



6º Simposio de Ensino de Graduação

ANÁLISE SENSORIAL DE UM PRODUTO PRODUZIDO EM PROJETO DE CIENCIA E TECNOLOGIA DE ALIMENTOS – PALITINHOS DE MILHO

Autor(es)

BRUNA FERNANDA NEGRELLI SANTO

Co-Autor(es)

TATIANE MIEKO FUJI
MARCIA PATRICIA RIBEIRO
CAMILA VALÉRIO
VANESSA PAULUCCI SABADIN
MARIA DO CARMO BONATTO LIMA

Orientador(es)

MIRIAM COELHO DE SOUZA

1. Introdução

O desenvolvimento dos Palitinhos de Milho - "Milhitos" - foi destinado aos adolescentes com sobrepeso e obesidade, compreendendo a faixa etária dos 10 aos 19 anos. Pelo fato desse grupo apresentar-se bastante vulnerável quanto as suas escolhas, as quais sofrem influência, principalmente, da mídia e de amigos, esse produto visa à introdução de alimentos saudáveis na dieta.

SIZER e WHITNEY (2003), afirmam que durante a adolescência, as necessidades de nutrientes são mais altas e suas escolhas, em relação à preferência são concretizadas nesse período, e estas afetam profundamente a saúde, no presente e no futuro.

E ainda, conforme SÁ (1990), as necessidades nutricionais energéticas de adolescentes são elevadas, tal fato não se deve apenas ao alcance da razão de crescimento, como também ao alto metabolismo apresentado pelos mesmos nesta fase da vida, o qual é maior do que o do adulto.

"Milhitos" é um produto de caráter inovador, pois não possui aditivos, e ainda contém em seus ingredientes componentes que auxiliarão na saúde desses adolescentes, uma vez que são fontes de fibras, de vitaminas e minerais, sendo rico em proteínas e tendo como matéria-prima principal o milho.

No entanto, a participação do milho na dieta nem sempre se fez presente, representando mudanças no perfil de consumo pela população, pois novos hábitos foram inseridos. Isso culmina na transição nutricional, ou seja, alterações no padrão alimentar com implicações dietéticas e nutricionais resultantes de mudanças econômicas, sociais, demográficas e sanitárias (DUTRA DE OLIVEIRA, 1998).

Com isso, a inserção do produto na alimentação é de importância, ao se tratar de adolescentes. Além de que, ele surge a fim de se resgatar alguns costumes, inerente à população brasileira e piracicabana, e ainda

se leva em consideração as demais características do produto.

O desenvolvimento de novos produtos é uma atividade de vital importância para a sobrevivência da maioria das empresas. A renovação contínua de seus produtos é uma política generalizada no âmbito empresarial (BARBOZA apud PENNA, 1999).

Com isso, a cada ano a indústria de alimentos lança um grande número de produtos e coloca-os no mercado. Infelizmente, há um índice elevado de falhas no lançamento dos mesmos, levando a não aceitação desses produtos pelo mercado consumidor.

A análise sensorial consiste numa metodologia de avaliação da aceitação de produtos no mercado, pesquisando gostos e preferências de consumidores (SERVIÇO BRASILEIRO DE RESPOSTAS TÉCNICAS, 2007).

A NBR 12806 define análise sensorial como uma disciplina científica usada para evocar, medir, analisar e interpretar reações das características dos alimentos e materiais como são percebidas pelos sentidos da visão, olfato, gosto, tato e audição (ABNT, 1993).

O uso de técnicas modernas de análise sensorial, na indústria de alimentos, constitui um meio seguro para:

- Ø Caracterização de diferenças e similaridades entre produtos que disputam um mesmo mercado consumidor;

- Ø Otimização de atributos sensoriais de aparência, aroma, sabor e textura de alimentos em função de expectativas do mercado consumidor;

- Ø Avaliação de alterações sensoriais que ocorrem em função do tempo e condições de armazenamento, tipo de embalagem, variações no processamento, na matéria prima, etc (SILVA, 2007).

Além disso, a análise sensorial para o desenvolvimento de produtos para é importante, pois segundo BARBOZA apud PENNA, (1999), esta intervém nas diferentes etapas do ciclo de desenvolvimento de produtos; como na seleção e caracterização de matérias primas, na seleção do processo de elaboração, no estabelecimento das especificações das variáveis das diferentes etapas do processo, na otimização da formulação, na seleção dos sistemas de envase e das condições de armazenamento e no estudo de vida útil do produto final.

