

## INFLUÊNCIA DO PERFIL DE INTRODUÇÃO ALIMENTAR NA PESQUISA DE MERCADO DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS INFANTIS SAUDÁVEIS

<sup>1</sup> Érica Maria Gomes Vidal; <sup>2</sup> Maria Jéssica de Almeida Souza; <sup>3</sup> Bruna Yhang da Costa Silva; <sup>4</sup> Virna Luiza de Farias.

<sup>1</sup> Graduanda em Bacharelado em Nutrição pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – IFCE *campus* Limoeiro do Norte; <sup>2</sup> Graduada em Bacharelado em Nutrição pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – IFCE *campus* Limoeiro do Norte; <sup>3</sup> Docente do curso de Bacharelado em Nutrição do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – IFCE *campus* Limoeiro do Norte; <sup>4</sup> Docente do curso de Tecnologia em Alimentos do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – IFCE *campus* Limoeiro do Norte.

**Área temática:** Inovações em Saúde e Nutrição

**Modalidade:** Comunicação Oral

**E-mail do autor:** ericamgvidal@gmail.com

### RESUMO

**INTRODUÇÃO:** O processo de introdução alimentar (IA) infantil consiste na fase em que outros alimentos passam a ser incorporados na alimentação das crianças de forma complementar ao leite materno. Já neste momento é essencial priorizar alimentos *in natura*, variados e nutritivos, em virtude do acelerado crescimento e desenvolvimento. **OBJETIVO:** Avaliar o nível de interesse dos responsáveis por crianças do estado do Ceará, em idade de IA, por um novo produto alimentício saudável, pronto para o consumo, elaborado com matérias-primas regionais, e correlacionar com o tipo de abordagem de IA adotada, renda e grau de escolaridade. **MÉTODOS:** Foi disponibilizado um questionário por meio de um formulário eletrônico direcionado a responsáveis por crianças de até três anos de idade, residentes no Ceará, contendo perguntas acerca do período de IA das crianças, além do interesse de compra por novos produtos alimentícios pelos responsáveis. Os resultados de 145 respostas válidas foram expressos em frequência absoluta e percentual dos dados. **RESULTADOS:** A maioria dos participantes da pesquisa marcou como abordagens usuais da IA a tradicional e a participativa. Não houve uma correlação direta entre o tipo de abordagem da IA e o interesse pelas formulações, sendo os maiores percentuais de respostas semelhantes nas opções “muito interesse” e “pouco interesse” (variação de 14,48 a 20,00%), independentemente do tipo de abordagem. A formulação de sabor carne revelou-se mais atrativa, pois 43,45% dos participantes responderam ter

“muito interesse” pelo produto. A maioria dos participantes que demonstraram “muito interesse” pelas três formulações, possuía pós-graduação completa. **CONCLUSÃO:** O novo produto alimentício infantil, elaborado com matérias-primas regionais, possuiria maior potencial mercadológico entre consumidores que optam pelas abordagens tradicional e participativa de IA infantil, bem como para indivíduos que possuem maior grau de escolaridade.

**Palavras-chave:** Alimentação Complementar, Comida Regional, Alimento Saudável.

## 1 INTRODUÇÃO

Diante pouca disponibilidade de tempo das famílias brasileiras para o preparo de suas refeições, a indústria de alimentos proporciona alternativas rápidas, como sopas e papas prontas para o consumo para o público infantil. Entretanto, muitas vezes esses produtos ultrapassam os limites recomendados de sódio, carboidratos simples, gorduras saturadas, aditivos e conservantes. Isso é preocupante, principalmente quando se trata de crianças a partir de seis meses, em fase de introdução alimentar (SOCIEDADE BRASILEIRA DE PEDIATRIA, 2018).

Segundo o Guia Alimentar para a População Brasileira, os alimentos *in natura* ou minimamente processados devem constituir a base da alimentação das famílias, incluindo as crianças, enquanto os alimentos processados e ultraprocessados devem ser evitados (BRASIL, 2021). Por isso, a Sociedade Brasileira de Pediatria (SBP) e o Ministério da Saúde recomendam que a partir dos seis meses de idade sejam introduzidos de forma lenta, gradual e complementar outros alimentos, como tubérculos, frutas, legumes, cereais, leguminosas e carnes, de início em consistência pastosa (SOCIEDADE BRASILEIRA DE PEDIATRIA, 2018; BRASIL, 2019), dando preferência aos alimentos regionais (BRASIL, 2015).

Desse modo, o presente trabalho teve como objetivo avaliar o interesse dos responsáveis por crianças do estado do Ceará, em idade de IA, por um novo produto alimentício saudável, pronto para o consumo, elaborado com matérias-primas regionais, e correlacionar com o tipo de abordagem de IA adotada, renda e grau de escolaridade.

