



CONSUMO DE BEBIDAS A BASE DE SOJA

Carlos Esdras Minikoski Arancibia¹, Luis Henrique Nogueira Marinho¹, Andréa Machado Groff²

RESUMO: O presente estudo teve como objetivo avaliar os motivos que levam ou não ao consumo de bebidas a base de soja. A pesquisa foi realizada em um supermercado, no município de Campo Mourão – Paraná, em maio de 2007, entrevistando-se 100 pessoas. Os entrevistados foram questionados se já haviam consumido leite de soja, quais os motivos que levam a consumir ou não o produto e a frequência de consumo. Dos entrevistados avaliados 44 pessoas (44%) relataram nunca terem consumido bebidas a base de soja. Os principais motivos apontados foram: a falta de interesse (68,18%), o preconceito, por achar que o produto é ruim (20,45%), o alto custo (6,81%), comentários negativos que ouviram a respeito do produto (2,27%) e intolerância a lactose (2,27%). Dos que já provaram bebidas a base de soja (56%), 48,21% pararam de consumir o produto principalmente pelo sabor desagradável e pelo elevado preço, os demais (51,79%) consomem principalmente em função do valor nutricional (59,37%), da intolerância a lactose (15,62%), do sabor agradável (15,62%), do preço acessível (6,25%) e por redução nos efeitos da menopausa (3,12%). Dos que consomem o produto 20,6% o fazem diariamente, 37,9% de uma a duas vezes por semana, 31% uma vez por semana e 10,34% raramente. Observou-se que grande parte dos entrevistados não tem interesse em experimentar bebidas à base de soja e relatam características negativas como sabor mesmo sem ter provado o produto. No entanto, dos que consomem o produto o elevado valor nutricional tem sido o principal motivo do consumo.

PALAVRAS-CHAVE: custo, frequência de consumo, sabor.

1 INTRODUÇÃO

O uso da soja na alimentação humana tem sido destacado em função do elevado teor protéico (LAZZARI, 1999) e das propriedades nutracêuticas presentes no grão promovida pela presença de compostos bioativos, as isoflavonas (CARRÃO-PANIZZI, 2003). No Brasil, o mercado de bebidas a base de soja é recente e, de acordo com CARRÃO-PANIZZI, SD no Brasil cresceu cerca de 60% em 2005. Sendo assim, o presente estudo teve como objetivo avaliar se o consumidor ingere bebidas a base de soja, os motivos que levam ou não ao consumo e a frequência de consumo.

1. Acadêmico do curso de Engenharia de Produção Agroindustrial – Faculdade Estadual de Ciências e Letras de Campo Mourão;

2. Professor – Faculdade Estadual de Ciências e Letras de Campo Mourão. Email: andrea_groff@hotmail.com.

2 MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa foi realizada por acadêmicos do curso de Engenharia de Produção Agroindustrial da Faculdade Estadual de Ciências e Letras de Campo Mourão em um supermercado, no município de Campo Mourão – Paraná, em maio de 2007, entrevistando-se 100 pessoas (56 homens e 44 mulheres).

Os entrevistados foram divididos em cinco faixas etárias, 0 a 20 anos (4%), 21 a 30 (13%), 31 a 40 (34%), 41 a 50 (34%) e acima de 50 anos (15%), em quatro faixas de renda familiar, 1 a 3 salários mínimos (51%), 4 a 5 (39%), 6 a 10 (7%) e acima de 10 salários mínimos (3%) e em três níveis de escolaridade: ensino fundamental (23%), ensino médio (48%) e ensino superior (29%).

Os entrevistados foram questionados se já haviam consumido leite de soja, quais os motivos que levam a consumir ou não o produto e a frequência de consumo. Após responder o questionário os entrevistados receberam um texto esclarecendo sobre os benefícios da soja na alimentação humana.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Dos entrevistados avaliados 44 pessoas (44%) relataram nunca terem consumido bebidas a base de soja. Os principais motivos apontados (Figura 1) foram: a falta de interesse (68,18%), o preconceito, por achar que o produto é ruim (20,45%), o alto custo (6,81%), comentários negativos que ouviram a respeito do produto (2,27%) e intolerância a lactose (2,27%), demonstrando, nesse último caso, o desconhecimento quanto à composição do produto, que não possui lactose.

