

Aceitação de iogurte sabor nozes com mel

HELENA VITOLA¹; CHARLENE CUNHA¹; ROSANE CRIZEL¹; MÁRCIA AROCHA GULARTE²

¹ Discentes de graduação de Química de Alimentos- UFPel – helena_rsv@hotmail.com, cha.cunha@hotmail.com, rosanecrizel1@hotmail.com

³ Professora do Centro de Ciências Químicas, Farmacêuticas e de Alimentos- UFPel - gularte@ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

Iogurte é um produto fermentado elaborado com leite enriquecido com alto teor de sólidos, usando uma cultura mista de *Lactobacillus delbrueckii ssp. bulgaricus* e *Streptococcus salivarius ssp. thermophilus* (PENNA, et. al., 1997). O iogurte constitui uma rica fonte de proteínas, cálcio, fósforo, vitaminas e carboidratos. O consumo deste produto está relacionado à imagem positiva de alimento saudável e nutritivo, associado a suas propriedades sensoriais. (FERREIRA et al, 2001).

No entanto, o consumo de iogurte no Brasil, apresenta-se pequeno quando comparado a países como a França, Uruguai e Argentina. Um incremento do consumo deste produto pode ser promovido pelo desenvolvimento de produtos novos, por exemplo, elaboração de iogurte de nozes, com o emprego de técnicas sensoriais que ajustem as características fundamentais deste alimento, de forma que atenda às expectativas do consumidor (BOLINI, MORAES, 2004).

Os alimentos de alto valor nutricional, como as nozes e o mel, têm ganhado elevado destaque e estão sendo valorizados pelo mercado consumidor. Estudos apontam que nozes apresentam elevada capacidade antioxidante e alto teor de compostos fenólicos, podendo reduzir a incidência de várias doenças degenerativas (ORTIZ, 2000).

As indústrias de alimentos quando reformulam alimentos tradicionais com novos sabores ou quando adicionam um ingrediente com apelo funcional, muitas vezes coloca a venda no mercado sem saber se terá aceitação pelo mercado com a descrição 'edição limitada'. No entanto, a análise sensorial apresenta vantagens econômicas de descobrir antes de montar uma linha de produção se o produto desenvolvido terá sucesso ou fracasso. Os testes afetivos são uma importante ferramenta, pois acessam diretamente a opinião do consumidor já estabelecido ou potencial de um produto, sobre características específicas ou ideias sobre o mesmo, por isso são também chamados de testes de consumidor (FERREIRA et al., 2000).

Os testes sensoriais necessários devem ser aplicados conforme os critérios do produto que se deseja avaliar (FERREIRA et al, 2001). E os testes afetivos são usados para avaliar a preferência e/ou aceitação de produtos. Geralmente um grande número de julgadores é requerido para essas avaliações. Os julgadores não são treinados, mas são selecionados para representar uma população alvo.

Diante do exposto objetivou-se avaliar a aceitação sensorial e a intenção de compra de iogurte de nozes com mel de edição limitada.

2. METODOLOGIA

A amostra de iogurte sabor nozes com mel foi adquirida no comércio da cidade de Pelotas, RS. O produto a se testar era de edição limitada, tendo de conteúdo líquido dentro da embalagem 800g, possui em sua lista de ingredientes leite pasteurizado integral e/ou leite reconstituído, açúcar, preparado de nozes (água, açúcar, nozes moídas, aroma idêntico ao natural de nozes, conservante sorbato de potássio, acidulante ácido láctico, espessantes polvilho de mandioca e carboximetilcelulose), preparado de mel (açúcar líquido invertido, mel, aroma idêntico ao natural de mel, corante caramelo e conservante sorbato de potássio), leite em pó integral, estabilizante (amido modificado e gelatina), amido modificado e cultura microbiana. Produzido por uma cooperativa, que se concentra nos três estados do sul Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná, tendo também São Paulo em sua área de abrangência. A avaliação sensorial foi realizada no Laboratório de Análise Sensorial no campus Capão do Leão da Universidade Federal de Pelotas, RS.

O teste foi realizado com 60 avaliadores, cada um recebeu uma ficha contendo uma escala hedônica estruturada de 9 pontos, variando de gostei extremamente (9) á desgostei extremamente (1), e a escala de intenção de compra estruturada de 9 pontos, variando de nunca experimentaria (9) á comeria em toda oportunidade (1).

