

Simpósio de Integração Acadêmica

Inteligência Artificial: A Nova Fronteira da Ciência Brasileira

SIA UFV Virtual 2020



Pesquisa Mercadológica e Estratégia de Promoção de um Novo Produto Alimentício

OLIVEIRA, Ana Carolina de¹; CARVALHO, Naiara Barbosa²; TORRES FILHO, Robledo de Almeida²

¹ Técnica em Alimentos, ana.oliveira17@ufv.br ; ² Docente na Universidade Federal de Viçosa *Campus UFV-Florestal*, naiara.carvalho@ufv.br, robledo.filho@ufv.br

Pesquisa - Ciências Exatas e Tecnológicas - Ciência e Tecnologia de Alimentos

Palavras-chave: Leite fermentado, leite de cabra, saudabilidade

INTRODUÇÃO

A renovação contínua de produtos na empresa visa atender as necessidades e os desejos dos consumidores que, atualmente, estão buscando, cada vez mais, produtos que proporcionem benefícios à saúde (MINIM, 2018).

O leite fermentado possui um elevado potencial no desenvolvimento de novos produtos, principalmente, por estar relacionado com a saudabilidade e praticidade no consumo (COSTA, 2013).

O leite de cabra contém componentes biofuncionais naturais como triacilgliceróis de cadeias médias, ácidos graxos polinsaturados e algumas proteínas do soro que podem contribuir para a saúde (BESSA, 2014).

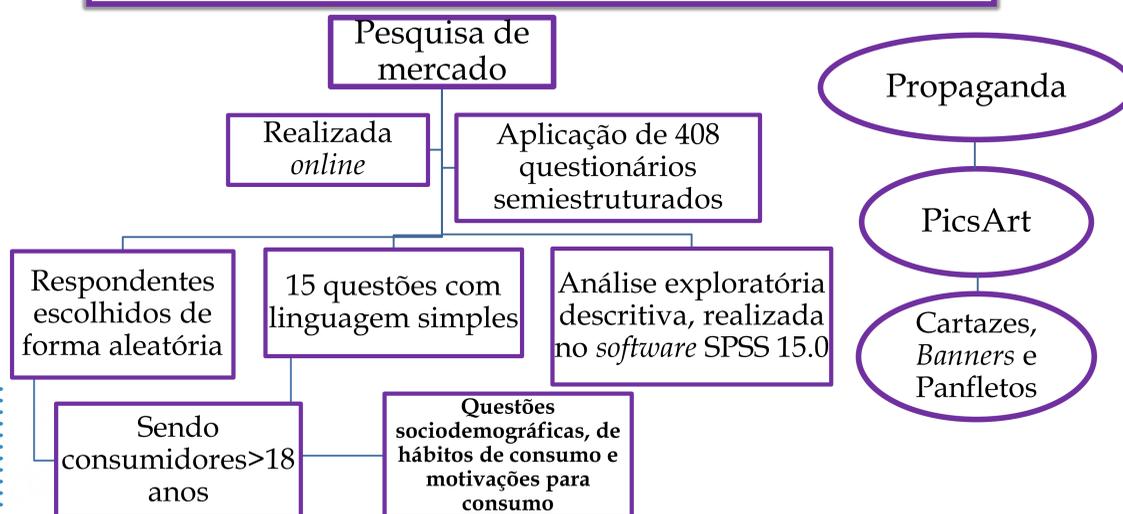
A jabuticaba possui um elevado valor nutricional, uma vez que há antocianinas em suas casacas e ferro, fósforo, vitamina C e niacina na polpa (LAGE, 2014).

OBJETIVOS

-Realizar uma pesquisa mercadológica do novo produto leite fermentado de cabra com sabor de jabuticaba para caracterizar os consumidores potenciais com relação às suas motivações, hábitos de consumo e conhecimento sobre os benefícios do produto à saúde.

-Desenvolver estratégias de promoção de vendas para o novo produto.

METODOLOGIA



APOIO FINANCEIRO

Agradecemos ao  pelo apoio financeiro, aos 408 respondentes que participaram da pesquisa e à  pela disponibilidade de sua infraestrutura.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

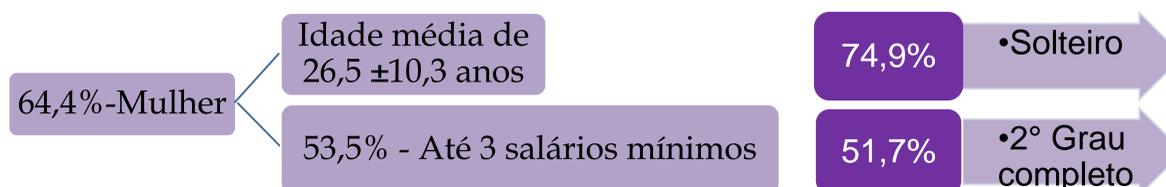


Figura 1- Características sociodemográficas dos participantes.

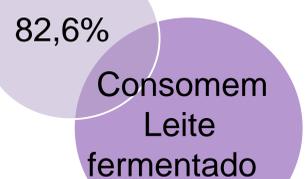


Figura 2- Porcentagem de pessoas que consomem leite fermentado.

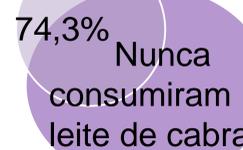


Figura 3- Porcentagem de pessoas que nunca consumiram leite de cabra.

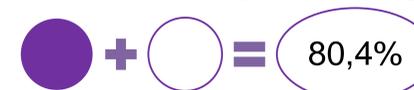


Figura 4- Combinação de cores para embalagem.



Figura 5- Propaganda do leite fermentado de cabra com sabor de jabuticaba.

A maioria dos entrevistados consumiria o leite fermentado de cabra com sabor de jabuticaba procurando contribuir com a sua saúde (66,2%).

CONCLUSÃO

A pesquisa mercadológica indicou que o desenvolvimento do novo produto leite fermentado de cabra com sabor de jabuticaba é uma interessante alternativa para a indústria de alimentos. Além disso, constatou-se que a estratégia de promoção funcionará como um excelente veículo para alcançar os consumidores potenciais bem como para conquistar o sucesso do mesmo no mercado competitivo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BESSA, M.E. *Percepção sensorial e aceitação do leite de cabra fermentado*. Dissertação apresentada como parte do programa de Pós Graduação da Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2014.

COSTA, M.P. *Leite fermentado: Potencial alimento funcional*. Enciclopédia Biosfera, Centro Científico Conhecer- Goiânia [online]. 2013, v. 9, n. 16; p. 1387. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/266395821_Leite_fermentado_potencial_alimento_funcional_Fermented_milk_potential_functional_food

LAGE, F. F. *Casca da jabuticaba: inibição de enzimas digestivas, antioxidante, efeitos biológicos sobre o fígado e perfil lipídico*. Tese apresentada como parte do Programa de Pós Graduação em Agroquímica da Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2014.

MINIM, V.P.R. *Análise Sensorial: Estudos com consumidores*. 4.ed. Viçosa: Editora UFV, 2018. 362 p.

AGRADECIMENTOS