

ACEITABILIDADE SENSORIAL DE UM NOVO PRODUTO: PEITO DE FRANGO TIPO APRESUNTADO

ABRAÃO, J. dos S.¹; VIDIGAL, G.J.P.²; GOMES, F.J.D.¹; NACHTIGALL, A.M.³;
VILAS BOAS, B.M.³;

¹ Graduandos do Curso Superior de Tecnologia em Alimentos, IFSULDEMINAS, campus Machado

² Mestrando em Sistemas de Produção na Agropecuária, UNIFENAS

³ Professoras do IFSULDEMINAS, campus Machado

1 INTRODUÇÃO

No Brasil, houve um aumento no consumo de produtos cárneos processados nos últimos anos, incluindo os apresuntados. O crescimento foi de mais de 17 por cento em relação ao consumo per capita de 80 quilos em 2001. Por ano, a taxa média de crescimento foi de 1,6 por cento para todas as carnes. As aves lideram essa expansão. Entre 2001 e 2010, a carne de frango ultrapassou a bovina como a mais consumida no país. (Emater-MG)

O peito de frango tipo apresuntado é uma forma de diversificar a oferta de produtos a base de carne de frango, além de ser uma opção de consumo rápido da mesma, já que é vendido pronto para o consumo. Sendo assim, a definição do perfil sensorial e aceitação de um novo produto em âmbito regional são essenciais para sua introdução em um mercado consumidor. Diante do exposto, o objetivo do presente trabalho foi avaliar a aceitabilidade sensorial do peito de frango tipo apresuntado .

2 MATERIAL E MÉTODOS

O peito de frango tipo apresuntado foi elaborado na Agroindústria de Carnes do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais - campus Machado. Visto que não existe produto semelhante no mercado, o apresuntado foi desenvolvido de acordo com formulação definida em testes preliminares. A carne de peito de frango, refrigerada a 4°C, foi limpa e moída em disco de 20 mm. A massa cárnea foi embutida em embalagem a vácuo, enformada em formas de aço inox e cozida até a temperatura interna de 80°C. Depois de resfriados em banho de gelo, os produtos foram desenformados e armazenados sob refrigeração (4°C) ainda embalados. O fluxograma a seguir

pode ilustrar melhor o método de processamento:

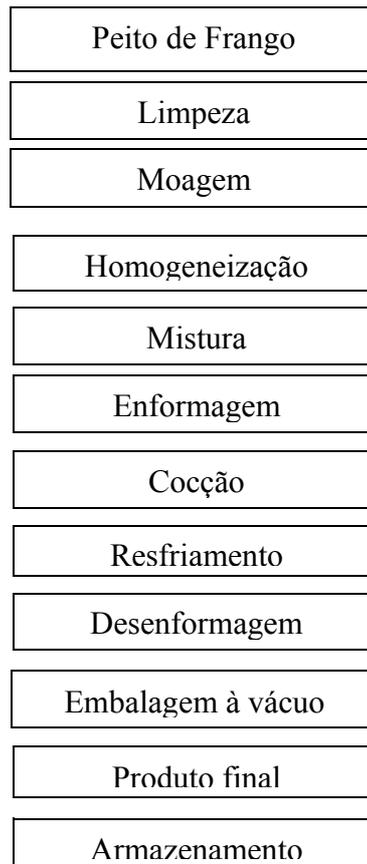


Figura 1: Fluxograma da elaboração de peito de frango tipo apresuntado.

Análise sensorial

A análise sensorial do peito de frango tipo apresuntado foi realizada na COETAGRI do IF Sul de Minas - campus Machado (Cooperativa-escola). O teste de aceitação do produto foi aplicado a 102 julgadores não treinados, de ambos os sexos, com faixa etária entre 14 e 65 anos, sendo 65% do sexo masculino e 35% do sexo feminino. Foi oferecida aos provadores uma fatia de peito de frango tipo apresuntado, com cerca de 20 g. Os provadores foram orientados a degustar o produto e atribuir notas de acordo com sua afetividade para os atributos cor, sabor, textura e aspecto global, bem como, em relação a intenção de compra. Os atributos citados anteriormente foram avaliados fazendo uso de escala hedônica estruturada mista de 9 pontos, segundo Meilgaard et al. (1999), sendo 1- desgostei extremamente, 2- desgostei muito, 3- desgostei moderadamente, 4- desgostei ligeiramente, 5- nem gostei/ nem desgostei, 6- gostei ligeiramente, 7- gostei moderadamente, 8- gostei muito e 9- gostei extremamente. Já para avaliar a intenção de compra do peito de frango tipo apresuntado, utilizou-se escala de intenção de compra estruturada mista, de 5 pontos, de acordo com Reis & Minim (2006), a saber: 1- certamente não compraria, 2- provavelmente não compraria, 3- não sei, 4- provavelmente compraria e 5- certamente compraria. A análise dos dados foi realizada com o auxílio de planilha

