



Desenvolvimento de produtos proteicos veganos, uma alternativa sustentável

Andressa Baloqui da Silva, discente de graduação de Engenharia de Alimentos,
Universidade Federal do Pampa, Campus Bagé, Thalita de Borba Vincent
Caroline Costa Moraes, docente, Universidade Federal do Pampa

e-mail primeiro autor- andressabaloqui@unipampa.edu.br

A alimentação é um pilar fundamental no nosso dia a dia, e a preocupação com esta, vem crescendo cada vez mais. Uma pesquisa conduzida em 2020, realizada pela Ingredion, juntamente com a Consultoria opiniana, aponta que 90% dos brasileiros estão procurando melhorar sua alimentação, dentre os fatores, estaria a diminuição do consumo de carne. Optando por buscar produtos mais saudáveis de origem vegetal. Atualmente, conforme a pauta pelo direito dos animais ganha força, a do mercado vegano segue a mesma linha. Resultando o aumento de adeptos dessa prática, seja pela preocupação ao meio ambiente, a vida animal ou até mesmo pela perspectiva de levar uma vida mais saudável. Com o surto da pandemia (covid-19), o receio de consumir dietas baseadas em proteína animal reascendeu à descrença sobre essa prática. De acordo com uma pesquisa realizada pela Mintel, em apenas quatro anos a oferta de produtos veganos cresceu de 677% no Brasil. A associação Brasileira dos supermercados (ABRAS), diz que mesmo que os números tenham crescido substancialmente, o mercado não atende a demanda dos consumidores, além dos preços desses produtos serem altos. Em virtude desses dados, o intuito deste trabalho foi abordar essa prática alimentar, sanar dúvidas, entender as necessidades dos consumidores e comprovar que o mercado vegano está crescendo cada vez mais no Brasil, havendo ainda insuficiência de produtos. Foi elaborado um formulário de pesquisa online (google forms), aplicado via e-mail para toda a comunidade acadêmica da Universidade Federal do Pampa-Unipampa, e nas redes sociais (facebook e WhatsApp), no intuito identificar o nicho de mercado vegano. Dessa forma, baseando-se em receber um retorno sem limitações geográficas, idade, gênero e escolaridade. A partir da observação dos aspectos analisados, 318 formulários foram preenchidos, percebendo-se que 79,9 % das pessoas entrevistadas preocupam-se em se alimentar de forma saudável, e 67,7% são consumidoras de produtos pré-prontos pela praticidade do preparo. Em virtude dos resultados da pesquisa, ficou notório que o público abrangente que se intitula como “vegano” e “vegetariano” é apenas 7,2% dos entrevistados. Todavia, 84% responderam que não são adeptos a nenhuma filosofia alimentar. No entanto, a taxa de interesse em experimentar um produto vegano foi convincente, totalizando 78% das respostas. Levando em consideração que 85,8% dos entrevistados alegam que não tem produtos veganos suficientes no mercado, nota-se a carência de variedades. Constatou-se que 76,7% não conhecem nenhuma linha de fast food vegano, e apenas 18,9% já consumiu algum produto vegetariano à base de cogumelos. Detectou-se que 86,6% dos entrevistados acham que o preço dos produtos veganos não são acessíveis. E 74,2% pagariam entre 10 à 15 reais em uma embalagem de 200g de nuggets veganos. Em vista da argumentação apresentada neste trabalho, entendemos que por mais que o mercado tenha produtos veganos, ainda não é suficiente, o resultado da aplicação do formulário foi satisfatório para o projeto de pesquisa.

Agradecimentos: Ao conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e tecnológico CNPq, pelo apoio financeiro e incentivo a pesquisa, a minha orientadora Caroline Costa Moraes, juntamente com o laboratório de Microbiologia e Toxicologia de Alimentos e também à UNIPAMPA.

Palavras-chave: Alimentação saudável, vegetariano, consumidores.