

QUALIDADE MICROBIOLÓGICA, PERFIL DE CONSUMIDOR E INTENÇÃO DE COMPRA DE CINCO MARCAS DE MEL

CUNHA, Gabriella Castro¹; PINTO, Vilson Matias²; LIMA, Alexandra Valéria Sousa Costa³; SANTOS, Márcio Ramatiz Lima⁴

¹ Estudante de Iniciação Científica – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano – Câmpus Ceres - GO. gabriellah_castro@hotmail.com.br; ² Estudante de iniciação Científica – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano – Câmpus Ceres - GO.; ³ Orientadora – Instituto Federal de Ciência e Tecnologia Goiano – Câmpus Ceres. alexandra.costa@ifgoiano.edu.br; ⁴ Co-Orientador – Instituto Federal de Ciência e Tecnologia Goiano – Câmpus Ceres.

RESUMO: A composição e as características do mel como sabor, aroma, coloração, densidade e propensão à cristalização, variam de acordo com a flora local, pois estão relacionadas aos componentes presentes no néctar das diversas flores, assim como à proporção em que estão presentes. Objetivou-se avaliar a qualidade microbiológica, conhecer o perfil dos consumidores e avaliar a intenção de compra de cinco marcas de mel. As amostras foram obtidas em mercados de Ceres-GO, Goiânia-GO e Porangatu-GO. Foram realizadas as contagens de coliformes a 35°C e 45°C. Foi aplicado um questionário para conhecer o perfil dos consumidores e avaliou-se a intenção de compra das diferentes marcas de mel. Todas as amostras de méis estavam aptas ao consumo. Quanto à intenção de compra os provadores provavelmente comprariam os produtos. A maioria dos consumidores tem conhecimento sobre o mel, porém não costumam ler os rótulos dos produtos. As amostras de mel tiveram boa aceitação em relação à intenção de compra.

Palavras-Chave: Qualidade. Consumidor. Florada.

INTRODUÇÃO

A vasta biodiversidade da flora brasileira possibilita a obtenção de méis de diversas floradas, durante todos os meses do ano, com cores, aromas e sabores únicos (IMPERATRIZ-FONSECA et al. 2006). É considerado um dos alimentos mais puros da natureza e apresenta riqueza de elementos em sua composição. Bastante água, glicose, frutose, sacarose e maltose, sais minerais, vitaminas, enzimas, hormônios, proteínas, ácidos, aminoácidos e fermento (BATISTA, 2004).

O objetivo deste trabalho foi avaliar a qualidade microbiológica de coliformes a 35°C e a 45°C, conhecer o perfil dos consumidores e avaliar a intenção de compra de cinco marcas de mel.

MATERIAL E MÉTODOS

As amostras de mel de cinco diferentes marcas foram obtidas em mercados dos municípios de Ceres, Goiânia e Porangatu-Goiás, sendo três marcas líderes de mercado e as outras duas populares.

Foram realizadas contagens de coliformes a 35°C e a 45°C das amostras de mel, segundo BRASIL (2001). As análises microbiológicas

seguiram os procedimentos descritos pela APHA (2001). As análises foram realizadas no Instituto Federal Goiano – Câmpus Ceres, com a participação de 100 consumidores. Foi aplicado um questionário para conhecer o perfil dos consumidores e avaliou-se a intenção de compra das diferentes marcas de mel utilizando uma escala estrutura de cinco pontos, onde 1- Eu certamente não compraria, 2- Eu provavelmente não compraria, 3- Eu tenho dúvida se compraria, 4- Eu provavelmente compraria e 5- Eu certamente compraria.

Os resultados dos testes sensoriais de intenção de compra foram submetidos à análise de variância e as diferenças das médias comparadas por teste de Tukey ao nível de 5%, utilizando-se o software R versão 2.11.1 (R..., 2010). Os resultados do perfil de consumidores foram avaliados em porcentagem.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Todas as amostras de méis apresentaram resultados negativos para coliformes, estando aptas ao consumo.

Com base nos resultados obtidos observou-se que as amostras referente aos tratamentos M1 e M3 foram significativamente iguais entre si quanto a intenção de compra e tiveram maior aceitação quando comparadas com

as amostras M2 e M5. Significa dizer que os provadores certamente comprariam e provavelmente comprariam os produtos avaliados. Entretanto, apesar das diferenças de intenção de compra observadas entre as cinco amostras, nenhuma delas obteve resultado negativo, em que os avaliadores certamente não comprariam (Tabela 1).

Tabela 1 - Valores médios de intenção de compra entre as amostras de mel

Tratamentos	Intenção de compra
M1	4,52a
M2	3,84d
M3	4,31ab
M4	4,17bc
M5	3,91cd

Médias na mesma coluna e com letras iguais não diferem ($p \leq 0,05$) significativamente entre si, pelo teste de Tukey.

As amostras de mel tiveram boa aceitação em relação à intenção de compra.

A maioria dos provadores: são do sexo feminino (59%); consome mel (79%); não sabe diferenciar o mel tradicional do orgânico (64%); compraria mel orgânico (89%); conhece (67%), consome (75%) e compraria (78%) mel do produtor local; prefere comprar (67%) e consumir (72%) mel com selo do SIF.

CONCLUSÃO

Todas as amostras de méis apresentaram resultados negativos para coliformes, estando aptas ao consumo. Constatou-se quanto à intenção de compra que independente da amostra de mel avaliada, marca líder de mercado ou popular, os provadores provavelmente comprariam os produtos. As amostras de mel tiveram boa aceitação em relação à intenção de compra. A maioria dos consumidores tem conhecimento sobre o mel, porém não costumam ler os rótulos dos produtos.

AGRADECIMENTOS

Ao Instituto Federal Goiano – Câmpus Ceres pela bolsa PIBIC/IFGoiano. Ao meu colega Vilson Matias, aos técnicos de laboratório do IFFoiano – Câmpus Ceres, a minha orientadora Aleksandra Valéria e ao co-orientador Márcio Ramatiz pelo apoio e colaboração na execução deste trabalho.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- APHA. American Public Health Association. VANDERZANT, C.; SPLITTSTOESSER, D. F. (Ed.) **Compendium of methods for the microbiological examination of foods**. 4rd ed. Washington, DC: American Public Health Association (APHA), 2001. 676p.
- BATISTA, C. **A natureza é o meio**. São Paulo: Editora Escala, 2004. p 64, 65. Almanaque Rural Apicultura nº01.
- BRASIL. Ministério da Agricultura e do Abastecimento. Instrução Normativa nº 11, de 20/10/2000, Padrão de Identidade e Qualidade do Mel. **Diário Oficial [da] Republica Federativa do Brasil**. Brasília, DF, 23 de janeiro de 2001. Seção 1, p. 18-23.
- IMPERATRIZ-FONSECA, V. L.; SARAIVA, A. M.; DeJONG, D. **Bees as pollinators in Brazil: assessing the status and suggesting best practices**. Ribeirão Preto: Holos, 2006.
- R DEVELOPMENT CORE TEAM. **R: a language and environment for statistical computing**, reference index version 2.11.1 (2010-05-31). Copyright (C) 2010. Vienna: The R Foundation for Statistical Computing, Austria, 2010. ISBN 3-900051-07-0.