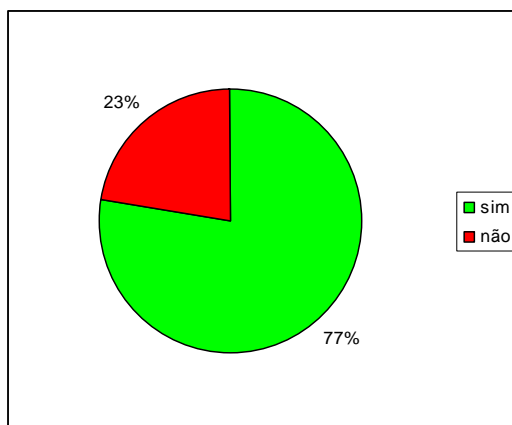


Figura 4. Porcentagem de consumidores de soja

Observou-se que a maioria dos entrevistados consomem produtos à base de soja, como leite, óleo e sucos.

A Figura 5 apresenta dados relativos à frequência de consumo de produtos à base de soja.

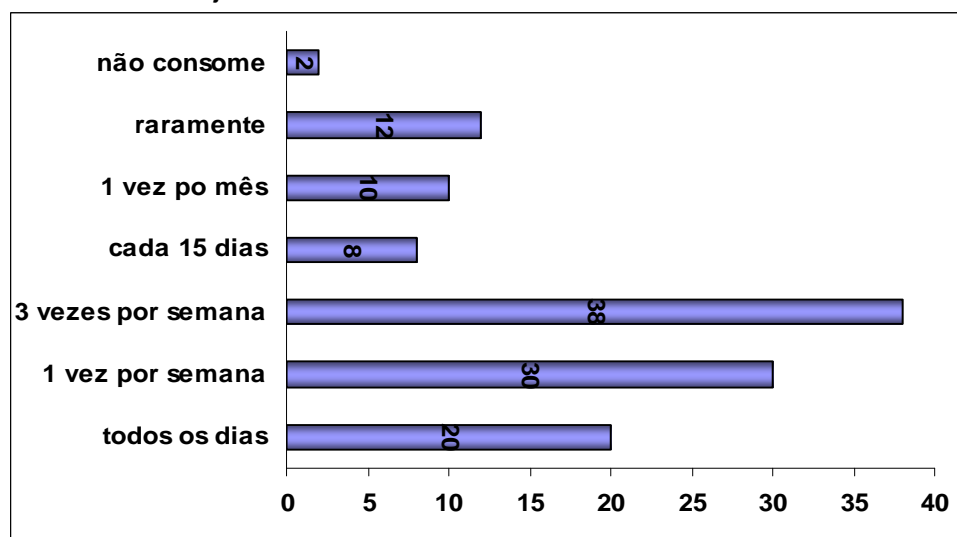


Figura 5. Frequência de consumo de produtos à base de soja.

Observou-se que 64 entrevistados consomem produtos à base de soja de 1 à 3 vezes por semana e 11 entrevistados consomem todos os dias.

Dados referentes sobre o conhecimento do queijo *petit suisse* estão demonstrado na Figura 6.

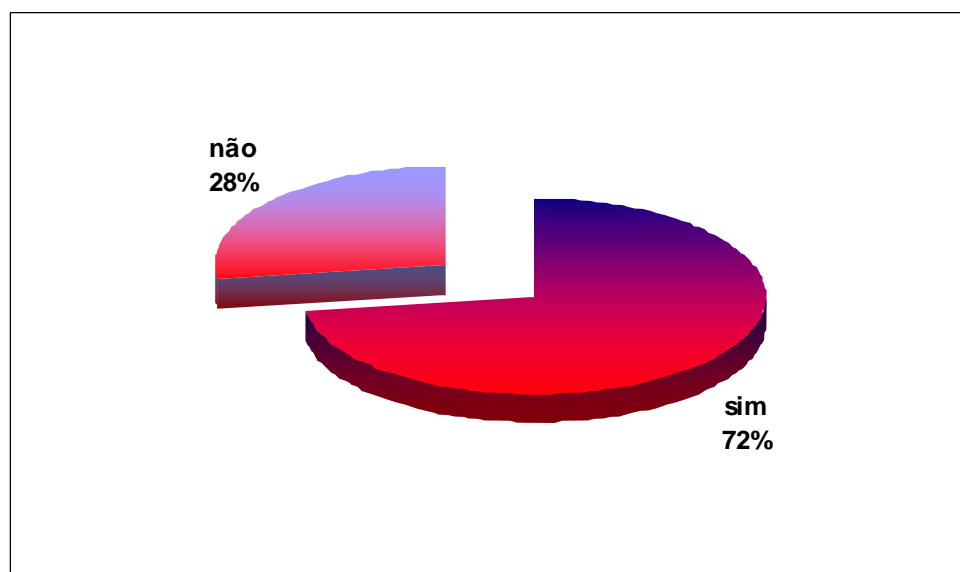


Figura 6: Conhecimento sobre o queijo *petit suisse*

Observou-se que somente 72% disseram que sim enquanto que 28% somente conhecem este produto devido a uma marca lançada (danoninho).

