

EVALUACIÓN SENSORIAL DE CHOCOLATES EN NIÑOS

Luz López R.* y Luis Dávila S.*

RESUMEN

En el presente estudio se han identificado los factores que inciden en la aceptabilidad de los chocolates en niños de 6 a 10 años, evaluando la forma, color y sabor de los productos. Se determinó en la población infantil su preferencia por la cobertura de leche y la forma oval de los chocolates.

Palabras clave : Chocolate. Análisis sensorial. Grado de aceptabilidad.

ABSTRACT

In the present survey, factors influencing chocolate acceptability by kids between 6 - 10 years old have been identified, through the evaluation of products shape, color and savor. It was determined that the child population showed their preference for a milk covering and an oval shape in chocolates.

Key words : Chocolate. Sensory analysis. Acceptability degree.

INTRODUCCIÓN

Una tendencia actual en el "merchandising" es llegar al consumidor con productos sencillos, de bajo costo y de buena calidad, que puedan ser adquiridos e ingeridos durante las actividades cotidianas sin interrumpirlas, evitando así el estrés ocasionado por el tiempo requerido para la preparación y consumo de las comidas (INDUPAN, 2000).

Surgiendo en las últimas décadas como tendencia en el diseño de alimentos (Conley y Giese, 2000), el agregar valor a los productos que significa dar a los consumidores lo que ellos quieren. Por lo cual es importante determinar sus preferencias, considerando no sólo sus necesidades objetivamente; sino además algunos aspectos subjetivos como las propiedades organolépticas de los alimentos y las actitudes de consumo.

Así siendo los niños los mayores compradores y consumidores de golosinas, se constituyen en la población objetivo en la que se deben identificar estas particularidades de los productos. Conociendo el aumento del consumo de golosinas (Galibert, 1996) en diferentes países.

Sloan (2000) reporta que la preferencia de los consumidores determinada mediante encuestas, se distribuye de la siguiente manera: Sensación del sabor y textura en un 84%, percepción del olor del alimento en un 77% y visualización del color y la presentación en un 65%. de ahí la propuesta de identificar como influyen las características sensoriales de los alimentos en su aceptabilidad en el mercado.

A lo cual se agrega que el promedio de compras de niños de 6 a 11 años de edad es de 3 veces por día (Hollingsworth, 2000).

En este contexto, el objetivo es evaluar la aceptabilidad del chocolate diseñado considerando su forma, color y sabor en niños en edad escolar.

METODOLOGÍA

La composición de las coberturas empleadas como materia prima se muestra en el cuadro 1. Para la elaboración de los chocolates se fundió cada cobertura por separado, se vertió a los moldes y permaneció ahí hasta su completa solidificación y posterior desmolde como se indica en la figura 1. Se obtuvieron chocolates de 6 g en peso promedio y de tamaño uniforme que se constituyeron en las muestras de degustación.

La población destino estuvo constituida por 200 niños cuyas edades fueron de 6 a 10 años, estudian

(*) Magister Scientiae en Tecnología de Alimentos. Facultad de Oceanografía, Pesquería y Ciencias Alimentarias – Universidad Nacional Federico Villarreal.

Cuadro 1. Características del chocolate.

Materia Prima	Peso en g.	Composición en gramos de producto				Valor calórico en Calorías
		Grasa	Carbohidrato	Proteína	Ceniza	
Cobertura amarga	10	1,68	7,51	0,38	0,12	24,8
Cobertura de leche	10	3,12	5,67	3	0,17	56,3
Cobertura blanca	10	2	5	3	0,15	50

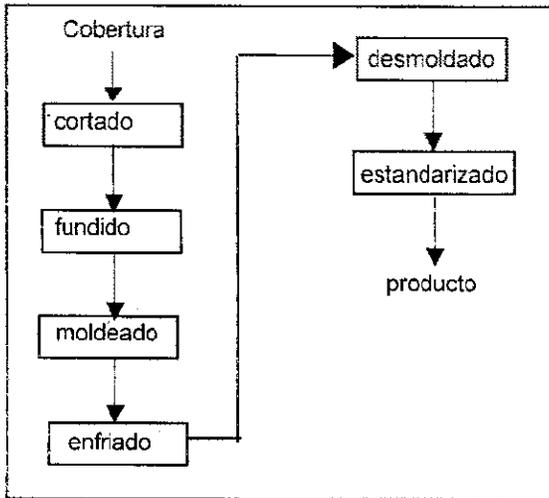


Figura 1. Diagrama de elaboración de chocolates.

tes de un colegio particular del distrito de Magdalena que respondieron a la ficha de evaluación sensorial del cuadro 2.

