



XI Encontro de
Pós-Graduação
e Pesquisa
Consciência e Paz
Universidade Estadual Vale do Acaraú



**GOVERNO DO
ESTADO DO CEARÁ**
Secretaria da Ciência, Tecnologia
e Educação Superior

CARACTERÍSTICAS SENSORIAIS DE BEBIDA LÁCTEA COMERCIALIZADA EM SOBRAL-CEARÁ

**Michely Chaves Martins¹, Mateus de Paula Pimentel Ferreira¹, Mikaelle de Sousa Dutra¹,
Paulo Henrique de Lima², Ana Sancha Malveira Batista³**

¹Mestranda do Programa em Pós-Graduação em Zootecnia - Universidade Estadual Vale do Acaraú-UVA, Sobral-Ce, Brasil. Bolsista da CAPES. michely.chaves@hotmail.com

²Graduando do Curso de Zootecnia, Universidade Estadual Vale do Acaraú-UVA, Sobral-Ce, Brasil.

³Professora, Dr. Universidade Estadual Vale do Acaraú-UVA, Sobral-Ce, Brasil

Resumo: Objetivou-se avaliar quais as características sensoriais das bebidas lácteas comercializadas na cidade de Sobral/CE são mais apreciadas pelo consumidor deste produto. Foram avaliadas as seis marcas com maior comercialização, segundo os três maiores supermercados da cidade de Sobral/CE. As características sensoriais analisadas foram aroma, cor, sabor, textura e impressão global. Os atributos sensoriais avaliados indicaram que o consumidor tem preferência por duas marcas, em detrimento das demais. O consumidor elegeu duas marcas como melhores sob o aspecto sensorial, indicando que as outras estão entre as mais vendidas possivelmente em função do seu preço.

Palavras-Chave: Cor; Consumidor; Sabor

INTRODUÇÃO

A bebida láctea, é um produto vendido nos mercados brasileiros, pode ser facilmente produzida e comercializada por pequenas fábricas e pela agricultura familiar, não havendo necessidade de grandes gastos com investimentos, aproveitando o soro disponível gerado durante a fabricação do queijo e do coalho (PAULA e ALMEIDA, 2012). A utilização do soro para a produção de novos produtos e como forma de eliminar o impacto ambiental torna-se uma alternativa viável para elaborar um produto nutritivo e de baixo custo para o mercado consumidor. A produção poderá incentivar o consumo de bebidas lácteas, além de gerar incentivo para a agricultura familiar e fortalecer o mercado industrial (PAULA e ALMEIDA, 2012). A bebida láctea é o produto resultante da mistura de leite (*in natura*, pasteurizado, esterilizado, UHT, reconstituído, concentrado, em pó, integral, semidesnatado, ou parcialmente desnatado) e soro de leite (líquido, concentrado ou em pó) acrescido ou não de produtos, substâncias alimentícias, gordura vegetal, leite fermentado, fermentos lácteos selecionados e outros produtos lácteos (BRASIL, 2005). Constitui-se em uma forma racional e lógica de aproveitamento do soro de queijo para retorno à cadeia alimentar de forma palatável, sem prejuízo ao meio ambiente (ALMEIDA; BONASSI e ROÇA, 2001). O consumo per capita de produtos lácteos aumentou 60% nas últimas décadas no país, saindo de 100 litros em 1980 para 161 litros em 2010. Entre 2009 e 2010, o crescimento foi de 4,4%. (ROCHA, 2011). As diversas marcas presentes no mercado ampliaram a escolha do consumidor, tornando-se interessante conhecer quais características sensoriais determinava a escolha de uma marca de bebida láctea. Assim, objetivou-se avaliar as marcas de bebidas lácteas mais consumidas em Sobral/CE quanto à sua aceitação sensorial.



MATERIAL E MÉTODOS ou METODOLOGIA

Optou-se pelo sabor morango, por ser o mais consumido segundo informação dos supermercados locais. Avaliou-se seis marcas comerciais de bebidas lácteas, que a partir de agora serão denominadas I, B, L, J, G e S, para não identificar marcas comerciais, adquiridas nos três maiores supermercados da cidade de Sobral/CE. Os testes foram realizados no Laboratório de Tecnologia de Produtos Agropecuários da Universidade Estadual Vale do Acaraú-UVA. Utilizou-se teste afetivo com escala estruturada de nove pontos, variando de desgostei extremamente (1) a gostei extremamente (9). Os atributos considerados na avaliação foram: aroma, sabor, cor, textura e impressão global. O painel utilizado foi não treinado, com cento e sessenta e duas pessoas, incluindo homens e mulheres com idades que variam de 18 a 30 anos, todos os indivíduos participantes eram consumidores do produto e gozavam de boa saúde. A análise ocorreu em cabines individuais, com iluminação e temperatura controladas. As amostras foram servidas em copos plásticos descartáveis identificados com números aleatórios de três dígitos, para evitar erros de indulgência ou posição. Entre uma amostra e outra, o provador foi orientado a tomar água e limpar seu palato com biscoito tipo *cream cracker*. O delineamento estatístico utilizado foi inteiramente casualizado, com os dados submetidos à análise de variância e as medidas computadas pelo teste de Tukey a 5%, utilizando o pacote estatístico SAS (2002).

