



Tema:
**"OS DESAFIOS DA INTERNACIONALIZAÇÃO
NA UNIMEP"**



11º Simpósio de Ensino de Graduação

PERFIL SENSORIAL DE REFRIGERANTES

Autor(es)

MAYARA MENDES SILVEIRA

Orientador(es)

PATRÍCIA CARLA BARBOSA TREVISAM MORAES

Resumo Simplificado

Os refrigerantes são bebidas carbonatadas e não alcoólicas produzidas industrialmente à base de açúcar líquido (xarope simples) e gás carbônico, podendo conter edulcorantes e aromas sintéticos em sua composição. O Brasil é o terceiro produtor mundial de refrigerantes, depois dos Estados Unidos e México, contudo em relação ao consumo per capita é da ordem de 69 Litros por habitante por ano, o que coloca o país na 28ª posição. No período de 1988 a 2005 o mercado nacional de refrigerantes cresceu 165%. De acordo com o Ministério da Saúde, o número de pessoas que está passando a consumir refrigerantes regularmente está aumentando. No ano de 2008 a porcentagem de consumo foi de 24,6% e em 2009 a porcentagem foi de 27,9%. Segundo uma recente pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) os refrigerantes aparecem em 5º lugar no ranking dos alimentos mais consumidos no Brasil, são consumidos 94,7g/dia. A Análise Sensorial é uma ciência multidisciplinar utilizada para provocar, medir, analisar e interpretar as reações produzidas pelas características dos alimentos e materiais, como elas são percebidas através dos cinco sentidos. Os métodos sensoriais podem ser divididos em três categorias: métodos discriminativos relacionados com a maneira de se diferenciar produtos, utilizando procedimentos comparativos; métodos descritivos utilizados para descrever similaridades entre produtos quantificando-as e os métodos afetivos relacionados à medição de aceitação ou preferência por um dado produto. O método Análise Descritiva Quantitativa - ADQ® avalia todos os atributos sensoriais presentes no produto alimentício, quais sejam: aroma, aparência e textura. O método utiliza escalas não estruturadas de 9 a 15 cm, com um pouco aquém dos extremos com termos que indicam a intensidade do atributo avaliado. O ADQ® é dividido em 5 etapas: 1ª Etapa – Seleção de degustadores; 2ª Etapa – Levantamento dos descritivos/ desenvolvimento da terminologia; 3ª Etapa – Treinamentos; 4ª Etapa – Teste sensorial; 5ª Etapa – Análise dos resultados. Neste estudo foi realizado teste afetivo, Análise Descritiva Quantitativa - ADQ® e o Teste de intenção de compra de refrigerantes a base de limão. No ADQ® foram levantados os seguintes atributos: aparência (presença de CO₂ e turvação), aroma (doce e limão), sabor (doce, limão, carbonatado e acidez) e textura (gaseificado). Os testes afetivos mostraram que amostra 1 (Marca líder) e a amostra 2 (Concorrente) apresentaram diferença significativa ($p < 0,05$) em relação aos atributos aparência, aroma sabor e impressão global, a amostra 1 apresentou média de aceitação superior em todos os atributos avaliados indicando que esta amostra foi a mais preferida pelos provadores. O teste de intenção de compra mostrou que 50% dos provadores certamente comprariam a amostra 1 enquanto que 30% certamente compraria a amostra 2. A análise descritiva quantitativa verificou que o perfil de refrigerantes a base de limão devem apresentar uma baixa acidez, moderadas concentrações de açúcar e CO₂ e aroma e sabor de limão predominante.