

Análise exploratória do interesse por marcas e produtos lácteos no Brasil

Darlan Henrique da Costa Silva⁽¹⁾, Anna Letícia Franco Monteiro⁽²⁾, Thallys da Silva Nogueira⁽³⁾, Manuela Sampaio Lana⁽⁴⁾, Kennya Beatriz Siqueira⁽⁵⁾ e Priscila Vanessa Zabala Capriles Goliatt⁽⁶⁾

⁽¹⁾Graduando em Sistemas de Informação – UFJF, Juiz de Fora, MG. e-mail: darlan.silva@ice.ufjf.br, ⁽²⁾Graduanda em Engenharia Computacional, UFJF, Juiz de Fora, MG. ⁽³⁾Doutorando em Modelagem Computacional, UFJF, Juiz de Fora, MG. ⁽⁴⁾Analista, Embrapa Gado de Leite, Juiz de Fora, MG. ⁽⁵⁾Pesquisadora e orientadora, Embrapa Gado de Leite, Juiz de Fora, mg. e-mail: kennya.siqueira@embrapa.br, ⁽⁶⁾Pesquisadora, bolsista do CNPq, Departamento de Ciência da Computação, UFJF, MG.

Resumo- A indústria de laticínios no Brasil tem enfrentado desafios significativos nos últimos tempos, reflexo de um consumidor cada vez mais informado e exigente. Diante disso, o objetivo central deste trabalho foi avaliar a preferência dos consumidores de lácteos por determinadas marcas e produtos disponíveis no mercado brasileiro. Para isso, foi empregada a ferramenta Observatório do Consumidor (OC), que analisou as postagens sobre lácteos no X/Twitter no Brasil no período de 07 de maio de 2020 a 03 de agosto de 2023. Os resultados indicaram que o consumidor brasileiro de lácteos demonstrou mais interesse por duas marcas: Nestle e Danone, evidenciando assim, a importância do valor criado pelas marcas.

Termos para indexação: inteligência artificial, marcas, pesquisa de mercado, redes sociais.

Exploratory analysis by interest among brands and dairy products in Brazil

Abstract- In recent times, the dairy industry in Brazil has faced important challenges, which is a reflection of more informed and demanding consumer. Therefore, the central objective of this work was to evaluate the preference of dairy consumers for certain brands and products available on the Brazilian market. For this, the Consumer Observatory (OC) tool was used, which analyzed posts about dairy products on X/Twitter in Brazil from May 7, 2020 to August 3, 2023. The results indicated that the Brazilian dairy consumer expressed more interest in two brands: Nestlé and Danone, thus highlighting the importance of the value created by the brands.

Index terms: artificial intelligence, brands, market research, social networks.

Introdução

A indústria de laticínios no Brasil tem enfrentado desafios significativos nos últimos tempos, reflexo de um consumidor cada vez mais informado e exigente. Somado a isso, mudanças de hábitos alimentares da população, impactos econômicos da pandemia, entre outros fatores que têm provocado queda no consumo de lácteos no Brasil. O Centro de Inteligência do Leite (2023) estima que o consumo aparente per capita de leite no Brasil está em queda desde 2020.

Neste contexto, é fundamental examinar cuidadosamente a dinâmica desse mercado em transformação. Diante disso, o objetivo central deste trabalho foi avaliar a preferência dos consumidores de lácteos por determinadas marcas e produtos disponíveis no mercado

brasileiro. Esta análise visa proporcionar uma visão abrangente das escolhas dos consumidores, identificando padrões e tendências que podem ser cruciais para as empresas do setor ajustarem suas estratégias de marketing e inovação de produtos. Ao entender as preferências dos consumidores e como elas evoluem, este estudo busca fornecer informações valiosas que podem ajudar as empresas a se manter relevantes e competitivas em um mercado em constante mudança. Os resultados obtidos vão ao encontro dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) contidos na Agenda 2030, proposta pela Organização das Nações Unidas, da qual o Brasil é signatário, nos seguintes objetivos específicos: ODS 8 - Empregos dignos e crescimento econômico; ODS 12 - Consumo Responsável: Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis.

Material e métodos

Para avaliar o interesse dos consumidores entre as marcas e produtos derivados do leite, foi empregada a ferramenta Observatório do Consumidor (OC), que analisou as postagens sobre lácteos no X/Twitter no Brasil.

