

Simpósio de Integração Acadêmica

“Bicentenário da Independência: 200 anos de ciência, tecnologia e inovação no Brasil e 96 anos de contribuição da UFV”

SIA UFV 2022



PERCEPÇÃO DOS CONSUMIDORES BRASILEIROS EM RELAÇÃO A ALIMENTOS “PLANT BASED”: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO

Rafaela Oliveira Neto¹; Márcia Cristina Teixeira Ribeiro Vidigal¹; Laís Fernanda Batista¹; Ana Clarissa dos Santos Pires¹

¹Departamento de Tecnologia de Alimentos – UFV.

rafaela.neto@ufv.br; marcia.vidigal@ufv.br; lais.batista@ufv.br; ana.pires@ufv.br

Área temática: Ciência e Tecnologia de Alimentos Grande Área: Ciências Exatas e Tecnológicas

Categoria do trabalho: Pesquisa

Introdução

Nos últimos anos, a forma de consumo e produção de alimentos têm passado por mudanças importantes para atender a demanda de parte dos consumidores que têm buscado por alimentos com substituição parcial ou total da proteína animal por vegetal, que entreguem qualidade sensorial e fatores nutricionais, similares às das fontes convencionais [1,2]. Nesse contexto, entender como os consumidores percebem os alimentos *plant based* e o que motiva sua aceitação é de extrema importância para impulsionar o consumo desses produtos e reconhecer as oportunidades de crescimento do setor.

Objetivos

O objetivo do estudo foi conduzir um estudo exploratório sobre a percepção de diferentes grupos de consumidores em relação ao consumo, aceitação e preferência de dois produtos feitos à base de proteínas vegetais de castanhas.

Material e Métodos

Os participantes foram convidados a participar das sessões de grupo de foco via e-mail e alocados nos três grupos propostos:

- Grupo 1 (G1) composto por pesquisadores professores da área de alimentos;
- Grupo 2 (G2) vegetarianos e veganos;
- Grupo 3 (G3) consumidores comuns sem restrição alimentar.

As três sessões foram realizadas de forma remota (Google Meet) e de acordo com Krueger e Casey (2009). Na técnica de associação de palavras os participantes foram apresentados a duas imagens utilizadas como estímulo visual e a partir da observação delas falaram as primeiras palavras, pensamentos ou sentimentos que surgiram a partir da apresentação do estímulo.

a.



b.



Figura 1. Imagens apresentadas como estímulo visual na associação de palavras.

Apoio Financeiro



Resultados e Discussão

A partir da associação de palavras foram obtidas diferentes palavras/expressões para descrever os produtos (Figura 2) que envolvem a curiosidade e o desejo de experimentar esses produtos, características sensoriais, saudabilidade e preço.

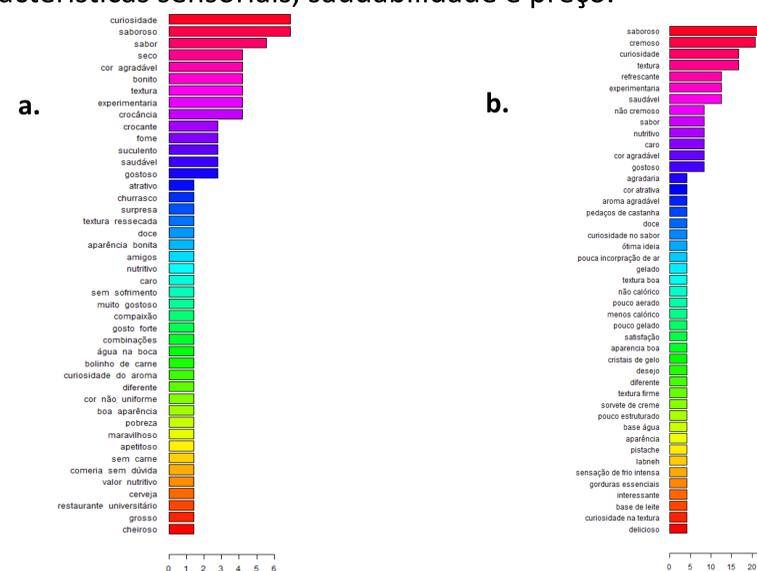


Figura 2. Palavras evocadas pelos participantes para descrever a. o hambúrguer e b. o sorvete.

Conclusões

Um dos principais desafios desse mercado é encontrar uma combinação entre os aspectos sensorial, saudabilidade e de custo desses produtos, associado a forma de produção mais sustentáveis, para atender aos anseios dos consumidores.

No geral, os participantes se mostram dispostos a conhecer e a introduzir esses alimentos na sua rotina, desde que atendam as expectativas e critérios de qualidade, além de serem acessíveis, podendo atrair os mais diferentes grupos de consumidores, expandindo a comercialização de produtos à base de plantas.

Bibliografia

- [1] Alcorta, A., Porta, A., Tárrega, A., Alvarez, M. D., & Pilar Vaquero, M. (2021). Foods for plant-based diets: Challenges and innovations. In *Foods* (Vol. 10, Issue 2). MDPI AG. [2] He, W., Xiao, N., Zhao, Y., Yao, Y., Xu, M., Du, H., Wu, N., & Tu, Y. (2021). Effect of polysaccharides on the functional properties of egg white protein: A review. In *Journal of Food Science* (Vol. 86, Issue 3, pp. 656–666). Blackwell Publishing Inc.

Agradecimentos