## 2 MÉTODOS

Trata-se de uma pesquisa exploratória, em forma de levantamento, por meio de um formulário *on-line*, com abordagem quanti-qualitativa (GIL, 2002). Esta é parte do projeto maior intitulado “Perfil de alimentação de crianças na introdução alimentar para avaliação do consumo de alimentos regionais e industrializados.” O público-alvo incluiu pais, mães ou responsáveis por crianças de até três anos de idade, que já tivessem iniciado a IA, residentes no Ceará. A população consistiu em 644.701 crianças na faixa etária de zero a quatro anos, faixa etária na qual estão inseridos indivíduos em primeira infância (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA-IBGE, 2010).

Considerando-se esta população finita, intervalo de confiança de 95%, erro amostral de 5% e distribuição heterogênea da população, calculou-se uma amostra de 384 participantes (COMENTTO, 2018). Em virtude da dificuldade de adesão, somente foi possível atingir o quantitativo de 145 respostas válidas.

Inicialmente, os responsáveis pelas crianças, *on-line*, leram e assinaram um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Em seguida, responderam a um questionário, que continha, além de informações socioeconômicas, de escolaridade e sobre o processo de IA, uma pesquisa de intenção de compra acerca de produtos infantis prontos para o consumo.

As opções de respostas para os tipos de abordagem de IA foram: “Somente alimentos liquidificados e peneirados”, “Tradicional (alimentos amassados)”, “*Baby-lead weaning* (BLW)” e “Participativo (BLW + Tradicional)”. As opções de renda disponíveis no formulário foram: “Até 1 salário mínimo”, “De 1 a 3 salários mínimos”, “De 3 a 5 salários mínimos”, “Mais do que 5 salários mínimos”. Já o grau de escolaridade foi subdividido em: “Fundamental incompleto”, “Fundamental completo”, “Médio incompleto”, “Médio incompleto”, “Superior incompleto”, “Superior completo”, “Pós-graduação incompleta” e “Pós-graduação completa”.

Constava também registros fotográficos de três versões saudáveis de alimentos regionais prontos para o consumo, formulados no estudo de Souza, Silva e Farias (2021), de acordo com as recomendações da SBP e do Ministério da Saúde, para que fosse informado o grau de interesse pela disponibilização desses produtos no comércio.

Esses produtos consistiam em três formulações diferentes, nos sabores frango, peixe e carne, contendo alimentos de todos os grupos alimentares, parcialmente amassados com auxílio de um garfo, sem conservantes nem sal. Os alimentos foram dispostos em camadas em frascos hermeticamente fechados, e foram pasteurizados. As opções de respostas para o interesse de compra foram iguais para

cada uma das três formulações e variaram em: “Tenho muito interesse”, “Tenho pouco interesse” e “Não tenho interesse”.

Para se verificar o perfil dos prováveis consumidores dos produtos avaliados, os resultados obtidos foram correlacionados com o tipo de abordagem de IA adotada, a renda familiar mensal e o grau de escolaridade dos participantes.

Os dados coletados foram tabulados em planilha no Microsoft Office Excel®, e os resultados foram expressos em frequência absoluta e percentual.

Ressalta-se que antes da execução da pesquisa, o projeto foi submetido à apreciação de um Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) e aprovado sob parecer nº 4.784.951. Portanto, a pesquisa obedece à Resolução 466/12, que regulamenta pesquisas envolvendo seres humanos.

### **3 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Conforme disponível no Guia Alimentar para Crianças Brasileiras Menores de 2 Anos, existem no mercado diferentes sopinhas industrializadas, as quais são preparadas para crianças com idade entre seis meses e dois anos. Apesar de as marcas mais vendidas não apresentarem aditivos em sua composição, não devem fazer parte da alimentação das crianças, pois o desenvolvimento da mastigação e da percepção de sabores fica limitado devido à mistura dos diversos alimentos dentro do pote e da textura e cor homogêneas do produto (BRASIL, 2019).

Desse modo, os dados obtidos com a pesquisa revelaram possíveis correlações importantes acerca da nutrição pediátrica, especialmente envolvendo a pesquisa de mercado, os tipos de abordagem de IA infantil, a renda familiar mensal e o grau de escolaridade do responsável.

Primeiramente, ao relacionar o interesse de compra pelas formulações com o tipo de IA adotada pelos responsáveis, foi observado que a maioria possuiu “muito interesse” ou “pouco interesse” pelos produtos, e essa mesma maioria indicou a “tradicional” e a “participativa” como abordagens usuais (Tabela 1).

