

INFLUENCIA DA COR NA PREFERÊNCIA DO AÇÚCAR MASCAVO. VERRUMA-BERNARDI, M.R.(1), BORGES, M.T.M.R.(2); LOPES, C.H. (2); RODRIGUES, V.M.(3); MODESTA, R.C.D.(4). (1)MND/UFF-DTAiSER/UFSCar.verruma@cca.ufscar.br, (2)DTAiSER/CCA/UFSCar, (3)Aluna do curso de Engenharia Agrônômica/UFSCar, (4)EMBRAPA Agroindústria de Alimentos – CTAA.

Este trabalho teve como objetivo verificar a influencia da cor na preferência de compra de nove marcas comerciais de açúcar mascavo obtidos na cidade de São Carlos – SP. As amostras foram apresentadas em embalagens plásticas, codificadas de A a I. Cinquenta provadores realizaram os testes e ordenaram as amostras da esquerda para a direita, inicialmente conforme a cor (marrom clara – marrom escura), seguida da preferência de cor na escolha do açúcar (mais gostei - menos gostei). Para interpretação dos dados obtidos nos testes de ordenação foi utilizada a Tabela de Newel e Mac Farlane citada pela ABNT (1994), que indica a diferença crítica entre os totais de ordenação a nível de 5%. Para os resultados (9 amostras e 50 respostas) constatou-se que, para que haja diferença significativa entre as amostras, a diferença entre o somatório de cada par de amostras deve ser igual ou maior a 85. Na ordenação de cor, a ordem de apresentação do marrom claro para marrom escuro foi: grupo 1 = D, I (marrom claro), grupo 2 = H, B, E, C (marrom intermediário); grupo 3 = G, F, A (marrom escuro) onde constatou-se que houve diferença significativa entre os três agrupamentos ($p \leq 0,05$). Na ordenação de preferência, a ordem de apresentação de mais gostei para menos gostei as amostras apresentou-se da seguinte maneira: grupo 1: B, H; grupo 2: E, I, F, C, G, A, D ($p \geq 0,05$), onde constatou-se que escolha pelas

amostras B e H ocorreu provavelmente pelo conjunto de atributos adequados apresentados pelas amostras, como cor marrom intermediária e aparência uniforme.