A avaliação foi realizada no turno da manhã entre 10:30h e 11h30min. Todas as amostras foram servidas em copos brancos descartáveis e os avaliadores receberam 15 mL de amostra à temperatura de 5°C. Além da aceitação através de escala hedônica e do teste de intenção de compra foi calculado o Índice de Aceitação em percentual da média dos julgamentos.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na figura 3.1 estão apresentados os percentuais de aceitação através de escala hedônica para o iogurte sabor nozes com mel.

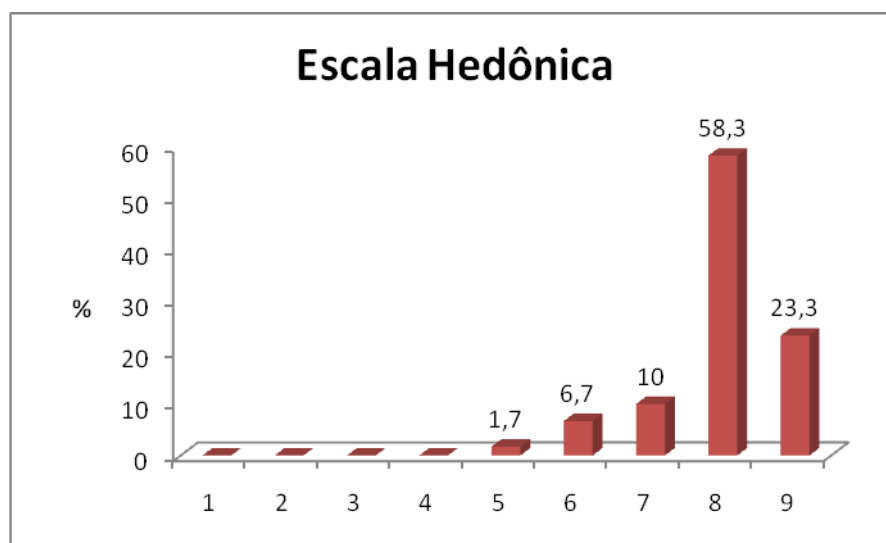


Figura 3.1 Frequência da escala hedônica de iogurte sabor nozes com mel.

Diante dos resultados pode-se observar que o maior percentual de consumidores (58,3%) gostaram muito do iogurte sabor nozes com mel, 23,3% gostaram muitíssimo, 10% gostaram regularmente, 6,7% gostaram ligeiramente,

1,7% apresentaram indiferença quanto ao produto avaliado e nenhum consumidor (0%) desgostou.

O índice de aceitabilidade (IA) representa a quantidade do alimento consumido, a frequência de escolha de um alimento entre alimentos competitivos e a frequência de aquisição na área de mercado. Para que o produto seja considerado como aceito, em termos de suas propriedades sensoriais, é necessário que se obtenha um IA de no mínimo 70%. Nesse estudo o índice de aceitabilidade resultou em valores acima dos 88%, o que indica que se pode considerar o iogurte sabor nozes com mel como aceito no mercado.

No estudo conduzido por Abreu, Macêdo e Sisnando (2011) em que foi avaliada a aceitação sensorial de bebida láctea fermentada sabor maracujá, obteve um índice de aceitação de 86,66%, o que se aproxima do presente estudo.

Em outro estudo semelhante, Menezes et al. (2001) ao avaliar a aceitabilidade de iogurte de abacate com diferentes proporções deste em relação a cor, sabor, textura, aparência e impressão global, observaram uma boa aceitabilidade, e os resultados situaram-se entre os termos “gostei moderadamente” e “gostei ligeiramente” na escala hedônica de 9 pontos e seu índice de aceitação para a impressão global com a formulação com 15% de abacate foi de 75,22%.

Para avaliação de quatro novos produtos que seriam lançados ao mercado, Correia (2010), avaliou sensorialmente através de escala hedônica de 9 pontos e todos, quatro produtos, obtiveram boa aceitação, com uma média acima de 6, sendo ainda necessário a realização de um teste de intenção de compra, para a complementação do mesmo.

Na figura 3.2 estão apresentados os percentuais de intenção de compra para o iogurte sabor nozes com mel.