De modo que, sua aplicação no público alvo de Milhitos, tem por finalidade verificar a existência de características sensoriais que precisem ser estimuladas ou modificadas; para que o mesmo adquira atributos satisfatórios para substituir o consumo dos mais diversos produtos de alta densidade calórica de habitual frequência de consumo durante os intervalos de refeições.

2. Objetivos

O presente trabalho teve como objetivo desenvolver um produto para o mercado adolescente, tendo como enfoque a análise sensorial; a fim de realizar adequações sensoriais (aparência, aroma, sabor e textura) para uma melhor aceitação e ainda, corresponder às expectativas do mercado consumidor.

3. Desenvolvimento

Com a produção dos palitinhos de milho; tornou-se necessário verificar se o mesmo apresentaria uma escala de consumo significativa. Assim, com o intuito de verificar o grau de interesse no produto, por parte dos adolescentes, inicialmente, aplicou-se nos mesmos, um questionário com cinco questões, as quais abordavam as expectativas quanto às vantagens nutricionais; da embalagem; preço e características gerais do produto; bem como quanto à intenção de compra e consumo do mesmo.

Em seguida; foi desenvolvido e aplicado um questionário referente à análise sensorial; identificando o grau de aceitação ao produto; o mesmo foi preenchido por crianças e adolescentes compreendendo 75 indivíduos

entre 10 e 19 anos; sendo estes; alunos de um colégio particular da cidade de Piracicaba.

O questionário em si foi constituído de quatro questões, as quais abordavam a opinião dos participantes quanto ao sabor; tamanho; textura e sabor; sendo ainda, dotado de uma questão aberta, destinada às sugestões de carácter pessoal.

Com isso; as respostas obtidas foram compiladas no Microsoft Excel; onde se pode concluir os resultados da análise sensorial e assim; notificar a aceitação ou não do produto.

4. Resultado e Discussão

Pela análise geral dos resultados observam-se algumas diferenças entre os sexos quanto às características esperadas; o sexo masculino mostrou maior interesse quanto ao sabor e ao tamanho da embalagem, demonstrando que a quantidade é fator imprescindível na hora da escolha; quanto ao sexo feminino, houve interesse em na determinação de embalagens pequenas adaptáveis especialmente às bolsas, e ainda na possibilidade do produto ser diet ou light; mostrando alguma preocupação por parte das mesmas, com a alimentação e a estética.

Já numa avaliação geral a maioria dos entrevistados espera que o produto seja de menor valor calórico conservando um sabor agradável. Quanto à embalagem do produto, a maioria (40%), estima que haja conservação do produto após aberto. Aproximadamente 67% dos entrevistados afirmaram que consideram importante um preço acessível, desde que a qualidade do produto seja mantida.

Quando questionados sobre as características gerais do produto, a maioria dos entrevistados espera por um produto rico em nutrientes, que melhore a pele, visão e cabelos. Finalmente, questionados quanto ao fato de comprar e comer o produto, todos os entrevistados, responderam positivamente, demonstrando um grande interesse no produto a ser desenvolvido.

5. Considerações Finais

As práticas de alimentação são importantes determinantes sob as condições de saúde na infância e estão fortemente condicionadas ao poder aquisitivo das famílias, do qual dependem a disponibilidade, quantidade e a qualidade dos alimentos a serem consumidos (MONIS, 2006).

Segundo dados da Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação (ABIA) e do Instituto de Pesquisa AC Nielsen, a demanda por alimentos industrializados no País aumentou consideravelmente após a abertura econômica; de modo que as preparações prontas para o consumo, as sopas desidratadas e o macarrão instantâneo apresentaram maior crescimento de vendas a partir de 1994; demonstrando uma forte tendência à escolha de produtos mais elaborados (AQUINO, 2002).

As escolhas alimentares na realidade são proporcionadas por uma série de fatores, destacando-se a publicidade, a disponibilidade dos alimentos, a economia, o hábito, a preferência pessoal, a região do país e os valores ou crenças (MONIS, 2006).

Entretanto, a diversidade e o aumento da oferta de alimentos industrializados além de influenciarem os padrões alimentares da população, principalmente a infantil, uma vez que os primeiros anos de vida se destacam como um período muito importante para o estabelecimento de hábitos; têm se mostrado um fator significativo para a identificação de uma transição nutricional ao longo dos anos (AQUINO, 2002).