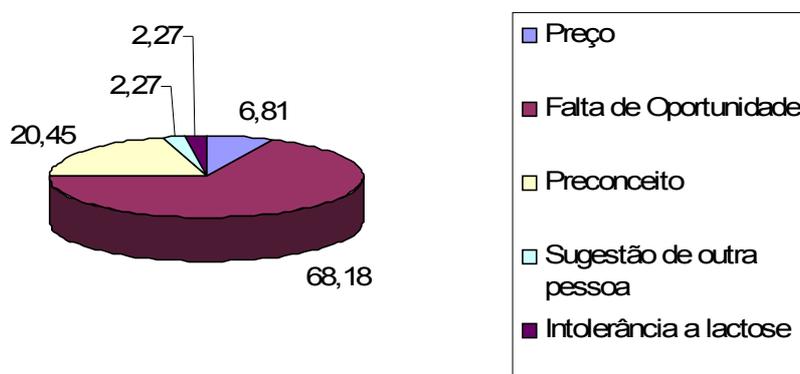


Figura 1 – Motivos relatados por pessoas que não consomem bebidas a base de soja

Dos que já provaram bebidas a base de soja (56%), 48,21% pararam de consumir o produto principalmente pelo sabor desagradável e pelo elevado preço, os demais (51,79%) consomem principalmente em função do valor nutricional (59,37%), da intolerância a lactose (15,62%), do sabor agradável (15,62%), do preço acessível (6,25%) e por redução nos efeitos da menopausa (3,12%) como pode ser visualizado na Figura 2.

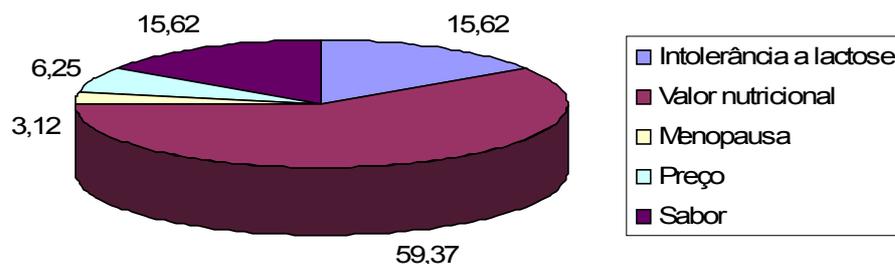


Figura 2 – Motivos relatados por pessoas que consomem bebidas a base de soja

Quanto a freqüência de consumo (Figura 3) de bebidas a base de soja, dos que consomem o produto 20,6% o fazem diariamente, 37,9% de uma a duas vezes por semana, 31% uma vez por semana e 10,34% raramente.

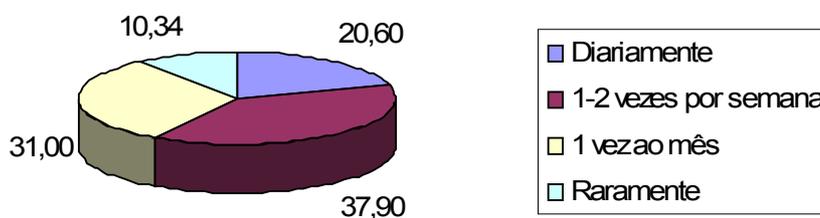


Figura 3 – Freqüência de consumo de bebidas a base de soja

4 CONCLUSÃO

Observou-se que grande parte dos entrevistados não tem interesse em experimentar bebidas à base de soja e relatam características negativas como sabor mesmo sem ter provado o produto. No entanto, dos que consomem o produto o elevado valor nutricional tem sido o principal motivo do consumo.

REFERÊNCIAS

CARRÃO-PANIZZI, M.C and ERHAN, S. Effects of cultivars and sowing location on oil, protein, and fatty acid composition of soybeans. *Abstracts – 98th AOCs Annual Meeting & Expo*, May 4-7, 2003, Kansas City, KA, p. 118.

CARRÃO-PANIZZI, M.C (Sem data) *Qualidade da produção de soja no Brasil e as perspectivas para grãos com valor agregado* Disponível em <http://www.cnps.embrapa.br>. Acessado em 23/07/2007.

LAZZARI, F.A. Fatores de qualidade do grão de soja. I Congresso Brasileiro de Soja *Anais...* 2002. Londrina, Embrapa Soja, Documentos 124, p.205-214, 1999.