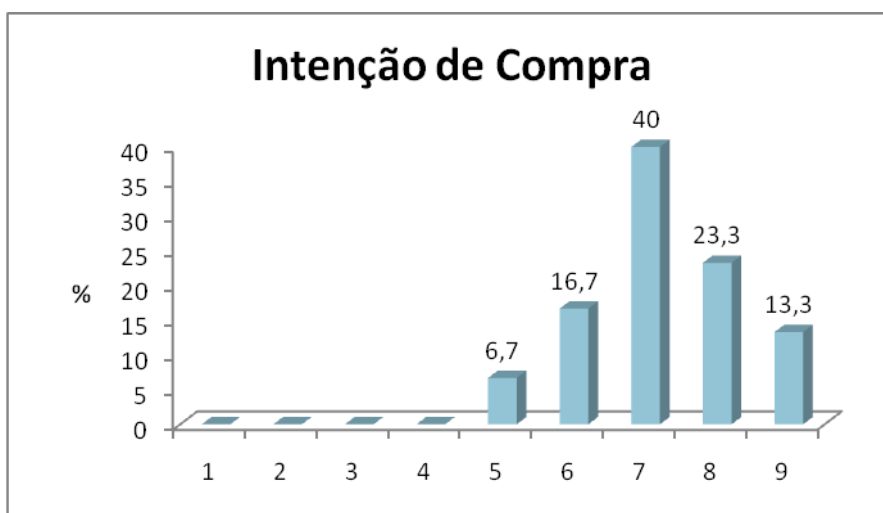


Figura 3.2 Frequência da intenção de compra de iogurte sabor nozes com mel.

Na escala de intenção de compra pode-se observar que 40% dos consumidores comeriam o iogurte sabor nozes com mel frequentemente, 23,3% comeriam muito frequentemente, 16,7% comeriam talvez de vez em quando, 13,3% comeriam em toda oportunidade, 6,7% comeriam se tivesse acessível, mas não procurariam. A partir desses resultados pode-se notar que o iogurte sabor nozes com mel pode ser frequentemente adquirido pelos consumidores no mercado.

4. CONCLUSÃO

O iogurte sabor nozes com mel de edição limitada apresentou boa aceitabilidade, com aprovação maior que 88% pelos consumidores e, na intenção de compra apresentou maior porcentual para a expressão comeria frequentemente, podendo ser efetivamente colocado à venda no comércio, com seu sabor diferenciado.

5. REFERÊNCIAS

- 1- ABREU, L. P.; MACÊDO, W. V. L.; SISNANDO, I. M. P. **Aceitação sensorial de bebida láctea fermentada sabor maracujá (*Passiflora edulis*)**. 3º Encontro Universitário da UFC, Cariri, 2001.
- 2- BOLINI, H. M. A.; MORAES, P. Tese mostra que análise sensorial incrementaria produção de iogurte. **Jornal da Unicamp**, ed. 253, de 24-30 de maio, p. 11, 2004.
- 3- CORREIA, H. J. A.; CORREIA A. G. S.; AMARAL, J. L.; LUCIO, G. M. A.; ALVES, M. A. M. **Aceitabilidade de novas preparações com aproveitamento de derivados e do soro do leite para incrementar o cardápio do IFAL – Campus SATUBA**. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Alagoas, 2010.
- 4- FERREIRA, Vera Lúcia et al. **Análise sensorial: testes discriminativos e afetivos**. Campinas: SBCTA, 2000. 127 p. (Manual. Série Qualidade).
- 5- FERREIRA, C. L. L. F. et al. Verificação da qualidade físico-química e microbiológica de alguns iogurtes vendidos na região de Viçosa. **Revista do Instituto de Laticínios Cândido Tostes**, v. 56, n. 321, p. 152- 158, 2001.
- 6- MENEZES, E. G. T., et. al. Aceitação sensorial de iogurte de abacate. Evandro Galvão Tavares Menezes; Dieyckson Osvani Freire; Tassyana Vieira Marques; Aline Galvão Tavares Menezes; Luiz Ronaldo de Abreu. **XX CONGRESSO DE PÓS-GRADUAÇÃO DA UFLA, 2011**. 6 p.
- 7- ORTIZ, E. **Propriedades nutritivas e nutracêuticas das nozes**. Monografia apresentada ao curso de Especialização em Tecnologia de Alimentos, Universidade de Santa Cruz do Sul. Santa Cruz do Sul, 2000.
- 8- PENNA, A. L. B.; OLIVEIRA, M.; BARUFFALDI, R. Análise de consistência de iogurte: correlação entre medida sensorial e instrumental. **Ciência e Tecnologia de Alimentos**, v. 17, n. 2, p. 98-101, 1997.