

## Importância das informações em rótulos de bebidas lácteas fermentadas sobre as escolhas dos consumidores

Thaís Justo Borges<sup>1\*</sup>, Gabriel Nogueira<sup>1</sup>, Nathália Borges<sup>1</sup>; Lauro Melo<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Laboratório de Análise Sensorial e Estudos do Consumidor, Escola de Química, Universidade Federal do Rio de Janeiro (EQ/UFRJ), Av. Athos da Silveira Ramos, 149, Cidade Universitária, CEP. 21941-909 Rio de Janeiro/RJ, Brasil.

\* thais.fjusto@gmail.com

### 1. INTRODUÇÃO

Bebida láctea fermentada é a bebida feita da mistura de leite e soro de leite com outros ingredientes e com cultivo de micro-organismos. Os laticínios fermentados compreendem a maioria dos alimentos que contêm culturas probióticas, ou seja, microrganismos vivos capazes de trazer benefícios à saúde em quantidades adequadas (Granato et al., 2018).

As informações contidas nos rótulos podem ser decisivas para a escolha do consumidor, que sente maior empoderamento na tomada de decisão ao receber informações sobre suas opções. Avaliar a atenção dos consumidores aos rótulos de alimentos se tornou extremamente importante para o design de produtos (Eldesouky et al., 2015). Compreender como os consumidores são afetados pelas alegações de saúde na frente do rótulo é importante para fins de marketing e de políticas públicas.

### 2. OBJETIVOS

O presente trabalho teve como objetivo compreender como as informações nos rótulos das bebidas lácteas fermentadas afetam as escolhas dos consumidores e se o estilo de vida e os hábitos de consumo afetam a maneira como eles fazem essas escolhas.

### 3. MATERIAL E MÉTODOS

Foi realizada uma análise conjunta baseada em escolhas com interação, com quatro fatores: **açúcar/adoçante** (sem adição de açúcar, adoçado com sucralose, adoçado com stevia, sem informação), **lactose** (zero lactose, sem informação), **gorduras** (sem gordura, sem informação), **proteínas** (fonte de proteínas, com Whey Protein, sem informação). Um questionário foi aplicado a 1384 participantes que tiveram que escolher um dos quatro rótulos apresentados simultaneamente, totalizando 16 conjuntos de escolha, e responderam questões socioeconômicas e sobre estilo de vida e hábitos de consumo. A Figura 1 apresenta um exemplo de um dos conjuntos de escolha, mostrando como as informações foram apresentadas aos consumidores.

Figura 1 - Exemplos de imagens de bebidas lácteas fermentadas utilizadas no estudo



#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Apenas uma interação entre os níveis dos quatro fatores foi estatisticamente ( $p < 0,05$ ) significativa para todo o grupo com 1.384 participantes. A combinação dos níveis “adoçado com sucralose”, “nenhuma informação sobre lactose”, “nenhuma informação sobre gorduras” e “fonte de proteína” tem um efeito positivo (utilidades agregadas) nas escolhas dos consumidores. No entanto, outras combinações de níveis podem influenciar significativamente grupos específicos dentro do número total de participantes.

De acordo com o índice de massa corporal (IMC), a interação entre os níveis “adoçado com sucralose, nenhuma informação sobre lactose e gorduras, e fonte de proteína” teve uma influência negativa sobre as escolhas dos consumidores de baixo peso e peso normal. Em contrapartida, a mesma combinação teve um impacto positivo nas escolhas do grupo obesidade. A interação entre os níveis “adoçado com stevia e sem informações sobre lactose, gorduras e proteínas” influenciou positivamente nos grupos de peso regular e obesidade. Em geral, os resultados sugerem uma tendência de escolhas mais frequentes de adoçantes para IMC mais elevados. De acordo com Sylvetsky et al. (2017), pessoas acima do peso corporal ideal tendem a consumir mais alimentos e bebidas com adoçantes de baixa ou nenhuma caloria.

Além disso, “adoçado com stevia, sem informações sobre lactose, gorduras e proteínas” teve um efeito positivo sobre as escolhas de pessoas que praticam atividade física com mais frequência e entre quem consome produtos lácteos apenas uma vez por semana ou ocasionalmente; e um efeito negativo entre pessoas que praticam atividade física com menor frequência e entre pessoas que consomem produtos lácteos frequentemente.

Embora certos grupos, como pessoas com peso normal e obesidade, considerem que a interação com a stevia afeta positivamente as escolhas, a maior frequência de consumo traz um efeito negativo das combinações com a stevia nas escolhas dos consumidores. Uma possibilidade é pelo seu gosto amargo, que pode fazer com que as pessoas que o consomem com frequência não gostem de produtos com esse aditivo. De acordo com Civille e Oftedal (2012), não importa o quão saudável e nutritivo um produto seja. Se não for atraente para o consumidor por suas propriedades sensoriais, provavelmente não terá sucesso.

#### 5. CONCLUSÕES

As interações “adoçado com sucralose, nenhuma informação sobre lactose e gorduras e fonte de proteína” e “adoçado com stevia, nenhuma informação sobre lactose, gorduras e proteínas” foram as combinações com efeitos estatisticamente significativos (positivos ou negativos). Assim, as informações apresentadas nos rótulos afetam as escolhas de determinados consumidores de acordo com seu estilo de vida e hábitos de consumo.

#### 6. AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem aos 1384 participantes da pesquisa.

#### 7. REFERÊNCIAS

- Civille, G.V., Oftedal, K.N. (2012). Sensory evaluation techniques — Make “good for you” taste “good”. *Physiology & Behavior*, 107, 598-605. <https://doi.org/10.1016/j.physbeh.2012.04.015>
- Eldesouky, A., Pulido, A. F., & Mesias, F. J. (2015). The Role of Packaging and Presentation Format in Consumers' Preferences for Food: An Application of Projective Techniques. *Journal of Sensory Studies*, 30(5), 360–369. <https://doi.org/10.1111/joss.12162>
- Granato, D., Nazzaro, F., Pimentel, T. C., Esmerino, E. A., & Gomes da Cruz, A. (2018). Probiotic Food Development: An Updated Review Based on Technological Advancement. In book: *Reference Module in Food Science*. doi:10.1016/b978-0-08-100596-5.22271-3
- Sylvetsky, A. C., Jin, Y., Clark, E. J., Welsh, J. A., Rother, K. I., & Talegawkar, S. A. (2017). Consumption of Low-Calorie Sweeteners among Children and Adults in the United States. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 117(3), 441–448.e2. doi:10.1016/j.jand.2016.11.004