RESULTADOS E DISCUSSÃO OU PROBLEMATIZAÇÃO

Os aspectos sensoriais avaliados indicam que as maiores notas foram para as amostras B e I na maioria dos atributos sensoriais avaliados entre os provadores, conforme Tabela 1.

Tabela 1. Atributos sensoriais nas marcas comerciais de bebidas lácteas mais comercializadas em Sobral-ce.

Parâmetros	Bebidas Lácteas						EPM
	I	B	L	J	G	S	
Aroma	7,19 ^a	6,52 ^b	5,35 ^c	5,76 ^c	6,51 ^b	5,88 ^c	0,0621
Sabor	7,27 ^a	6,67 ^a	4,47 ^c	5,08 ^c	5,93 ^b	4,80 ^c	0,0738
Cor	6,54 ^b	7,56 ^a	6,32 ^{bc}	5,85 ^{cd}	6,73 ^b	5,60 ^d	0,0571
Textura	6,52 ^b	7,22 ^a	5,69 ^c	5,87 ^c	5,95 ^c	5,55 ^c	0,0606
Impressão Global	7,08 ^a	6,91 ^a	5,42 ^c	5,41 ^c	6,25 ^b	5,26 ^c	0,0635

Letras diferentes na mesma linha indica diferença pelo teste de Tukey a 5%

EPM: Erro Padrão da Média

O aroma foi avaliado entre indiferente e gostei moderadamente. Com a amostra I sendo a preferida entre os provadores ($P < 0,05$), seguido das amostras B e G que foram semelhantes e de sabor mediano, enquanto as amostras L, J e S foram as menos preferidas. Para o atributo sabor, obtivemos os resultados de gostei relativamente e desgostei moderadamente, onde as amostras I e B tiveram o melhor resultado ($P < 0,05$), seguindo da amostra G avaliada com sabor mediano, as menores notas foram atribuídas às amostras L, J, e S. Na avaliação de cor das bebidas lácteas tivemos a amostra B com o melhor resultado ($P < 0,05$), em seguida se destacam as amostras I, L, e G onde seus resultados não diferem significativamente, já as amostras J e S foram avaliadas com as menores notas. O atributo textura foi de melhor avaliação na amostra B ($P < 0,05$), seguido pela amostra I, as demais L, J, G e S foram de resultados semelhantes avaliadas como menos preferidas. As amostras I e B se destacaram no atributo impressão global sendo avaliada como as melhores ($P < 0,05$), a amostra G foi considerada como mediana, enquanto as outras L, J e S foram avaliadas com notas menores. As amostras I e B obtiveram os melhores resultados em todos os atributos avaliados, onde



XI Encontro de
Pós-Graduação
e Pesquisa
ConsCiência e Paz
Universidade Estadual Vale do Acaraú



UNIVERSIDADE ESTADUAL
VALE DO ACARAÚ



**GOVERNO DO
ESTADO DO CEARÁ**
Secretaria da Ciência, Tecnologia
e Educação Superior

as demais amostras L, G se destacaram em alguns atributos com valores medianos, já as amostras J e S são sempre as de menor preferência entre os provadores, não tendo diferenças significativas entre suas notas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O consumidor elege duas marcas como mais preferidas sob o aspecto sensorial, indicando que as outras estão entre as mais vendidas possivelmente em função do seu preço.

AGRADECIMENTOS

À CAPES pela concessão da bolsa e a Universidade Estadual Vale do Acaraú pelo apoio.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, K. E.; BONASSI, I. A.; ROÇA, R. O. Características físicas e químicas de bebidas lácteas fermentadas e preparadas com soro de queijo minas frescal. **Ciência e Tecnologia de Alimentos**, v.21, n.2, p.187-192, 2001.
- BRASIL. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Instrução Normativa nº 16, de 23 de agosto de 2005**. Aprova o Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade de Bebidas Lácteas. Diário Oficial da União de 24 de agosto de 2005a.
- PAULA, J. C. J., ALMEIDA, F. A. , PINTO, M. S. et al. Aproveitamento de soro de queijo de coalho na elaboração de bebida láctea fermentada. **Revista do Instituto de Laticínios “Cândido Tostes”**, v.67, p.25-33, 2012
- ROCHA, A. A. **ALB: consumo de lácteos cresce 60% em 30 anos**. 2011. Disponível em: <http://www.milkpoint.com.br/cadeia-do-leite/giro-lacteo/alb-consumo-de-lacteoscresce-60-em-30-anos-69881n.aspx> Data de acesso: 15/08/2015