Cuadro 2. Ficha de evaluación sensorial.

¿Cuál chocolate te gusta más?			
Forma	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Sabor	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Color	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

ANÁLISIS DE RESULTADOS

En la población estudiada se determinó que la forma afecta más la aceptabilidad de los chocolates en los niños de 6 a 7 años, menos en los de 7 a 9 años; y en los de 9 a 10 años no influye.

El color de la cobertura bitter no agrada a la población infantil, el de la cobertura de leche afecta ligeramente la aceptabilidad del producto y el de la cobertura blanca no influye.

Se determinó que el sabor en los niños evaluados para la cobertura amarga decae con el aumento de la edad, el de la cobertura de leche aumenta, así como en el de la cobertura blanca.

La evaluación estadística de los factores estudiados se presenta en el cuadro 3.

Cuadro 3. Determinación estadística de los factores de aceptabilidad.

Edades	Forma	Color	Sabor
6 - 7			
7 - 8	**	**	
8 - 9			**
9 - 10	**	**	**

Por lo cual se compararon los factores que incidieron en la aceptabilidad de los chocolates en el cuadro 4.

Entre los puntos fuertes y puntos vulnerables se determina que los chocolates preparados con cobertura de leche son los que prefieren más los consumidores de 6 a 10 años de edad.

El color y el sabor de los chocolates elaborados con cobertura blanca son los factores que más influyen la preferencia de los consumidores evaluados. Al evaluar los chocolates por forma, color y sabor los productos elaborados con cobertura amarga son los menos preferidos en niños de 6 a 10 años de edad.

El sabor de la cobertura amarga influye el rechazo de los productos por los consumidores.

Cuadro 4. Comparación de los factores de aceptabilidad.

Puntos fuertes	Puntos vulnerables
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los chocolates preparados con cobertura de leche son los más preferidos por los consumidores de 6 a 10 años de edad. ▪ El color y el sabor de los chocolates elaborados con cobertura blanca son los factores que influyen más la preferencia de los consumidores evaluados. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Al evaluar los chocolates por forma, color y sabor los productos elaborados con cobertura amarga son los menos preferidos en niños de 6 a 10 años de edad. ▪ El sabor de la cobertura amarga influye el rechazo de los productos por los consumidores.

CONCLUSIONES

Los chocolates de mayor aceptación fueron elaborados con cobertura de leche, debido al rechazo en los consumidores del sabor amargo con el aumento de la edad.

La forma de los productos que prefirieron los consumidores fue la oval, probablemente por el énfasis actual a los temas de globalización.

Para satisfacer al consumidor, es esencial considerar no sólo sus necesidades objetivas; sino, también algunos aspectos subjetivos como las propiedades sensoriales de los alimentos.

RECOMENDACIONES

Cuantificar la aceptabilidad de los chocolates por los cambios de color, forma y sabor en consumidores de diferentes edades.

Realizar un trabajo multidisciplinario para desarrollar el análisis de los factores propuestos.

AGRADECIMIENTO

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología que ha financiado el Proyecto de Investigación del que constituye parte el presente extracto.

BIBLIOGRAFÍA

1. **Conley, L. y J. Giese. 2000.** How the Internet is changing food product development. *J. Food Technology*. 54 (2) : 38 - 41.
2. **Galibert, A. 1996.** Entre el consumo interno y la exportación. *Rev. Heladería, Panadería Latinoamericana*. Argentina. 29 (123) : 22-23
3. **Hollingsworth, P. 2000.** Through the Mouth of a Child. *J. Food Technology*. 54 (4) : 20
4. **INDUPAN. 2000.** Servicio al paso. *Past Panhe*, 16: 15.
5. **Sloan, E. 2000.** Adding value in 2000. *J. Food Technology*. January, 54 (1) : 22-23