Através de estudos destacou-se inclusive que o consumo de salgadinhos não apresenta diferenças quanto ao consumo, ao se levar em conta o fator renda; seu consumo demonstra-se homogêneo e significativo, principalmente pelo público infantil e adolescente (AQUINO, 2002).

Pode-se dizer que a diversidade alimentar associada à disponibilidade oferecida por meios de acesso alimentar como cantinas, garantem a manutenção do mercado de salgadinhos; tornando cada vez maior a adesão aos mesmos.

Devido a essa diversidade, do aumento da oferta de alimentos industrializados, da influencia que os alimentos industrializados vêm ganhando em meio as crianças e adolescentes; pode-se notar que conforme as características do produto proposto (salgadinho à base de milho com alto valor nutritivo) destaca-se que a marca Elma Chips é uma das principais concorrente, onde há um destaque maior para seus salgadinhos feitos à base de milho, como o Cebolitos.

A Elma Chips é a empresa brasileira da Frito-Lay, subsidiária do ramo de snacks do grupo americano Pepsico, tendo presença em praticamente todo o país, seja através de venda direta ou de distribuidores (SOFTEK, 2007).

Entretanto; mesmo com a grande abrangência e participação efetiva de inúmeras empresas no ramo de salgadinhos; Milhitos pode ser considerado um produto similar de grandes chances de participação neste mercado.

Trata-se de um produto saudável; constituído de vários componentes que lhe admitem caráter de alimento funcional, de modo que exerce influencia sobre aspectos fisiológicos; podendo assim, não só ser implantado com sucesso na alimentação de crianças e adolescentes; como também ser um meio de proporcionar saúde através da alimentação.

Enfim; com base em todas as suas características como alimento e com os resultados da análise, pode-se concluir que o “MILHITOS” por ser um salgadinho de menor valor calórico, fontes de fibras, de vitaminas e minerais, sendo rico em proteínas e tendo como matéria-prima principal o milho e ainda, conservar um sabor agradável tem grande chance de ser um alimento de alta procura no mercado consumidor, isso se este fosse comercializado.

Referências Bibliográficas

Ø ABNT. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 12806: análise sensorial dos alimentos e bebidas - terminologia. Rio de Janeiro, 1993a.

Ø AQUINO, Rita de Cássia de; PHILIPPI, Sonia Tucunduva. Consumo infantil de alimentos industrializados e renda familiar na cidade de São Paulo. Rev. Saúde Pública, São Paulo, v. 36, n. 6, 2002. Disponível em: . Acesso em: 14 Dez 2007.

Ø BARBOZA, L.M.V., FREITAS, R.J.S., WASZCZYNSKYJ, N. Desenvolvimento de Produtos e Análise sensorial. BRASIL ALIMENTOS - nº 18 - Janeiro/Fevereiro de 2003.

Ø DUTRA DE OLIVEIRA, J.E. e MARCHINI, J.S e vários colaboradores – Ciências Nutricionais – São Paulo: SARVIER, 1998.

Ø MONIS, Lucia Vitória Petrocelli, et al. Investigação sobre as Escolhas Alimentares de Escolares do Município de Piracicaba. Rev. Saúde, Piracicaba 8(18): 17-21, 2006. Disponível em: http://www.unimep.br/phpg/editora/revistaspdf/saude18_art02.pdf. Acesso em: 14 Dez 2007.

Ø SÁ, N.G. Nutrição e Dietética. São Paulo: Ed. Nobel, 7ª ed, 1990.

Ø SERVIÇO BRASILEIRO DE RESPOSTAS TÉCNICAS (SBRT). Disponível no endereço: <http://www.sbrt.ibict.br> – Visualização realizada dia 21 de agosto de 2007.

Ø SILVA, M. A. P – Curso de Extensão: Métodos de Avaliação Sensorial dos Alimentos. Disponível no endereço: <http://www.fea.unicamp.br> – Visualização realizada dia 20 de agosto de 2007.

Ø SIZER, F.S.; WHITNEY, E.N. [tradução OLIVEIRA, N.G., et al. Nutrição: Conceitos e Controvérsias. Barueri, São Paulo: Manole, 2003.

Ø SOFTEK – A empresa elma chips. Disponível no endereço: http://www.softtek.com/Brazil/html/clientes_elma.htm - Acesso em 27 de outubro de 2007.