

ESTUDO DA ACEITAÇÃO DE BEBIDAS LÁCTEAS SABOR SALADA DE FRUTAS DE DIFERENTES MARCAS

José Renan Eduardo De Oliveira (Discente Ic Sem Bolsa)¹

Jucilma Capitango Pedro Manuel (Discente Ic Sem Bolsa)²

Francisco Ryan Mateus Laurindo (Discente Ic Sem Bolsa)³

Marina Cabral Rebouças (Orientadora)⁴

RESUMO

Introdução: No Brasil, o mercado de produtos lácteos acompanha mudanças no comportamento dos consumidores, que demonstram interesse por produtos que conciliam sabor, qualidade, praticidade e atributos relacionados à alimentação e à saúde. Nesse contexto, as bebidas lácteas constituem uma alternativa relevante para a indústria, pois permitem a diversificação de produtos e formulações. **Objetivo:** Este trabalho avaliou a aceitação de três marcas comerciais de bebida láctea sabor salada de frutas. **Metodologia:** A análise sensorial foi realizada no Laboratório de Análise Sensorial da UNILAB, em cabines individuais, com a participação de 60 provadores não treinados, de ambos os gêneros, com idade mínima de 18 anos, recrutados por conveniência. Os provadores avaliaram três amostras, identificadas como A (marca cearense com atuação no Nordeste), B (marca cearense) e C (marca paraibana com atuação no Nordeste), que foram servidas em copos descartáveis, codificadas com três dígitos aleatórios, contendo 40 mL de cada bebida. Para avaliar a aceitação global, foi utilizada uma escala hedônica estruturada de nove pontos, variando de “1 = desgostei muitíssimo” a “9 = gostei muitíssimo”. A intenção de compra foi avaliada por meio de uma escala de cinco pontos, variando de 1 (“certamente não compraria”) a 5 (“certamente compraria”). **Resultados:** Os resultados da escala hedônica demonstraram boa aceitação das três amostras, com médias de 6,60^b para A, 7,15^{ab} para B e 7,78^a para C, situando-se entre as categorias “gostei ligeiramente” e “gostei muito”. A análise estatística identificou diferença significativa apenas entre as amostras A e C, enquanto A e B e B e C não apresentaram diferença significativa. Quanto à intenção de compra, as respostas favoráveis, valor 5 (certamente compraria) e 4 (provavelmente compraria), corresponderam a 61,7% para A, 70,0% para B e 85,0% para C, indicando maior intenção de compra para a amostra C. **Conclusão:** De modo geral, as três amostras apresentaram aceitação sensorial satisfatória, destacando-se a amostra C. O trabalho contribui para o tema da Semana Universitária “Diversidade, Inclusão e Transformação Social” ao considerar diferentes opiniões e percepções dos consumidores durante a avaliação das bebidas lácteas. A participação de 60 provadores de diferentes nacionalidades possibilitou analisar como pessoas com experiências e percepções distintas avaliam um mesmo produto, aproximando a pesquisa da realidade e da diversidade de preferências dos consumidores. **Agradecimentos institucionais:** À Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB), ao Laboratório de Análise Sensorial de Alimentos, pelo apoio e pela disponibilização dos recursos necessários para a realização da pesquisa.

Grande Área do CNPQ: Ciências Agrárias.

REFERÊNCIAS

OLIVEIRA, Rodolfo Olinto Rotoli Garcia et al. Perfil dos consumidores de leite e fatores determinantes do consumo de leite A2A2 no estado do Tocantins. *Brazilian Journal of Veterinary Research and Animal Science*, v. 59, p. 1-8, 2022.

PACHECO, Ana Flávia Coelho et al. Bebidas lácteas: produção, tendências e desafios. Viçosa, MG: PEC-UFV, 2022. 36 p. (Boletim de Extensão, 88). ISSN 1415-692X.

Palavras-chave: alimentos lácteos; análise sensorial; estudo com consumidores.

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (Unilab), Instituto de Desenvolvimento Rural (IDR), Discente, renaneduardolvr@gmail.com¹

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (Unilab), Instituto de Desenvolvimento Rural (IDR), Discente, jucilmamanuel@gmail.com²

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (Unilab), Instituto de Desenvolvimento Rural (IDR), Discente, ryanmateus77@aluno.unilab.edu.br³

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (Unilab), Instituto de Desenvolvimento Rural (IDR), Docente, marina.reboucas@unilab.edu⁴