

CONSUMO DE IOGURTE NA CIDADE DE BANANEIRAS - PB

Francisco Cesino de Medeiros Júnior-Aluno B. Agroindústria CFT/UFPB
Prof^ª. Dra. Esmeralda Paranhos dos Santos - DTR/CFT/UFPB esmeralda@cft.ufpb.br
Maria Sueli Francisco – Aluna B. Agroindústria CFT/UFPB

RESUMO

Este trabalho teve o objetivo de avaliar a percepção dos habitantes da cidade de Bananeiras – PB em relação ao consumo de iogurte. A pesquisa foi realizada com a aplicação de questionários, com uma amostra 100 entrevistados. A forma de aplicação foi por entrevista, onde quem preenchia o questionário que continha 17 questões (objetivas e abertas), era próprio entrevistador. O perfil de idade dos respondentes variou entre 11 e 84 anos, sendo a maioria do gênero masculino. A maioria cursou o ensino médio, e poucas das pessoas entrevistadas não consome leite ou seus derivados. O produto mais consumido é o leite, seguido do queijo e do iogurte. A maioria das pessoas gosta de consumir o iogurte apenas 1 vez por semana, e não tem preferência por marca. A preferência das marcas coincide com o tempo que a marca está no mercado, e, o preço tem maior influência na hora da compra. Os respondentes observam a validade, mas não verificam a temperatura no local de comercialização. O iogurte praticamente só é consumido de forma direta não entrando no preparo de pratos, e, é considerado um alimento que sacia a fome.

Palavras-chave: iogurte, consumo.

1. INTRODUÇÃO

O consumo de iogurte no Brasil era quase restrito as crianças, sendo que atualmente está mudando pelo fato das crianças que crescem e continuam tomando o iogurte e a diversidade de produtos que está visando um novo público alvo que são os adultos e idosos. A qualidade dos produtos alimentícios e a sua influência sobre a nutrição e a saúde humana estão se destacando cada vez mais nos meios científicos (BASTOS, 1995). Com o expressivo número de produtos alimentícios existente no mercado e a atual tendência de consumir produtos naturais, o iogurte destaca-se por ser um produto resultante da fermentação do açúcar presente no leite por bactérias lácticas (SALINAS, 1986).

Iogurte é o leite que foi fermentado por uma combinação de *Streptococcus thermophilus* e *Lactobacillus bulgaricus* sob determinadas condições de tempo e de temperatura. As próprias de bactéria são quem estimula o crescimento das outras e os produtos do seu metabolismo combinam resultando nas características cremosas, de textura e do sabor levemente ácido do iogurte. A fermentação pára por arrefecimento e o produto final que contém entre 100 a 1000 milhões de bactérias vivas por ml de produto, mantendo-se sobre refrigeração até ser consumido. Assim como produto lácteo fresco tem obviamente um prazo de validade relativamente reduzido (SBRT, 2007).

Na Antigüidade, utilizava-se em tratamento de numerosos distúrbios orgânicos, fígado, intestino e nas desordens estomacais o leite fermentado como solução para os

males no homem, sendo ainda, considerado um estimulador de apetite, regulador de temperatura do sangue e para melhorar a cor da pele (TAMIME, 1991).

O consumo de iogurte, inicialmente foi bastante limitado, restringindo-se apenas a certos grupos étnicos. Em meados de 1960, foram adicionadas frutas ao produto, com o objetivo de aperfeiçoar o seu sabor ácido buscando ter maior aceitação popular e, ao mesmo tempo, uma maior divulgação era dada às suas qualidades nutritivas e terapêuticas, levando a um considerável aumento no seu consumo (CHR Hansen, 1997).

Nas últimas duas décadas, a produção de iogurte no Brasil cresceu de maneira satisfatória, registrando atualmente uma produção média de 400 mil toneladas por ano, o que representa 76% do total de produtos lácteos (BOLINI, 2004).

O presente trabalho teve como objetivo avaliar a percepção dos habitantes da cidade de Bananeiras – PB em relação ao consumo de iogurte.

