

Aceitação e intenção de compra de sorvete de gabioba em Curitiba, PR

Natalia Notto Serena

Graduanda em Farmácia na Faculdade Pequeno Príncipe

Rossana Catie Bueno de Godoy

Engenheira-agrônoma, doutora em Tecnologia de Alimentos,
pesquisadora da Embrapa Florestas, catie.godoy@gmail.com

Sorvete é o produto gelado comestível, alimento obtido da emulsão de gorduras e proteínas, com ou sem adição de outros ingredientes e substâncias, ou de uma mistura de água, açúcares e outros ingredientes e substâncias. O sorvete pode ter vários sabores e as frutas nativas podem ser uma opção para a produção de um sabor exótico. A *Campomanesia xanthocarpa* Berg, pertencente à família *Myrtaceae*, popularmente conhecida como gabioba, é uma fruta nativa brasileira com coloração amarelo-esverdeada, redonda do tipo baga, com baixo teor energético e com níveis de cálcio, zinco e ferro, e uma quantidade razoável de fibras. Embora seja uma frutífera produtiva e com alto teor de nutrientes, a gabioba não é aproveitada industrialmente. A polpa da gabioba é muito estável e tem boa indicação para a produção de sucos, doces e sorvetes. Se o público consumidor tem boa aceitação é um caminho para o aproveitamento de polpa de gabioba por comunidades do entorno das FLONAS (Florestas Nacionais). A renda oriunda da agregação de valor às frutas nativas é fundamental para a renda destas comunidades e manutenção das Florestas. Por outro lado, o consumidor ganha com a possibilidade de novos produtos e sabores, valorizando o potencial das frutas nativas brasileiras. Sendo assim, foi realizado um teste sensorial de aceitação no Mercado Municipal de Curitiba, usando escala hedônica de nove pontos (1 = desgostei extremamente e 9 = gostei extremamente) e também o teste de intenção de compra (1 = certamente compraria o produto e 5 = certamente não compraria o produto). Foram servidas amostras (30 g) de sorvete no período das 10 h às 12 h, temperatura ambiente de 27 °C. Participaram do teste 174 pessoas, onde 65% foram mulheres, com faixa etária maior que 56 anos. Embora 62% dos consumidores conheçam a fruta, apenas 23% já provaram produtos elaborados com gabioba, uma vez que produtos com gabioba não estão disponíveis no mercado. O produto teve ampla aceitação, 76% dos consumidores atribuíram as notas máximas na escala hedônica, demonstrando excelente potencial de mercado que foi validado pelo teste de intenção de compra, indicando que 81% destes consumidores comprariam o produto.

Palavras-chave: Produto florestal; *Campomanesia xanthocarpa* Berg; Polpa de fruta.