

Perfil Sensorial Dinâmico e Estudos com Consumidores: Determinação de Direcionadores de Preferência em Chocolates Nacionais e Importados.

Filipe de Quintal Vicinanza*, Helena Maria Andre Bolini

Resumo

O estudo foi realizado com metodologias da análise sensorial, especificamente análise de aceitação e análise de tempo-intensidade do derretimento, do sabor doce, do sabor de leite e do sabor de cacau. Com esses dados foi possível analisar e quantificar as diferenças entre o chocolate ao leite brasileiro e os principais chocolates importados, para que no futuro a qualidade dos chocolates nacionais possa ser comparada com aqueles vendidos no mundo todo, proporcionando ao Brasil maior competitividade no mercado mundial de chocolates.

Palavras-chave

Análise Sensorial, Chocolate ao Leite, Aceitação de Chocolate.

Introdução

O chocolate é um produto muito apreciado pela população brasileira, devido a suas características únicas de sabor e textura. Sempre foi visto como um produto muito calórico e gorduroso, mas hoje sabemos que o chocolate, consumido em quantidades adequadas, pode ser um excelente no combate de doenças cardiovasculares, devido a sua capacidade antioxidante. Comparando o chocolate brasileiro com marcas internacionais, existe uma grande diferença quando a formulação, conseqüentemente impactando no produto final. Analisando essa diferença e a preferência do consumidor, podemos melhorar a qualidade dos chocolates brasileiros. Desta forma, com a análise sensorial desse produto, pode-se obter dados analíticos para comparar o chocolate brasileiro com chocolates importados, que ganham espaço no mercado a cada ano. O estudo foi feito a partir de metodologias da análise sensorial, através da análise de aceitação e análise de tempo-intensidade do derretimento, do sabor doce, do sabor de leite e do sabor de chocolate. Com esses dados será possível analisar e quantificar as diferenças entre o chocolate ao leite brasileiro e os principais chocolates importados, sendo esse o objetivo do projeto.

Resultados e Discussão

A intenção de compra de certo produto é muito importante para que se possa entender melhor as expectativas do consumidor e sua preferência para a compra. No caso de chocolate, podemos encontrar vários tipos desse produto no Brasil com muitas marcas importadas.

Com o estudo realizado, é possível verificar que o chocolate que possui a maior intenção, ou seja, que os consumidores "Certamente Comprariam" foi o chocolate da marca Perugina (Figura 1), com 36,02% das intenções positivas de compra. Esse resultado pode ser vinculado ao fato desse chocolate ser um pouco mais doce que os outros, característica de interesse do consumidor brasileiro. Além disso, o chocolate apresenta uma forma diferenciada, que pode influenciar nessa intenção, que considera unicamente o aspecto sensorial do produto. O segundo mais preferido pelos consumidores foi o chocolate Garoto, com 29,37% das intenções positivas de compra. Esse resultado pode estar relacionado com a

popularidade do chocolate no país, por se tratar de uma marca comum e muito conhecida ao paladar brasileiro.

Em seguida observa-se o chocolate Lindt, com 24,844% das intenções positivas de compra, seguido do chocolate Copenhagen, Lacta, Cassino e Nestlé, com 22,15%, 21,73%, 21,25% e 18,75% das intenções positivas de compra respectivamente.

O chocolate com menor intenção de compra positiva, ou seja, que certamente não seria comprado pelo consumidor foi o chocolate Copenhagen com 8,86%, seguido do chocolate Lacta e do Lindt, com 8,074% e 7,45%, respectivamente. Vale ressaltar que esses resultados foram baixos, evidenciando que os chocolates analisados, de forma geral, são bem aceitos pelos consumidores.



Figura 1

Conclusões

Percebe-se que mesmo com a variedade de chocolates importados, o consumidor brasileiro ainda aprecia o chocolate nacional, provavelmente pelo sabor já conhecido. Além disso, o chocolate melhor aceito, mesmo sendo importado, é o chocolate mais doce analisado, o que indica a preferência pelo brasileiro por chocolates mais doces. Essa informação é importante para que a indústria de chocolates nacional adeque suas formulações para atender as expectativas e necessidades do consumidor, aumentando a qualidade do nosso chocolate.

Agradecimentos

Agradeço a prof. Dra. Helena pela oportunidade da realização desse projeto e de todo apoio ao meu crescimento e desenvolvimento na área de análise sensorial.

MEILGAARD, M. CIVILLE, CARR. Sensory Evaluation Techniques. 281 p. 2004.

MIQUELIM J. N., BEHRENS J. H., LANNES S. C. Analysis of Brazilian consumer preference of filled chocolate, 2008.