A Figura 7 apresenta dados referentes ao consumo de *petit suisse* tradicional, existente no mercado.

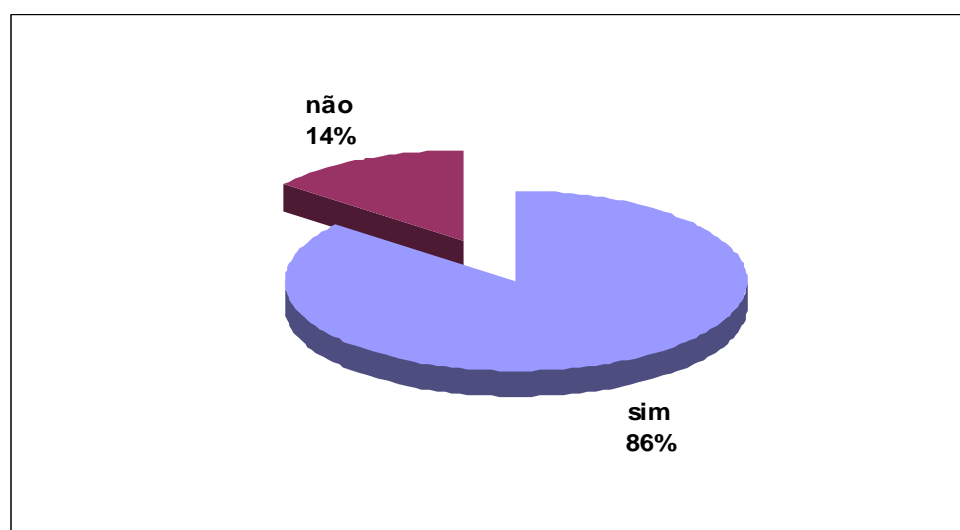


Figura 7. Consumo do *petit suisse* tradicional.

Observou-se que 92 entrevistados consomem o *petit suisse* existente no mercado, fato considerado importante para avaliar o comportamento destes consumidores a respeito da aceitação do *petit suisse* de soja.

Dados referente ao período do dia que consome produtos a base de soja estão demonstrados na Figura 8.

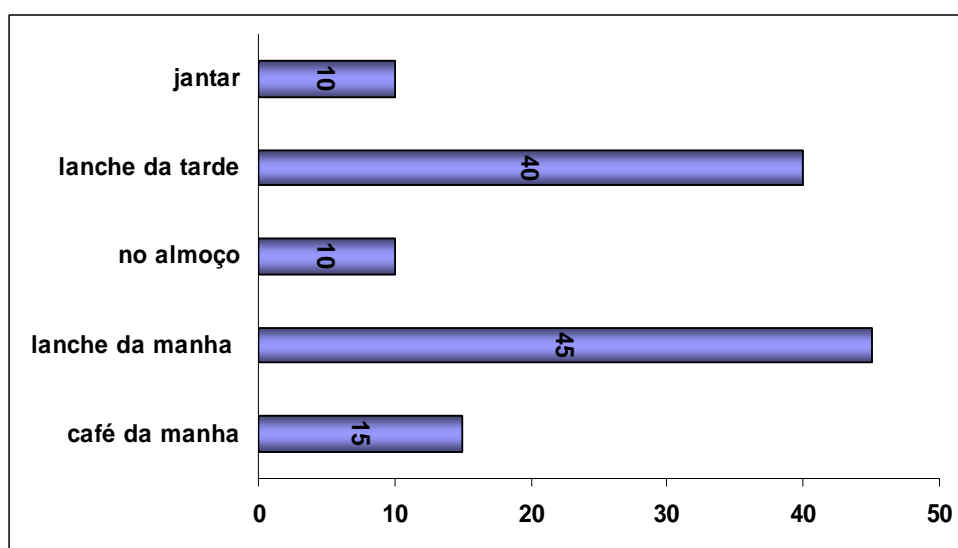


Figura 8: Período do dia que consome produtos à base de soja

Entre os entrevistados 82% consomem derivados de soja, nos lanches da manhã e da tarde, não incluindo este produto nas refeições mais importantes, embora já se tenha conscientização dos benefícios que o produto propicia.

Dados referentes aos produtos a base de soja que mais consome estão demonstrados na Figura 9.