Ao relacionar as informações acerca de renda familiar mensal e interesse de compra, não foi possível observar a tendência esperada, a qual seria maior interesse de compra por participantes com maior poder aquisitivo, pois os percentuais obtiveram uma distribuição homogênea, isto é, não se detectou uma possível relação entre renda e interesse pelo produto. Entretanto, a formulação de sabor carne revelou-se mais atrativa, pois 43,45% do total de participantes da pesquisa responderam ter

“muito interesse” pelo produto alimentício. Sugere-se que tal fato pode estar ligado às questões particulares, entre elas a preferência gustativa por determinado alimento, principalmente pelo tipo de proteína, bem como as percepções distintas ao observar as fotografias disponibilizadas no questionário, com interferência das cores dos alimentos constituintes de cada formulação, resolução fotográfica e aparência dos potes acondicionantes.

**Tabela 1** – Relações entre o tipo de abordagem de introdução alimentar infantil e a pesquisa de mercado.

<b>Tipo de abordagem</b>	<b>Intenção de compra</b>	<b>Resultado (%)*</b>
SALP**	Muito interesse	3,45 - 4,14
SALP**	Pouco interesse	2,07 - 2,76
SALP**	Nenhum interesse	2,07 - 2,07
Tradicional	Muito interesse	15,86 - 20,00
Tradicional	Pouco interesse	14,48 - 17,24
Tradicional	Nenhum interesse	6,90 - 8,28
BLW	Muito interesse	2,07 - 2,76
BLW	Pouco interesse	3,45 - 3,45
BLW	Nenhum interesse	0,00 - 0,69
Participativa	Muito interesse	17,24 - 17,93
Participativa	Pouco interesse	15,17 - 16,55
Participativa	Nenhum interesse	10,34 - 11,72

Fonte: Autoria própria.

\* Percentuais mínimos e máximos acerca das três formulações: sabores frango, peixe e carne.

\*\* Somente alimentos liquidificados e peneirados.

Paralelamente, quando se correlacionou a pesquisa de mercado com o grau de escolaridade, foi observado que, do total de participantes, a maioria (17,93%) respondeu ter “pós-graduação completa” e “muito interesse” pelo produto sabor frango, e dentre estes que têm pós-graduação completa, o maior percentual (48,15%) revelou ter “muito interesse”. Este mesmo cenário percentual se repetiu com o produto sabor carne. De forma análoga, o sabor peixe mostrou resultados semelhantes, visto que a maioria (17,24%) afirmou possuir “pós-graduação completa” e “muito interesse”, e dentre estes com pós-graduação completa, o maior percentual (46,30%) demonstrou ter “muito interesse” pelo produto alimentício regional.

Em suma, de maneira geral, a semelhança encontrada nos resultados referentes às três formulações revelou uma tendência esperada, ou seja, um maior grau de escolaridade pode possibilitar maior chegada de informação e conhecimento acerca da relevância do produto alimentício

em questão e do seu impacto na qualidade alimentar e, consequentemente, no crescimento e desenvolvimento infantil, tornando seus responsáveis prováveis consumidores mercadológicos.

#### 4 CONCLUSÃO

Conclui-se que o novo produto alimentício infantil elaborado com matérias-primas regionais possuiria maior potencial mercadológico se ofertado para consumidores que adotam as abordagens tradicional e participativa como tipos de abordagens de IA infantil, bem como para indivíduos que possuem maior grau de escolaridade.

#### REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. **Alimentos regionais brasileiros**. 2. ed. Brasília, DF: Ministério da Saúde, 2015.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção Primária à Saúde. Departamento de Promoção da Saúde. **Guia alimentar para crianças brasileiras menores de 2 anos**. Brasília, DF: Ministério da Saúde, 2019.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção Primária à Saúde. Departamento de Promoção da Saúde. **Guia alimentar para crianças brasileiras menores de 2 anos: versão resumida**. Brasília, DF: Ministério da Saúde, 2021.

COMENTTO. **Comentto**: pesquisa de mercado. São Paulo, 2018. Calculadora amostral. Disponível em: <https://comentto.com/calculadora-amostral/>. Acesso em: 25 abr. 2021.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 176 p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Sinopse do censo demográfico 2010: Ceará. 2010. Disponível em:  
<https://censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=26&uf=23>. Acesso em: 24 abr. 2021.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE PEDIATRIA. Departamento de Nutrologia. **Manual de alimentação**: orientações para alimentação do lactente ao adolescente, na escola, na gestante, na prevenção de doenças e segurança alimentar. 4. ed. São Paulo: SBP, 2018.

SOUZA, M. J. A.; SILVA, B. Y. C.; FARIA, V. L. Elaboração e avaliação da adequação nutricional de papas principais de misturas múltiplas preparadas com alimentos regionais. **Demetra: Alimentação, Nutrição & Saúde**, v. 16, p. e61688, 2021.