

B. Engenharias - 1. Engenharia - 14. Engenharia

Desenvolvimento de Grupo de Foco para a obtenção do conceito de um novo produto: goiabada cascão diet com adição de prebióticos

DANIELA PEREIRA LEÃO¹

LUÍZA PINHEIRO CARVALHO²

CAMILA CARVALHO MENEZES³

JOÃO DE DEUS SOUZA CARNEIRO⁴

SORAIA VILELA BORGES⁵

LAÍS GALGANI RIBEIRO⁶

1. Graduanda em Engenharia de Alimentos- Depto. Ciência dos Alimentos-UFLA
2. Graduanda em Engenharia de Alimentos- Depto. Ciência dos Alimentos-UFLA
3. Doutoranda em Ciência dos Alimentos-Depto. Ciência dos Alimentos-UFLA
4. Professor Adjunto-Depto. Ciência dos Alimentos-UFLA
5. Professor Adjunto-Depto. Ciência dos Alimentos-UFLA
6. Graduanda em Engenharia de Alimentos- Depto. Ciência dos Alimentos-UFLA

RESUMO:

Para o desenvolvimento de um novo produto, faz-se necessário a elaboração de um conceito para o mesmo. Uma técnica que vem sendo empregada para a obtenção de conceito é a chamada focus group, que de acordo com CASEY e KRUEGER (1994) é definida como um meio de entrevista cuidadosamente planejada, com o intuito de obter percepções individuais de pessoas de um grupo sobre determinada área. Assim, este trabalho objetivou a realização de Grupos de Foco para a obtenção do conceito do novo produto: goiabada cascão diet com adição de prebióticos (lactulose e oligofrutose). Para a realização deste estudo foram utilizadas goiabadas adquiridas em estabelecimentos comerciais da cidade de Lavras, MG e as sessões de grupo de foco foram realizadas no Departamento de Ciência dos Alimentos da Universidade Federal de Lavras, Lavras-MG. Os grupos de foco foram planejados e realizados de acordo com as etapas descritas por Casey & Krueger (1994). Sendo assim, após a elaboração do roteiro de perguntas e do questionário de recrutamento aplicou-se 120 questionários e 24 consumidores foram selecionados. Utilizou-se critérios como hábitos de consumo de goiabada, de praticar atividade física, presença de certas patologias (hipercolesterolemia, hipertensão e diabetes melitus), estado civil e renda familiar mensal. Dessa maneira, formou-se 3 grupos homogêneos (8 participantes cada) em relação a determinada característica. Os três grupos foram convocados em datas e horários distintos pré-determinados para comparecerem ao Departamento de Ciência dos Alimentos da UFLA, onde um moderador conduziu as sessões de grupo de foco. As respostas dos participantes dos grupos de foco foram anotadas e gravadas por um assistente e os dados obtidos foram submetidos à análise de frequência facilitando o entendimento dos resultados. Estes resultados mostraram que a aparência é o principal atributo observado pelas três classes de participantes do grupo de foco. No entanto, o tipo de embalagem, a marca e o preço também foram citados como fatores relevantes para a decisão de compra. Quanto ao motivo do consumo do doce, a maioria dos participantes disse consumir goiabada porque gostam e compram esse produto em feiras livres. Os participantes consumiriam uma goiabada cascão diet e com adição de prebióticos e acham que esse produto deveria ser em massa, com pedaços da fruta e custar menos que R\$8,00 por 250g. Em relação ao tamanho e tipo de embalagem as opiniões

divergiram bastante entre os participantes.

Palavras-chave: Novos Produtos, Prebióticos, Grupo de Foco.

XXIII CIUFLA