

SENSOMETRIA

Adilson dos Anjos

Departamento de Estatística
Universidade Federal do Paraná
aanjos@ufpr.br

Curitiba, PR
14 de maio de 2015

SENSOMETRIA

– Mapa do Perfil Ideal –
Ideal Profile Method (IPM)

Mapa do Perfil Ideal

IPM

- Consumidores fornecem a informação PERCEBIDA o IDEAL;
- Fornecem também informação sobre o *liking* ;
- Um conjunto de dados mais informativo que JAR ;
- Observar que os consumidores devem ser homogêneos (segmento homogêneo) ;
- No exemplo, apresentado, considera-se que os consumidores são homogêneos!!

Mapa do Perfil Ideal

IPM

- É possível considerar o espaço dos produtos em geral como um ideal?;
- Os consumidores associam os produtos com diferentes Ideais? ;
- Objetivo do Mapa do Perfil Ideal interpretar essas informações;
- E definir as características desejadas para um produto ideal;

Mapa do Perfil Ideal

IPM

- Considerando um segmento, o produto ideal corresponde ao produto ideal médio;
- Um produto ideal é definido como: "um produto com uma característica sensorial particularque maximiza o liking";
- E o produto ideal de referência corresponde ao produto ideal comum ao máximo número de consumidores dentro do segmento ;
- No gráfico, essa informação é representada por uma área (máximo número de consumidores);

SENSOMETRIA

– Mapa do Perfil Ideal –
Ideal Profile Method (IPM)
CONSISTÊNCIA DOS CONSUMIDORES

Mapa do Perfil Ideal

IPM

- Como a análise é feita por consumidores, deve-se avaliar a consistência dos dados;;
- Consistência sensorial: se um consumidor gosta mais de um produto doce, espera-se que seu produto ideal seja doce!;
- Isso pode ser medido por uma correlação entre a avaliação das características sensoriais e a escala do liking;
- Se existe correlação forte e positiva, o painel é dito consistente.
- Após a definição do que mudar, deve-se avaliar o impacto na avaliação dos consumidores;