



Universidade Federal
de Campina Grande

I Semana Acadêmica da Engenharia de Alimentos de Pombal

Resumo de Trabalho Científico



Elaboração e aceitação sensorial de iogurte com diferentes concentrações de polpa de uva (*vitis vinifera*)

Romário O ANDRADE, Fabiana A. S. BELTRÃO, Lucas S. TOMÉ, Mayane L. dos A. COSTA, Juliana M. de SOUSA

Aluno de Bacharelato em Agroindústria
Universidade Federal da Paraíba, Campus III, 58220-000
Bananeiras-PB. E-mail: romario_andrade90@hotmail.com

Iogurte é o produto resultante da fermentação do leite pela ação de bactérias. O mesmo está incluído na definição de leite fermentado, cuja fermentação se realiza com cultivos protossimbióticos de *Streptococcus salivarius* subsp *thermophilus* e de *Lactobacillus delbrueckii* subsp *bulgaricus*. Objetivou-se neste trabalho a elaboração de iogurte com diferentes concentrações de polpa de uva (*vitis vinifera*) e caracterizá-lo quanto aos aspectos sensoriais. Foram desenvolvidas 3 (três) formulações de iogurte de uva contendo 3, 5 e 8% de polpa de uva. Para avaliação sensorial utilizou-se uma ficha que apresentava parâmetros de avaliação quanto à cor, aroma, sabor, viscosidade e aceitação global. Identificados de acordo com o teste de preferência por escala hedônica de nove pontos (1-desgostei extremamente / 9-gostei extremamente) e intenção de compra do produto foi utilizada escala hedônica de cinco pontos (1-certamente não compraria / 5-certamente compraria). As amostras foram avaliadas por 50 provadores não treinados. Os resultados foram submetidos à análise de variância e as médias comparadas pelo Teste de Tukey em nível de 5% de probabilidade. Ao avaliarmos o atributo aparência houve diferenças entre as amostras, sendo a média geral 6,34, enquanto para os atributos aroma, sabor, acidez os provadores não identificaram diferença significativa, sendo a média geral 6,03, 6,13 e 5,75, respectivamente. Com relação à impressão global e à intenção de compra, os provadores não identificaram diferença significativa entre as amostras, sendo a média geral 6,3 quanto à impressão global e 3,33 quanto à intenção de compra, o que representa que eles foram indiferentes quanto ao parâmetro 3 talvez comprasse / talvez não comprasse. Concluiu-se que, dos atributos sensoriais avaliados, apenas para aparência foi identificada diferença significativa. Tanto parâmetro impressão global quanto intenção de compra, os provadores apresentaram indiferentes em relação às três amostras analisadas. Apesar de a média de aceitação estar situada entre 6,3, isto indica provavelmente que o produto não foi rejeitado pelo consumidor, no entanto o mesmo necessita de mais estudo para que tenha uma melhor aceitação e desta forma possa ser lançado para o mercado consumidor.

Palavras-chave: iogurte, avaliação sensorial e teste de aceitação.