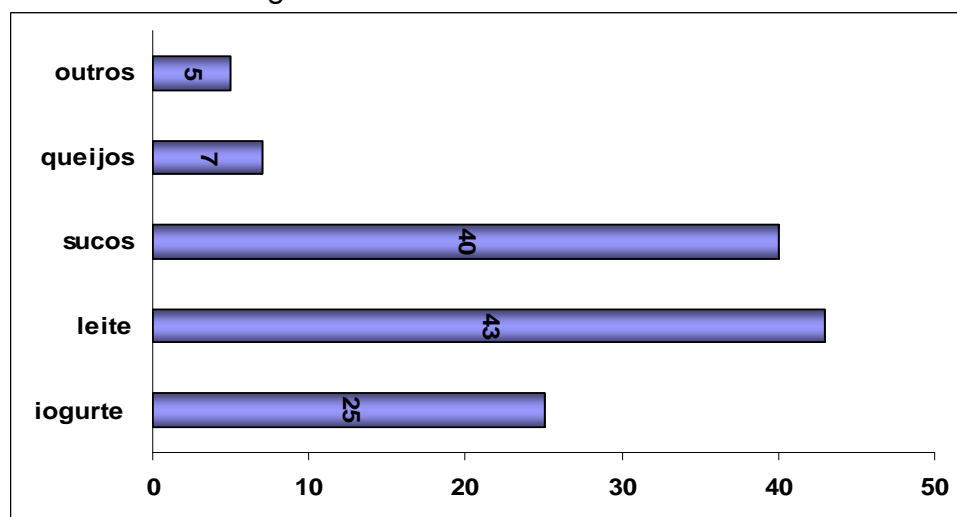


Figura 9 – Produtos à base de soja que mais consome

Conclusões

Notou-se que o produto *petit suisse* de soja poderá ser elaborado para posteriormente ser avaliado pelo público consumidor, considerando-se o *feed-back* através da pesquisa de mercado aplicada.

Referências

- Anderson, J. W.; JOHNSTONE, B. M.; Cook-Newell, M. E. Meta-analysis of the effects of soy protein intake on serum lipids. *New England Journal of Medicine*, v.333, n.5, p. 276 - 282, 1995.
- Bisotto, V; Farias, A. D. Algumas considerações sobre a cultura da soja. In: JOBIM, C. I. P.; SCHUCH, S. M. L. (eds). Reunião de pesquisa de soja da região sul. Indicações técnicas para a cultura da soja no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina 2001/2002. Porto Alegre: FEPAGRO, 2001.
- Brandão, W. A. P. L. N. T. M.; SeiberT, D. Bebida Fermentada probiótica de soro de leite. Curso Superior de Tecnologia em Alimentos. Medianeira, 2004.
- Cezano, I. Los quesos. Madrid: A. Madrid Vicenti, 1993.
- Chiechi, I. M; Secreto, G; D'amore, M; Fanelli, M.; Venturelli, E.; Cantore, F.; Valério, T.; Laselva, G.; Loizzi, P. Efficacy of a soy rich diet in preventing postmenopausal osteoporosis: the Memphis randomized trial. *Maturitas*, v. 42, p. 295 - 300, 2002.
- Friedman, M.; Brandon, D. L. Nutritional and health benefits of soy proteins. *Journal of Agriculture and Food Chemistry*, v. 49, p.1069 - 1086, 2001.
- Herman, C.; Adlercreutz, T.; Goldin, B. R.; Gorbach, S. L.; Hockerstedt, K. A. V.; Watanabe, S.; Hamalainen, E. K.; Markkanen, M. H.; Makela, T. H.; Wahala, K. T.; Hase, T. A.; Fotsis, T. Soybean phytoestrogen intake and cancer risk. *Journal of Nutrition*, v.125 , 757S - 770S, 1995. Supplement 3
- Holzapfel, W. H.; Schillinger, U. Introduction to pre-and probiotics. *Food Research International*, v. 35, p. 109-116, 2002.
- Hui, E.; Henning, S. M.; Park, N.; Heber, D.; Go, V. L. W. Genistein and Daidzein/Glycitein Content in Tofu. *Journal of food composition and analysis*, v.14, p.199 - 206, 2001.
- Karsaklian, E. O consumidor no divã. In:_____. Comportamento do Consumidor. São Paulo: Atlas, 2000. cap. 1, p. 15-85.
- Knight, D. C. Eden, J. A. A review of the clinical effects of phytoestrogens. *Obstetrics and Gynecology*, v.87, p. 897 - 904, 1996.
- Losada, M. A.; Olleros, T. Towards a healthier diet for the colon: the influence of fructooligosaccharydes and lactobacilli on intestinal health. *Nutrition Research*, v. 22, p. 71-84, 2002.
- Menrad, K. Market and marketing of functional food in Europe. *Journal of food Engineering*, v. 56, p. 181-188, 2003.
- Nagata, C.; Takatsuka, N.; Kawakami, N.; Shimizu, H. Soy products intake and hot flashes in Japanese women: results from a community-

based prospective study. American Journal of Epidemiology, v.153, p.790 - 793, 2001.

Saarela, M.; Lähteenmäki, L.; Crittenden, R.; Salminen, S.; Mattila-Sandholm, T. Gut bacteria and health foods- the European perspective. International Journal of food microbiology, v.78, p. 99-117, 2002.

Tecnologias de Produção de Soja. Região central do Brasil (2003). A importância da soja. Acesso em 27/09/2003. Disponível em: [http://www.cnpso.embrapa.br/sistemas de produção/importância.htm](http://www.cnpso.embrapa.br/sistemas_de_producao/importancia.htm).