Foi utilizada a base de dados do OC, que contemplava 23.162.664 publicações, no período de 07 de maio de 2020 a 03 de agosto de 2023. Nesse período, foram utilizadas palavras-chave relacionadas às marcas de produtos lácteos no Brasil, considerando os principais laticínios do Brasil, conforme *ranking* da Associação Brasileira dos Produtores de Leite (2023), bem como mais cinco grandes empresas de laticínios do país. Foram também considerados na pesquisa, as marcas e produtos lácteos das empresas analisadas.

Resultados e discussão

Ao todo, foram identificadas palavras-chave vinculadas a 93 produtos provenientes de 19 empresas de laticínios. A pesquisa identificou 1.320.674 postagens no X/Twitter que se referiam às marcas e produtos lácteos no país. O ranking das empresas mais citadas é o apresentado na Tabela 1.

Tabela 1. Quantidade de *x/tweets* sobre empresas de laticínios no país.

	Empresa	Total de menções		Empresa	Total de menções
1	Nestlé	859.607	11	Jussara	478
2	Danone	383.274	12	CCGL	339
3	Vigor	46.134	13	Cemil	305
4	Lactalis	9.919	14	Cativa	161
5	Laticínios Bela Vista	9.796	15	DaVaca	122
6	Italac	4.228	16	DPA Brasil	98
7	Alvoar Lácteos	2.227	17	Unium	23
8	Aurora	2.137	18	CCPR	5
9	Tirol	1.116	19	Centro leite	0
10	Frimesa	705		Total	1.347.167

Pela Tabela 1, observa-se que a empresa de laticínios que tem mais citações no X/Twitter é a *Nestlé*. No período analisado, tem-se que 65,1% das publicações brasileiras que citam lácteos contém algum dos 39 produtos lácteos da empresa, o que equivale a 859.607 publicações. A Danone ficou em segundo lugar com 383.274 citações, o que corresponde a 29% das publicações analisadas. Assim, as duas empresas mais citadas, concentraram

94,1% das citações no X/Twitter. A Tabela 2, a seguir, apresenta os principais produtos mencionados pelos consumidores de lácteos no Brasil.

Tabela 2. Quantidade de publicações dos dez produtos lácteos mais citados no X/Twitter.

Empresa	Marca	Quantidade de menções
Nestlé	ninho	393.434
Danone	danone	233.428
Nestlé	sonho valsa	201.257
Nestlé	nescau	113.677
Danone	danoninho	104.558
Vigor	faixa azul	30.803
Nestlé	crocante	25.108
Danone	paulista	23.760
Nestlé	chamyto	21.713
Danone	activia	13.722

Analisando a Tabela 2, tem-se que a marca mais mencionada é o ninho da *Nestlé*, tendo 393.434 citações. Isso representa 45,8% das citações totais da marca na pesquisa e 29,8% de todas as postagens mencionando marcas de laticínios. A segunda marca mais citada foi a *danone* tendo 233.428 citações, o que representa 60,9% das citações totais da marca na pesquisa e 17,7% das citações totais.

Além disso, é interessante observar que entre os 10 produtos mais citados, a única marca que não pertence às duas empresas mais citadas na pesquisa é a “faixa azul” da Vigor. Ela teve 30.803 citações, o que representa 66,8% do total de citações da empresa e 2,3% das citações totais.

Conclusões

Os resultados indicam que há uma concentração do interesse do consumidor brasileiro de leite e derivados em duas grandes empresas de laticínios e em seus produtos. Apesar disso, essas não são as duas maiores empresas de laticínios do Brasil, o que evidencia o poder da construção de uma marca de confiança para o consumidor. Essa conclusão ressalta a importância de se investir não apenas na obtenção de produtos de alta qualidade, mas também em estratégias eficazes de construção e promoção de marcas para se destacar em um mercado competitivo.

Agradecimentos

Ao apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (Fapemig): Parte do projeto Observatório do Consumidor, liderado por Kenya Beatriz Siqueira.

Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS PRODUTORES DE LEITE. **Ranking da ABRALLEITE conquista novas grandes empresas.** Disponível em: <https://www.abralleite.org.br/2023/05/05/ranking-da-abralleite-conquista-novas-grandes-empresas/>. Acesso em: 21 ago. 2023.

CENTRO DE INTELIGÊNCIA DO LEITE. **Leite em Números:** consumo per capita de leite e derivados - Brasil. Disponível em: https://www.cileite.com.br/leite_numeros_consumo. Acesso em: 13 ago. 2023.