

E. Ciências Agrárias - 7. Ciência e Tecnologia de Alimen - 1. Ciência de Alimentos

Estudo dos fatores sensoriais de requeijão cremoso no comportamento dos consumidores

Felipe Furtini Haddad¹

Fernanda de Melo Ramos¹

Rejiane Avelar Bastos²

Creusa Pedroso Amaral Rezende³

Sandra Maria Pinto⁴

João de Deus de Souza Carneiro⁵

1. Graduando em Engenharia de Alimentos
2. Doutorando em Ciência dos Alimentos
3. Técnica de Laboratório, DCA/UFLA
4. Professor adjunto III, Orientadora, DCA/UFLA
5. Professor adjunto, DCA/UFLA

RESUMO:

O sucesso de uma empresa depende da oferta dos seus produtos, e para tal sucesso, estes devem satisfazer as necessidades e desejos dos consumidores. O ponto de partida para conhecer e satisfazer as necessidades dos clientes é tentar compreender o comportamento dos mesmos. A embalagem e o rótulo dos produtos exercem grande influência no comportamento dos consumidores, pois representam o primeiro contato entre o consumidor e o produto. Dessa forma a embalagem exerce influência nos negócios, na comunicação dos produtos e na percepção e aceitação dos mesmos pelos consumidores, afetando a competitividade dos produtos no mercado. O requeijão cremoso é um tipo de queijo fundido cremoso, obtido por fusão de uma massa de coalhada obtida por coagulação ácida e/ou enzimática do leite, dessorada e lavada, com adição de creme de leite e/ou manteiga e/ou gordura anidra de leite e/ou butter oil. Assim sendo, este trabalho teve como objetivo avaliar a influência da embalagem e do rótulo de requeijões cremosos produzidos por laticínios da região do sul de Minas Gerais e a aceitação sensorial pelos consumidores, visando identificar possíveis problemas e propor soluções para aumentar a competitividade dos mesmos no mercado. Foi realizado, inicialmente, um levantamento dos laticínios localizados na região do sul de Minas Gerais que produzem requeijão cremoso. Em seguida, os produtos, produzidos por estas empresas e que se encontraram disponíveis no mercado da cidade de Lavras (5 marcas: A,B,C,D e E) foram adquiridos, os quais foram objetos de estudo nesta pesquisa. Após a aquisição dos produtos, foi realizado um teste de aceitação com 62 consumidores de requeijão cremoso. O teste foi dividido em três seções: na 1ª seção, os consumidores avaliaram a amostra codificada, sem informação sobre a marca e embalagem do produto (Teste Cego); na 2ª seção, os consumidores avaliaram somente a embalagem dos produtos; finalmente, na 3ª seção, os consumidores avaliaram as amostras, juntamente com suas respectivas embalagens. Foi realizado um teste t para análise dos resultados, verificando diferença significativa ($p < 0,05$).

Palavras-chave: Requeijão Cremoso, Análise Sensorial, Embalagem.

