



Simpósio de Integração Acadêmica

“Ciências Básicas para o Desenvolvimento Sustentável”

SIA UFV 2023

UFV
Universidade Federal
de Viçosa

Pesquisa mercadológica e elaboração da embalagem de um novo produto alimentício

DIAS, Thalya Hoshiana Henriques¹; CARVALHO, Naiara Barbosa² (Orientadora); CARNEIRO, Bianca Vasconcelos³; DINIZ, Henrique Marques³; ELIAS, Luana Aparecida da Silva³; NAKANO, Stephany Sayuri Freitas³.

¹Técnico em Alimentos, thalya.dias@ufv.br; ²Instituto de Ciências Exatas e Tecnológicas, naiara.carvalho@ufv.br; ³Engenharia de Alimentos, bianca.carneiro@ufv.br, henrique.diniz@ufv.br, stephany.nakano@ufv.br, luana.elias@ufv.br.

Pesquisa - Área de conhecimento: Ciências Agrárias - Área temática: Ciência e Tecnologia de Alimentos
Palavras-chave: iogurte natural, maçã, chia, saudabilidade, praticidade.

Introdução

A indústria de lácteos é a segunda maior do segmento alimentício no Brasil, ficando atrás apenas do setor de carnes (SIQUEIRA, 2019). Segundo Silva e Pandolfi (2020) esse mercado tende a crescer, devido às variedades de segmentação que o iogurte oferece, o que já vem ocorrendo, uma vez que os consumidores estão mais preocupados com a saúde, aumentando a busca por alimentos que promovam saudabilidade e bem-estar, além da procura por maior praticidade.

Objetivos

- Realizar uma pesquisa mercadológica de um iogurte natural integral bicamada com preparado de maçã e chia sem adição de açúcares;
- Caracterizar seus potenciais consumidores, bem como suas motivações e hábitos de consumo;
- Verificar a intenção de compra desse novo produto;
- Traçar a melhor embalagem para esse iogurte.

Material e Métodos



Resultados e Discussão

Figura 1 - Perfil sociodemográfico dos entrevistados.

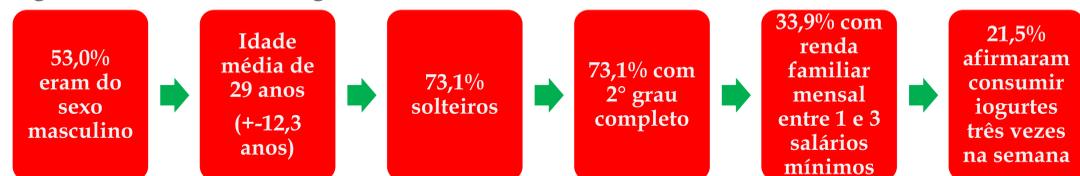


Figura 2 - Intenção de compra do iogurte integral natural bicamada com preparado de maçã e zero adição de açúcares.

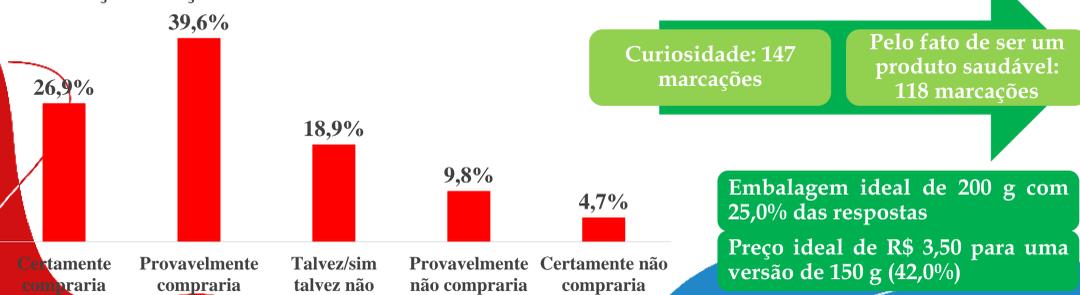


Figura 3 - Intenção de compra do iogurte integral natural bicamada com preparado de maçã e chia zero adição de açúcares.



Figura 4 - Rótulos dos iogurtes.



Conclusões

Com base nos resultados da pesquisa de mercado, conclui-se que a comercialização desses dois produtos seria um sucesso, uma vez que os respondentes demonstraram interesse em adquirir os iogurtes, que além de serem uma inovação de um produto já estabelecido no mercado possuem um apelo de saudabilidade e bem-estar.

Bibliografia

- SILVA, I.S.C.; PANDOLFI, M.A.C. Análise das principais tendências no mercado brasileiro de iogurtes. *Interface Tecnológica*, v.17, n.2, p.523-534, 2020.
- SIQUEIRA, K. B. O Mercado Consumidor de Leite e Derivados. *Rev. Circular Técnica*. Juiz de Fora, v. 120, jul. 2019.

Agradecimentos

À todas as 386 pessoas que participaram da pesquisa de mercado, nossos agradecimentos. Sem vocês, essa pesquisa não seria possível! Esse trabalho foi realizado com o apoio financeiro do Edital BIC JÚNIOR/UFV/FAPEMIG/ 2022 - 2023.