

RESUMO - CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE ALIMENTOS: CIÊNCIAS  
SENSORIAIS E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

**ANÁLISE DE MERCADO E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR EM  
RELAÇÃO AO CHOCOLATE NATURALMENTE ROSA**

*Stéfano Cypreste De Almeida (stefanoc14@hotmail.com)*

*Lara Oliveira Mozer (lara.mozer@edu.ufes.br)*

*Maria Emília Rodrigues Valente (maria.valente@ufes.br)*

*Suzana Maria Della Lucia (smdlucia@yahoo.com.br)*

O chocolate naturalmente rosa surgiu como o quarto tipo de chocolate no mundo. É um produto inovador, pois apresenta atributos sensoriais diferentes dos demais chocolates, destacando-se sua coloração rosa, notas cítricas e frutadas. Ele pode ser atrativo para apreciadores de chocolates e seus atributos sensoriais únicos podem despertar interesse. O consumidor está cada vez mais mudando sua relação com bem-estar, vida saudável, sensorialidade e prazer na hora de comer, e muitos optam pela aquisição de alimentos mais saborosos. O conhecimento, por parte do consumidor, sobre um chocolate naturalmente rosa, pode fornecer informações valiosas para a indústria e permitir o desenvolvimento de produtos de alta qualidade, por meio da compreensão de preferências e hábitos de consumo. Para tanto, foi realizada uma pesquisa de mercado online com 210 consumidores de chocolate, 157 do sexo feminino e 53 do sexo masculino, e três sessões de grupo de foco, com oito participantes em cada (estudo aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa/Universidade Federal do Espírito Santo; CAAE:

79994624.1.0000.8151). O hábito de compra de chocolate foi determinado em 1 a 2 vezes por mês (36,7% dos participantes), enquanto a frequência de consumo em 2 a 3 vezes por semana (34,3%). Os consumidores declararam que buscam por novos tipos ou sabores de chocolate a cada três meses. Ao menos 77,6% dos consumidores não possuem conhecimento do chocolate naturalmente rosa, e 88,6% demonstraram interesse em obter informações a respeito. Nos grupos de foco, os participantes demonstraram curiosidade pelo chocolate rosa, porém, com certa resistência, devido a sua aparência frequentemente associada a sabores artificiais e ao uso de corantes, indicando seu consumo por crianças. O produto foi pouco relacionado à aparência de um chocolate, pela associação cultural do chocolate com cor marrom e tonalidades mais escuras, o que pode dificultar sua aceitação e popularização. Os dados coletados refletem o perfil do consumidor quanto a seus hábitos, preferências, formas de consumo e demais atitudes. Essas informações são importantes para entender a interação do público com o produto e a identificação de padrões comportamentais, o que possibilita estudos mais aprofundados sobre expectativas e oportunidades de mercado para o chocolate rosa.

Palavras-chave: percepção sensorial; estudos com consumidor; tendências; desenvolvimento de novos produtos.