2. METODOLOGIA

O método utilizado para realização da pesquisa foi aplicação de questionários, com uma amostra 100 entrevistados, dos quais os 100 foram válidos. A forma de aplicação foi por entrevista, onde quem preenchia o questionário era o próprio entrevistador. As perguntas representavam um total de 17 (objetivas e abertas), as quais eram o conteúdo programado da pesquisa, e que os temas abordados foram relacionados ao perfil do entrevistado: gênero, idade e escolaridade; se consome leite ou derivados; consumindo, se consome iogurte; frequência com que consome; preferência por marca e qual a marca preferida com opções com os nomes fantasia das quatro (4) marcas de iogurte com polpas de frutas sabor morango comercializadas na cidade, sendo que três são produzidas no estado da Paraíba e uma marca de projeção nacional (marcas A, B, C e D) e a opção de outra marca; o fator que mais influencia na compra do iogurte; se observa a validade e temperatura de armazenamento do iogurte; se já encontrou iogurte vencido na prateleira do local de venda; qual o horário que mais consome o iogurte; se como utiliza o iogurte na preparação de algum prato; se concorda que o iogurte sacia a fome e se já adoeceu devido ao consumo do iogurte. As respostas foram analisadas à luz da estatística, utilizando-se a planilha eletrônica Microsoft Excel.

3-RESULTADOS E DISCUSSÃO

Verificou-se que a faixa etária dos respondentes variou entre 11 e 84 anos, apresentando uma média de idade de 28,5 anos, dos quais 59% estão representados por habitantes do gênero masculino.

Quando perguntados quanto ao nível de escolaridade 38% dos respondentes tem o 1º grau, 41% tem 2º grau, 18% tem o 3º grau e 3% tem pós-graduação. A maioria tem nível de escolaridade de 2º grau, seguido das pessoas com nível de escolaridade de 1º grau.

O consumo de leite ou derivados é hábito de 95% dos respondentes, que afirmaram consumir algum produto originário do leite. Dentre as opções apresentadas de produtos que são consumidos, o leite aparece em 59% das respostas, ou seja, é o produto consumido por mais da metade dos respondentes, seguido pelo queijo com 22% e o iogurte 19%, não havendo a afirmação de consumo de nenhum outro produto.

Dos respondentes que afirmaram consumir algum produto derivado do leite, 9% afirmaram não consumir iogurte de forma alguma, tendo 67% atribuído ao fato de não consumirem por não gostar do produto, e os 33% restantes atribuídos por acharem o iogurte um produto caro.

Com relação aos 91% que afirmaram consumir iogurte, foi perguntado à frequência com que consumiam 13% responderam consumir todos os dias, 28% consomem pelo menos 3 vezes por semana, 36% apenas 1 vez por semana, 17% menos de 1 vez por mês e 6% muito raramente. Podendo observar que não é hábito da maioria dos respondentes consumirem iogurte todos os dias, mas que durante a semana existe um consumo considerável, como apresentado na figura 1.

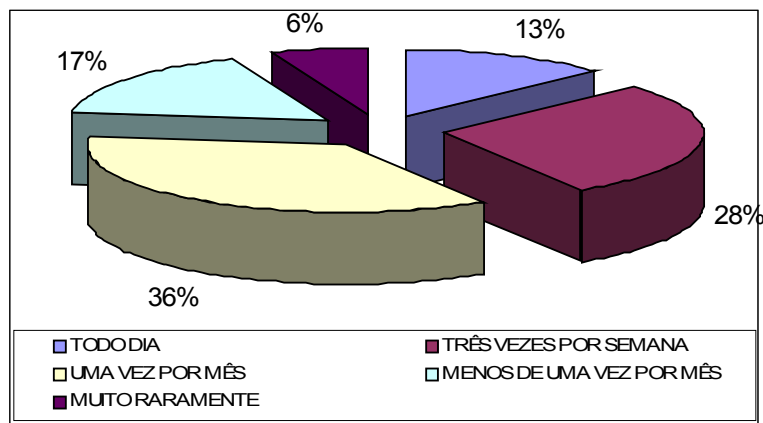


Figura 1- Frequência de consumo de iogurte

Dos que consomem o iogurte, foi perguntado se existia alguma preferência por marca e 30% confirmaram ter e os outros 70% afirmam não se importar com a escolha da marca.

