



Simpósio de Integração Acadêmica

“Ciências Básicas para o Desenvolvimento Sustentável”

SIA UFV 2023



VALIDAÇÃO DO QUESTIONÁRIO DE ASSOCIAÇÃO DE PALAVRAS SOBRE A ATITUDE DOS CONSUMIDORES EM RELAÇÃO AO MEL CREMOSO
BRITO, Luiz Antônio Antunes¹; SILVA, Vanelle Maria da¹; SOUZA, Yasmim Dos Santos¹; SOUZA, Ana Luiza Alves¹; SANTOS, Laura Emily dos¹;
PEREIRA, Ana Gabriele Assis¹.

Engenharia de Alimentos, luiz.a.brito@ufv.br, yasmim.d.souza@ufv.br, ana.l.souza@ufv.br, laura.e.santos@ufv.br, ana.g.pereira@ufv.br; Instituto de Ciências Exatas e Tecnológicas, vanelle.silva@ufv.br, UFV *campus* Florestal

Pesquisa - Ciências Exatas e Tecnológicas - Ciência e Tecnologia de Alimentos

Palavras-chave: nuvem de palavras; associação, mel.

Introdução

O consumo per capita de mel no Brasil é baixo em comparação com o resto do mundo. Para aumentar o consumo e o valor do mel, é necessário desenvolver novos produtos que sejam práticos, saudáveis e sustentáveis. Uma alternativa interessante é o mel cremoso, que é produzido através da cristalização controlada do mel líquido, resultando em uma consistência pastosa que é fácil de usar devido à sua aderência e facilidade de espalhamento.

Neste contexto, averiguar as expectativas do potencial mercado consumidor em relação ao mel cremoso é necessário no seu desenvolvimento e comercialização. A Associação de Palavras (AP) possibilita analisar percepções e expectativas dos consumidores em relação a estímulos verbais e/ou ilustrativos.

Objetivos

O objetivo do trabalho foi elaborar estímulos referentes ao mel cremoso e ao mel líquido, além de validar o questionário sobre a atitude dos consumidores em relação a esses produtos, a fim de podê-los utilizá-los posteriormente em uma ampla pesquisa de mercado.

Material e Métodos

Quatro estímulos (fotografias) para a realização da metodologia de AP foram produzidos (Fig. 1): a) mel líquido no pote de vidro (E1), b) mel líquido na torrada com auxílio da colher meleira (E2), c) mel cremoso no pote de vidro (E3) e d) mel cremoso na torrada com auxílio da colher meleira (E4).

Além disso, um questionário com questões sociodemográficas e outro contendo as fichas utilizadas no teste de AP (Fig. 2) foram elaborados.

Por favor, escreva as quatro primeiras imagens, pensamentos, associações ou sentimentos que vêm a sua mente ao se visualizar a seguinte imagem:

CÓDIGO: _____

1: _____

2: _____

3: _____

4: _____

Figura 2 – Ficha do testes para a Associação de Palavras

Figura 1 – Estímulos elaborados para a Associação de Palavras

Apoio Financeiro

O financiamento do projeto foi aprovado pela **FAPEMIG** no valor de R\$ 179.960,00 no âmbito da chamada nº 011/2022 – APOIO A PROJETOS DE EXTENSÃO EM INTERFACE COM A PESQUISA.

A validação do questionário sociodemográfico foi realizada por meio de análise descritiva. A validação dos estímulos da AP foi realizada com o agrupamento dos termos similares em uma mesma categoria por meio da técnica de triangulação e pela formação tabelas de frequência absolutas de cada categoria.

Resultados e Discussão

Os questionários foram aplicados na cidade de Florestal-MG com um total de 15 consumidores de mel. Os consumidores foram em sua maioria do sexo feminino (60%), solteiros (66,7%), com ensino médio completo (80%), com renda de até 3 salários mínimos (53,3%) e com idade entre 18 e 55 anos (média de 27,3 anos). Todos os respondentes consideraram que as perguntas dos questionários eram claras e objetivas. Foram obtidas 60 palavras por estímulo, totalizando 240 palavras categorizadas em 15 categorias principais (Tabela 1).

Tabela 1 – Tabela de contingência dos resultados da Associação de Palavras

Categoria	Pote de Mel	Pote de Mel Cremoso	Mel na torrada	Mel Cremoso na torrada	Total
Aparência	2	4	0	0	6
Comida e bebida	10	13	24	17	64
Cores	4	7	3	1	15
Doçura	2	9	8	10	29
Diferente	0	3	0	2	5
Lembranças	4	2	2	0	8
Local	1	1	3	2	7
Natural	5	1	1	1	8
Novidade	1	1	0	0	2
Objetos	3	2	0	0	5
Apicultura e derivados	12	3	3	3	21
Sabor	3	2	7	5	17
Saúde	4	1	3	1	9
Sentimentos bons	1	6	3	5	15
Textura	4	5	5	10	24

Conclusões

Os estímulos e questionários utilizados demonstraram ser altamente adequados para serem empregados na pesquisa em relação à avaliação das atitudes dos consumidores de mel e mel cremoso. Sua eficácia na coleta de dados e na obtenção de informações valiosas sobre as preferências e percepções dos consumidores reforça a validade e a utilidade desses instrumentos no contexto da pesquisa.

Bibliografia

BRASIL. Instrução Normativa Nº 11, de 20 de Outubro de 2000. Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade do Mel. TIQ-Mel-completo-IN-11_2000.pdf. Acesso em: 05/ 07/ 2023. Brasília, DF.

Agradecimentos

À Universidade Federal de Viçosa, *Campus* UFV- Florestal pela infraestrutura e à **FAPEMIG**, pela concessão de financiamento e bolsas.