



Simpósio de Integração Acadêmica

“Ciências Básicas para o Desenvolvimento Sustentável”

SIA UFV 2023



Elaboração e validação do questionário sobre mercado consumidor de mel cremoso em parceria com a Associação de Meliponicultores e Apicultores do Médio Paraopeba

SILVA, Maria Clara Dos Santos; SILVA, Vanelle Maria; CARVALHO, Naiara Barbosa; FILHO, Robledo de Almeida Torres; CONRADO, Jadson Martins; SERPA, Bianca Diniz; JORGE, Ana Luiza Silva; MENDES, Júlia Werneck de Oliveira; RESENDE; Helder Canto.

Palavras-chave: Novo produto, apicultura, interação dialógica

Introdução

O mel cremoso é produzido através da cristalização controlada do mel líquido para alterar sua textura, tornando-o mais espalhável e aumentando seu valor agregado. Esse processo combina praticidade, saúde e sustentabilidade, o que pode impulsionar o consumo de mel no Brasil. Apesar disso, o produto é pouco conhecido e comercializado no país, destacando a importância de pesquisas de mercado para um planejamento eficaz para comercialização do produto.

Objetivos

Deste modo, o objetivo do projeto foi elaborar e validar um questionário de pesquisa de mercado de mel cremoso por meio de uma interação dialógica com a Associação de Meliponicultores e Apicultores do Médio Paraopeba (A.M.A.M.P).

Material e Método

Pesquisa de mercado:

O questionário foi desenvolvido com base na revisão da literatura para entender os consumidores de mel e seu interesse em mel cremoso, auxiliando no estudo da viabilidade desse produto para a Associação de Produtores de Mel (A.M.A.M.P.).

Caracterização da pesquisa sobre o mel líquido e mel cremoso:

Questionário semiestruturado com questões de caráter exploratório sobre:

- ✓ Perfil sociodemográfico;
- ✓ Hábitos de consumo;
- ✓ Local de compra;
- ✓ Concordâncias e discordâncias sobre os produtos;
- ✓ Estilo de vida.

Etapas:

- Troca de saberes entre os agentes do projeto durante o encontro (Fig. 1 e 2);
- Associados responderam ao questionário e forneceram sugestões de melhorias com base em experiências no setor apícola;
- Subsequentemente, o questionário passou pelo processo de validação.

Testou-se a apresentação do mel cremoso aos respondentes por meio de fotografia ou do próprio produto. Os resultados foram analisados por meio de análise estatística exploratória descritiva e ANOVA ($\alpha = 5\%$), através do programa *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS).

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.

Resultados e Discussão

Resultados da reunião com os membros da A.M.A.M.P:

Todas as sugestões feitas pelos associados foram acatadas e alterações no questionário foram efetivadas. Durante a reunião, algumas questões de difícil entendimento e mal formuladas foram detectadas e corrigidas para a versão final.



Figura 1: Reunião com membros da A.M.A.M.P



Figura 2: Validação do questionário.

Perfil sociodemográfico dos entrevistados:

A maioria dos respondentes foram homens (55%), solteiros (90%), com ensino médio completo (90%), com renda familiar mensal entre três a seis salários mínimos (55%) e com faixa etária entre 18 a 40 anos.

Resultados obtidos na pesquisa de mercado:

A maioria dos consumidores preferem consumir mel puro (65%) e comprar diretamente do produtor (55%). A maioria (70%) não conhecia o mel cremoso, enquanto 30% conheciam, mas nunca o haviam consumido. Na maioria das questões relacionadas ao mel cremoso, não houve diferença significativa ($\alpha > 5\%$) entre os que viram o produto e os que viram a fotografia, usando uma escala de Likert de 5 pontos.



Figura 3: Imagem do mel cremoso apresentada aos respondentes do questionário.

Conclusões

Um questionário semi-estruturado com 22 questões sobre o mel líquido e o mel cremoso foi validado. Ele será aplicado na região metropolitana de Belo Horizonte, usando fotografia para mostrar o produto. Os resultados serão compartilhados com os membros da A.M.A.M.P.

Agradecimentos

Agradecemos aos 20 entrevistados que participaram da pesquisa de mercado. À Universidade Federal de Viçosa, *Campus UFV- Florestal* pela infraestrutura. Ao PIBEX/UFV pela concessão de bolsas. E à FAPEMIG, pela concessão de financiamento e bolsas.