

Análise Sensorial

Análise Sensorial é uma metodologia destinada que visa avaliar a aceitação de produtos no mercado, pesquisando os gostos e preferências de consumidores. Através de um perfil pré-selecionado pela empresa contratante, um conjunto de provadores são convidados pela SGS. Com base nos resultados, é possível medir, avaliar e interpretar a percepção sensorial em relação ao produto analisado.

Os consumidores expressam suas opiniões em cabines individuais, onde recebem o produto a ser analisado, usando metodologia científica referendada internacionalmente, acompanhado de um formulário com perguntas pré-definidas para determinação dos resultados.

Empregam-se diferentes métodos de avaliação, visando determinar o perfil sensorial, a aceitação e preferências acerca dos produtos. Estes métodos podem ser orientados ao controle de qualidade, ao desenvolvimento de produtos e a estudos de consumidores.

A Análise Sensorial é uma ferramenta moderna utilizada para o desenvolvimento de novos produtos, reformulação dos produtos já estabelecidos no mercado, estudo de vida de prateleira (*shelf life*), determinação das diferenças e similaridades apresentadas entre produtos concorrentes, identificação das preferências dos consumidores por um determinado produto e, finalmente, para a otimização e melhoria da qualidade.



Descrição dos Métodos da Análise Sensorial

Método Sensorial Descritivo:

Esta técnica permite a avaliação da intensidade dos atributos sensoriais de produtos. Neste caso, são empregadas equipes treinadas de provadores.

- Análise Descritiva Quantitativa (ADQ®): utiliza uma equipe de provadores selecionados e treinados para identificar e quantificar os atributos sensoriais de um produto.

Método Sensorial Discriminativo:

Através deste método, são avaliadas as diferenças sensoriais entre dois ou mais produtos.

- Teste Duo-Trio: determina se existe diferença entre uma amostra e um padrão.
- Comparação Pareada: determina se existe diferença entre duas amostras com relação a um atributo sensorial.
- Teste Triangular: verifica se existe diferença entre duas amostras que sofreram processos diferentes.
- Teste de Ordenação: comparam-se diferentes amostras para verificar se existe diferença entre elas.
- Teste de Comparação Múltipla: verifica e estima o grau de diferença entre várias amostras e outra padrão.

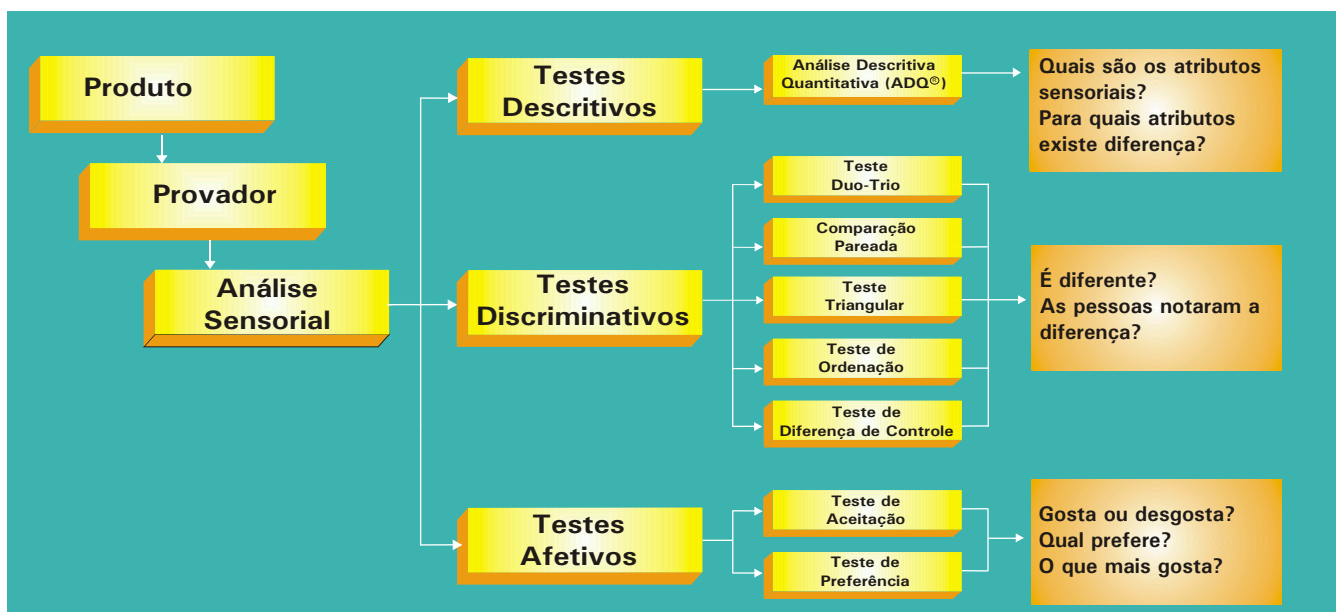
Método Sensorial Afetivo:

O objetivo do método afetivo é avaliar a aceitação e preferência dos consumidores em relação a um ou mais produtos.

- Teste de Aceitação: avalia o quanto um consumidor gosta ou desgosta de um determinado produto.
- Teste de Preferência: determina a preferência que o consumidor tem sobre um produto em relação a outro.

Para maiores informações, contate Suzi Baddini - Tel.: 11 5504-8923.

Fluxograma do Processo



SGS do Brasil Ltda.

Head Office

Av. das Nações Unidas, 11.633

4º andar - Brooklin

04578-000 - São Paulo - SP

Tel.: +55 11 5504-8800

Fax: +55 11 5504-8900