

PINHEIRO, Talita Barbosa. Análise sensorial como ferramenta de introdução de novos produtos no mercado infantil. Bragança Paulista, SP: FESB, 2010. (IMPRESSO)

RESUMO

A obesidade é definida, segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), como uma doença na qual o excesso de gordura corporal se acumula a tal ponto que a saúde pode ser afetada. Na obesidade infantil, as alterações não são só físicas, mas também psicológicas. Existem estudos que comparam uma criança com obesidade infantil tem a auto-estima baixa, é agressiva e insegura. Normalmente a obesidade causa o aumento do nível de triglicérides e de colesterol, além do aumento da pressão arterial. É importante a análise sensorial com crianças para conhecer cada um e a preferência por novos sabores, como por exemplo, a finalidade de aceitação de um novo produto no mercado alimentício. A metodologia da análise sensorial se resume em avaliar a aceitação de um produto no mercado e investigar gostos e preferências pelos alimentos. Atualmente a análise sensorial pode ser aplicada em vários setores, como no desenvolvimento de novos produtos ou para garantir a qualidade do produto. O presente trabalho teve como objetivo realizar análise sensorial com crianças em idade pré-escolar e documentar resultados com interesse para estudos no mercado. O estudo foi desenvolvido com as crianças em idade escolar de 4 a 6 anos de idade, com um público alvo de 43 crianças. A amostra de brigadeiro de cenoura foi disponibilizada em forminhas coloridas em bandejas para cada criança individualmente, sendo que foi aplicada a escala hedônica facial que consiste em 3 faces com expressões de “muito feliz”, expressando que gostou muito do produto, “sem expressão”, revelando que achou regular e “triste”, indicando ruim. Observa-se que dezoito meninos e dezenove meninas gostaram muito do brigadeiro com cenoura, um menino e três meninas gostaram pouco e apenas um menino e uma menina revelaram não gostar. Os resultados obtidos através da análise sensorial revelaram uma ótima aceitação pelo público alvo, pode-se concluir que devido a esse elevado nível de aceitação, o produto foi bem elaborado e podendo-se cogitar a possibilidade de ser introduzido no mercado de consumo infantil.