

## DESENVOLVIMENTO DE QUEIJO *PETIT SUISSE* DE GUABIROBA (*CAMPOMANESIA XANTHOCARPA* O. BERG), NA DISCIPLINA DE MARKETING E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS

Camila Ramos Messias<sup>1,2</sup>

Luciellen Silveira dos Santos<sup>1,3</sup>

Rafaela Aparecida Soares Pereira<sup>1,4</sup>

Danieli Marcheseli<sup>1,5</sup>

Indiane Rubenich<sup>6,7</sup>

Everly Jasinski<sup>6,8</sup>

Fernando Ribeiro da Mata<sup>6,9</sup>

Laíse Dias Soares<sup>6,10</sup>

Thais Regina Ferreira<sup>6,11</sup>

Fabio Henrique Poliseli-Scope<sup>12</sup>

Ernesto Quast<sup>13</sup>

Thiago Bergler Bitencourt<sup>14</sup>

<sup>1</sup> Acadêmicas do curso de Engenharia de Alimentos da Universidade Federal da Fronteira Sul – campus Laranjeiras do Sul/PR.

<sup>2</sup> E-mail: camila.rm26@gmail.com.

<sup>3</sup> E-mail:luciellen\_santos@yahoo.com.br

<sup>4</sup> E-mail: rafaela\_per@hotmail.com

<sup>5</sup> Email: danimarcheseli@yahoo.com.br

<sup>6</sup> Acadêmicos do curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal da Fronteira Sul – campus Laranjeiras do Sul/PR.

<sup>7</sup> E-mail: indianewr@yahoo.com.br

<sup>8</sup> E-mail: everly\_jasinski@hotmail.com

<sup>9</sup> E-mail: fernando-damata@uol.com.br

<sup>10</sup> E-mail: laiseds92@hotmail.com

<sup>11</sup> E-mail:thaisrfm@hotmail.com

<sup>12</sup> Doutor em Ciências e Tecnologia de Alimentos pela Universitat Autònoma de Barcelona - UAB, Espanha em 2012. Professor da Universidade Federal da Fronteira Sul - campus Laranjeiras do Sul/PR. E-mail: fabio.scopel@uffs.edu.br

<sup>13</sup> Doutor em Tecnologia de Alimentos pela Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP em 2012. Professor da Universidade Federal da Fronteira Sul - campus Laranjeiras do Sul/PR. E-mail:ernesto.quast@uffs.edu.br

<sup>14</sup> Doutor em Química Orgânica pela Universidade Federal de Santa Catarina em 2010. Professor da Universidade Federal da Fronteira Sul – campus Laranjeiras do Sul/PR. E-mail: bitencourt@uffs.edu.br

Nos últimos anos a indústria de lácteos tem aplicado o conhecimento das propriedades funcionais dos alimentos para o desenvolvimento de novos produtos com o objetivo de atender a demanda dos consumidores por produtos que sejam saudáveis. O queijo *petit suisse*, como alimento funcional é um queijo de altíssima umidade e consumido fresco. O presente trabalho teve como objetivo utilizar o teste de aceitação de atributos de aparência, cor, sabor, textura global, intenção de compra e sugestão do preço de compra de duas formulações de queijo *petit suisse* adicionado de *Streptococcus thermophilus* com polpa de guabiroba (*Campomanesia xanthocarpa* O. Berg), sem conservantes químicos. Foram testadas duas concentrações de açúcar: G1) 10% e G2) 15%. A análise sensorial foi realizada com acadêmicos totalizando 32 avaliadores. A avaliação sensorial de atributos (aparência, Cor, Sabor e Textura geral) foi realizada utilizando escala hedônica de nove pontos: 9 – Gostei Muitíssimo e 1 – Detestei muitíssimo; avaliação de intenção de compra utilizando-se de escala de sete pontos com as extremidades: 7 – Certamente compraria e 1 – Certamente não compraria; avaliação de compra com respostas Sim, Não e Talvez; e uma avaliação de preço que os avaliadores estariam dispostos a pagar em uma bandeja de produto de 400g, onde as opções de preços variavam de R\$3,75 até R\$7,00. As notas atribuídas pelos avaliadores no teste de aceitação ficaram entre as legendas “Gostaram um pouco” e “Gostaram muito”, não havendo diferença significativa entre as formulações. No teste de intenção de compra, os avaliadores atribuíram notas entre “Talvez comprariam” e “Provavelmente comprariam”. A avaliação de compra caso o produto estivesse no mercado, obteve os seguintes resultados: para a amostra G1 o Talvez obteve 46,88%, seguido pelo Sim com 43,75%; para a amostras G2, a resposta Sim com 59,37%, Talvez com 37,5% das respostas. O preço sugerido entre os avaliadores para uma embalagem de 400g foi de  $R\$4,15 \pm 0,56$  para a formulação G1, e  $R\$4,33 \pm 0,65$  para a formulação G2. Podemos afirmar que o queijo *petit suisse* de guabiroba obteve boa aceitação com relação à aparência, cor e sabor de fruta, levando em consideração o público alvo – adultos interessados em consumir um produto funcional.

**Palavras-chave:** Probióticos. Gomas. Análise sensorial. Myrtaceae.