

AVALIAÇÃO SENSORIAL E INTENÇÃO DE COMPRA DO REQUEIJÃO DE CORTE COM ADIÇÃO DE CONDIMENTOS

AQUINO, Carmem Carolina Ortega^{1*} (carmemortega6@gmail.com); **AMADEU, Carolina Aparecida Antunes**¹ (caruh.antunes@hotmail.com); **SANTOS, Érica Dias**¹ (erica_diaas@hotmail.com); **HONMA, Janaina Mayumi**¹ (janainahonma@gmail.com); **PINEDO, Rosalinda Arévalo**² (rosalindapinedo@ufgd.edu.br).

¹Discentes do curso de Engenharia de Alimentos da UFGD – Dourados.

²Doscente do curso de Engenharia de Alimentos da UFGD – Dourados.

* Bolsista do programa de educação tutorial (PET).

Pode-se dizer que requeijão é o produto obtido pela combinação da massa coalhada, previamente cozida ou não, dessorada e lavada, obtida por coagulação ácida ou enzimática do leite, podendo-se adicionar creme de leite, manteiga, gordura anidra de leite. O produto ainda poderá ser adicionado de condimentos, especiarias ou outras substâncias alimentícias. Sendo classificado de acordo com as matérias primas empregadas no processo de elaboração: requeijão, requeijão de manteiga e requeijão cremoso. Este trabalho teve como objetivo avaliar sensorialmente e verificar a intenção de compra de amostras de requeijão de corte com adição de especiarias. Foram feitas três formulações de requeijão de corte de acordo com um planejamento experimental, sendo uma controle e as demais realizadas com diferentes concentrações de especiarias e ausência de cloreto de sódio. As análises sensoriais foram realizadas no Laboratório de Análise Sensorial (LANASE) da Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD). Avaliou-se com os testes os atributos sensoriais: cor, odor, sabor, textura e aparência global, e a intenção de comprar das diferentes formulações. Foram recrutadas 36 pessoas, sem restrições. As amostras foram avaliadas de forma monádica e os testes foram conduzidos em cabines individuais. Utilizou-se a ficha avaliativa de escala hedônica estruturada mista de 9 pontos (9 = Gostei muitíssimo e 1 = desgostei muitíssimo) para o teste dos atributos e uma escala de 5 pontos (5=certamente compraria e 1=certamente não compraria) para a intenção de compra. Para o cálculo da intenção de compra foram avaliados através da distribuição de frequência das respostas dos consumidores, de acordo com a tabela *critical values of Chi-Square*², com significância de 5%. Os resultados obtidos através das fichas de avaliação mostraram que a amostra controle foi a mais aceita pelos julgadores em todos os atributos. Com relação a aparência global e cor a amostra mais aceita foi a controle seguida das formulações 1 e 2. E com relação ao odor, sabor e textura a amostra mais aceita foi a controle, seguida das formulações 2 e 1. E com relação a intenção de compra o controle obteve 91,67%, a formulação 1 obteve 36,12% e a formulação 2 obteve 66,67% de aprovação, portanto somente a amostra controle e formulação 2 seriam compradas ao nível de significância testado. A formulação 1, obteve apenas 36,12% das intenções, estando fora dos níveis aceitáveis. Concluiu-se que mesmo adicionando condimentos para agregar sabor ao requeijão, a formulação controle foi a mais aceita tanto nos atributos sensoriais quanto na intenção de compra.

Palavra-chave: Requeijão de corte. Sensorial. Especiarias.

Agradecimentos: Ao FNDE (Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação) pela concessão de bolsa ao aluno do PET do curso de Engenharia de Alimentos da UFGD e ao CNPQ.