Dentre as marcas de preferência a que apareceu em 80% das respostas foi a marca C, de projeção nacional, seguida pelas marcas A e B com 10% cada uma. A marca D não apareceu em nenhuma das respostas, nem foi citada alguma outra marca. Quando perguntados sobre o que influenciava na compra do iogurte, 32% dos respondentes afirmaram que consumiam devido aos valores nutricionais existentes no produto, 14% disseram que o preço teria mais influência, 1% atribuía à marca e 53% atribuíam a outros fatores: observando-se as respostas oferecidas a “outros fatores” percebeu-se que os respondentes associaram como resposta a “outros fatores” o “sabor”.

Quando perguntados aos respondentes se observavam a validade do iogurte antes da compra, 87% responderam que sim, que observam. Destes 87% que tem o cuidado de olhar a validade 55% já encontraram o iogurte vencido na prateleira a venda. Dos 91% respondentes que consomem iogurte 59% afirmaram não observar a temperatura de armazenamento.

Com relação ao horário em que mais consomem o iogurte, 46% responderam que é no café da manhã, 44% preferem no lanche e 10% antes de dormir, não sendo citado outro horário que seja mais consumido.

O iogurte em relação como é utilizado, 92% afirmaram que consomem diretamente, 1% como ingrediente de bolos e doces e 7% utilizam de outra forma como em cremes, sorvetes e tortas. Destacando-se a importância de trabalhar com opções de receitas nas embalagens dos iogurtes, podendo desta maneira ser uma opção para o fortalecimento do seu consumo.

Dos que consomem iogurte 60% concordam que sacia a fome, e 2% afirmaram ter tido problemas de saúde devido ao consumo de iogurte.

4. CONCLUSÕES

A idade dos respondentes variou entre 11 e 84 anos, sendo a maioria do gênero masculino. A maioria cursou o ensino médio, e poucas das pessoas entrevistadas não consome leite ou seus derivados. O produto mais consumido é o leite, seguido do queijo e do iogurte. A maioria das pessoas gosta de consumir o iogurte apenas 1 vez por semana, e não tem preferência por marca. A preferência das marcas coincide com o tempo que a marca está no mercado, e, o preço tem maior influência na hora da compra. Os respondentes observam a validade, mas não verificam a temperatura de armazenamento no local de comercialização. O iogurte praticamente só é consumido de forma direta não entrando no preparo de pratos, e, é considerado um alimento que sacia a fome.

Referências Bibliográficas:

BASTOS, M. do S.R. **Informações de sistema de qualidade NB 9.000 em laticínios em produção de iogurte e leite longa vida (UHT)**. Viçosa : UFV, (Universidade Federal de Viçosa 1995. 243p. (Tese - mestrado em ciência e tecnologia de alimentos).

BOLINI, H. M. A.; MORAES, P. Tese mostra que análise sensorial incrementaria produção de iogurte. *Jornal da Unicamp*, ed. 253, de 24-30 de maio, p. 11, 2004.
CHR Hansen **Leites fermentados, microrganismos probióticos e saúde**. Valinhos, n.38, p.2, Mar. 1997.

METCHNIKOFF E. Sur la flore du corps humain. (On the flora of the human body) *Manch Lit Philos Soc* 1901;45:1-38 (in French) s.d. (sem data).

PERDIGON G, Alvarez S, Rachid M, Agüero G, Gobbato NJ. Immune system stimulation by probiotics. *J Dairy Sci* 1995;78:1597-606.

SALINAS, R. J. Higiene quality of commercial yoghurts. **Alimentaria**, Madrid, v.178, p.27-30, 1986.

(SBRT), Serviço Brasileiro de **Respostas Técnicas**; Disponível em:
< <http://www.sbrt.ibict.br> >. Acesso em: 26 / 05 / 2006.

TAMIME, A. Y. ROBINSON, R. K. **Yogur; ciencia y tecnologia**. Traducido por Maria de la Concepción Díaz de Villegas Soláns e Alvaro Rodríguez Sánchez Arévalo. Zaragoza: Acribia, 1991, 368p.