eletrônica.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

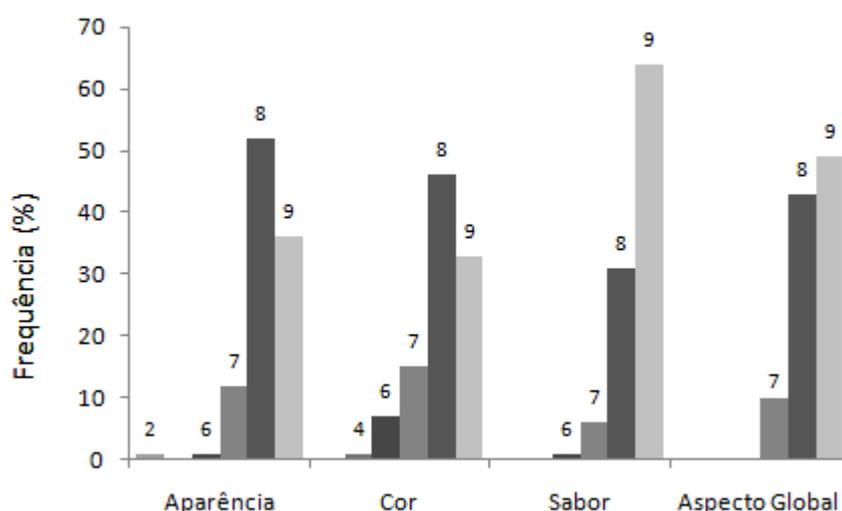
O peito de frango tipo apresuntado apresentou uma boa aceitação. Os provadores gostaram muito e extremamente do produto com relação aos atributos aparência, cor, sabor e aspecto global. Os dados afetivos do peito de frango tipo apresuntado podem ser visualizados na Tabela 1.

Tabela 1: Notas médias para os diferentes atributos do apresuntado de peito de frango

Atributo	Média	Desvio
Aparência	8,2	0,92
Cor	8,0	0,95
Sabor	8,5	0,65
Aspecto Global	8,4	0,66
Intenção de Compra	4,8	0,45

Com relação a intenção de compra os provadores afirmaram que em média provavelmente e certamente comprariam o apresuntado de peito de frango (Tabela 1).

Na Figura 2 pode-se observar que em relação ao atributo aparência alguns provadores desgostaram da mesma, apesar de em média estar classificado entre os termos “gostei muito” e “gostei extremamente”. O fator que contribui para a variação diferenciada quanto ao atributo aparência foi a cor do apresuntado de peito de frango.

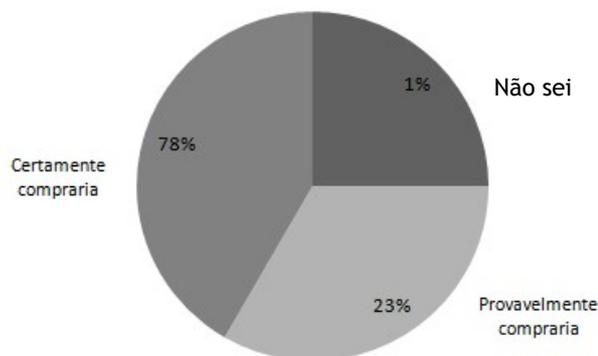


1- desgostei extremamente, 2- desgostei muito, 3- desgostei moderadamente, 4- desgostei ligeiramente, 5- nem gostei/ nem desgostei, 6- gostei ligeiramente, 7- gostei moderadamente, 8- gostei muito e 9-gostei extremamente

Figura 2: Histograma de notas para os atributos sensoriais do apresuntado de peito de frango.

Quanto ao atributo sabor percebe-se que a maioria dos julgadores não treinados gostou extremamente do apresuntado de peito de frango.

Na Figura 3 Observa-se a distribuição das notas de intenção de compra do apresuntado de peito de frango.



1- certamente não compraria, 2- provavelmente não compraria, 3- não sei, 4- provavelmente compraria e 5- certamente compraria.

Figura 3: Representação gráfica da intenção de compra do apresuntado de peito de frango.

Pela Figura 3 verifica-se que a maioria dos julgadores não treinados certamente comprariam o peito de frango tipo apresuntado e apenas um julgador foi indiferente ao produto com relação a intenção de compra.

4 CONCLUSÃO

O produto desenvolvido obteve alto índice de aceitação. No entanto, estudos complementares são necessários para melhorar a aparência do peito de frango tipo apresuntado, principalmente quanto a cor do produto.

5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Disponível em: <http://www.emater.mg.gov.br/portal.cgiflagweb=site_pgn_radio_emater_acao_resumo&upload=8290> Acesso em :20 de maio de 2011

MEILGAARD, M.; CIVILLE, V.; CARR, B. T.; **Sensory Evaluation Techniques**. 3. ed., Boca Raton: CRC Press Inc., 1999. 387p.

REIS, R. C.; MINIM, V. P. R. Teste de aceitação. In: MINIM, V.P.R. (Ed.). **Análise sensorial: estudos com consumidores**. Viçosa: Editora. UFV, 2006, p. 66-83.