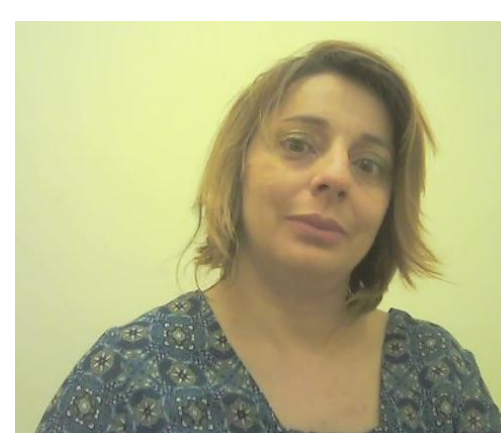


Análise do mercado sobre as potencialidades do consumo de medronho em fresco: Resultados preliminares



Fátima Oliveira¹, Justina Franco²
 Instituto Politécnico de Coimbra, Escola Superior Agrária de Coimbra/CERNAS, Bencanta 3045-601
 Coimbra, 1) foliveira@esac.pt 2) franco@esac.pt



INTRODUÇÃO

O medronheiro (*Arbutus unedo* L.) é uma espécie de origem mediterrânica, que habitualmente vegeta consociada com algumas espécies florestais, que nos últimos anos tem vindo a adquirir a importância de uma fruteira, plantada em pomares estromes com o objectivo de produção de frutos para os diversos fins. O medronho é um fruto edível e saboroso, quando completamente maduro de pequenas dimensões. É um fruto calórico, muito rico em fibra e em minerais como o Ca, Mg e K quando comparado com outros pequenos frutos.

Com o objetivo de conhecer as potencialidades do consumo do medronho em fresco têm sido desenvolvidos estudos físicos-químicos e organoléticos e realizada a sua seleção. Este trabalho foi desenvolvido no âmbito de duas tarefas do projeto apoiado pela FCT "Arbutus unedo plants and products quality improvement for the agro-forestry sector". O fruto não é alvo de comercialização fora da sua área de produção e a venda é restrita a feiras locais, integrada em sistemas de comercialização muito curtos e com reduzida capacidade económica.

É necessário conhecer a perceção do mercado do medronho em fresco.

MATERIAIS e MÉTODOS

- ❖ Com base nos conhecimentos de investigação de mercados optou-se pelo inquérito simples e curto, após prova de um medronho (Fig. 1).
- ❖ Foi entregue um folheto informativo (Fig. 2) e observadas as reações.
- ❖ Os medronhos provados foram colhidos e selecionados numa área natural sem qualquer tratamento ou fertilização – informação fornecida aos inquiridos
- ❖ Foram realizados 104 inquéritos (63%) no Hipermercado Jumbo -Doce Vita de Coimbra (21/10/2013) e 60 inquéritos (37%) no Supermercado Intermaché em Condeixa (12/12/2013).
- ❖ Os dados foram analisados através SPSS 21. Para medir a intensidade de associação entre variáveis utilizou-se o coeficiente de correlação de Pearson (r), (distribuição normal) e o coeficiente de Spearman (ro) (distribuição não normal).
- ❖ O Quadro 1 resume os resultados dos inquéritos.



INSTITUTO POLITÉCNICO DE COIMBRA
ESCOLA SUPERIOR AGRÁRIA
 Estudo de Mercado sobre a aceitação do Medronho para Consumo em Fresco

Idade: _____
 Sexo: M F

1. Já conhece o Medronho?
 Sim Não

2. Qual foi o seu grau de satisfação ao experimentar o Medronho fresco?
 Muito Satisfeito
 Satisfeito
 Insatisfeito
 Muito Insatisfeito

3. O que mais apreciou no fruto? Por ordem de preferência indique três (3) mais importantes!
 Textura
 Cor
 Aroma
 Sabor

4. O que gostaria de alterar no fruto se possível?
 Mais doce
 Mais ácido
 Mais de 26
 Outra

5. Estaria disposto a comprar o fruto?
 Sim Não

6. Quanto estaria disposto a pagar por este produto (Embalagem com 125g)?
 Menos de 1€ (80€/Kg)
 Entre 1€ e 1,50€ (120€/Kg)
 Entre 1,50€ e 2€ (160€/Kg)
 Mais de 2€
 Outra

Fig. 1. Aspeto geral da prova e inquérito utilizado



Fig 2. Folheto informativo do fruto

CONCLUSÕES

Os resultados obtidos são provisórios, salientamos:

- Os inquiridos mostraram-se satisfeitos com o fruto e foram sensíveis à cor que associaram ao poder antioxidante;
- Mostraram-se sensibilizados por ser um produto local;
- A disposição a pagar é inferior ao praticado nos outros pequenos frutos que se comercializam e existe uma associação entre o seu consumo, a indisposição e a sensação de embriaguez. Os conhecimentos científicos não permitem estabelecer uma relação entre a composição e o estado referido pelo que poderá ser uma crença e não um fato;
- Os resultados preliminares não permitem dizer que com as atuais produtividades e a disponibilidade a pagar permita que seja uma cultura rentável para produção de fruto para consumo em fresco;
- Estudos mais aprofundados deverão ser realizados nas zonas urbanas como Lisboa e Porto, onde o número de consumidores é maior justificando o custo logístico – fator importante para a comercialização em circuitos longos;
- Passo importante de outros necessários a fazer para a diversificação e desenvolvimento do medronheiro.

RESULTADOS

Da análise dos resultados das provas verificou-se (Quadro1):

- 1) 80% dos inquiridos já tinham observado ou provado o fruto e existe uma relação estatisticamente significativa entre o conhecimento do medronho e a idade;
- 2) 30% dos inquiridos mostraram-se muito satisfeitos e 56% satisfeitos;
- 3) Dos inquiridos que não conheciam o fruto 27% mostraram-se muito satisfeitos e 73% satisfeitos;
- 4) As mulheres mostraram um grau de satisfação maior;
- 5) Dos atributos do fruto o sabor foi o preferido seguido da cor e por último a textura;
- 6) As mulheres foram também mais sensíveis à cor
- 7) 40% dos inquiridos preferiam que o medronho tivesse um sabor mais intenso;
- 8) 80% estavam dispostos a comprá-lo se estivesse à venda;
- 9) Existe uma relação positiva entre o grau de satisfação e a disposição de compra;
- 10) Dos que se mostraram disponíveis a comprá-lo 61% estavam dispostos a pagar entre 1 e 1,5€ e 26% um valor inferior por uma embalagem de 125g;
- 11) Há uma associação negativa entre a disponibilidade a pagar e a idade.

Idade	Nº de Inquiridos	C%	Valor atribuído		Número de respostas		C%	
			Masc.	Fem.	Masc.	Fem.		
<= 18	6	4	4	2	1	17	17	17
> 18 e <= 23	20	12	16	4	13	65	33	33
> 23 e <= 40	23	13	20	3	13	57	77	77
> 40 e <= 60	30	16	26	4	16	53	48	48
> 60	65	34	40	25	37	57	56	56
Total	144	100	100	58	100	59	61	61

Grau de Satisfação	Inquiridos	C%	Número de respostas		C%		
			Muito Satisfeito	Satisfeito	Muito Satisfeito	Satisfeito	
Muito Satisfeito	64	38	55	9	19	45	45
Satisfeito	91	56	87	4	81	81	81
Muito Insatisfeito	5	3	3	2	3	3	3
Total	164	100	145	19	100	100	100

Grau de Satisfação	Inquiridos	C%	Número de respostas		C%		
			Muito Satisfeito	Satisfeito	Muito Satisfeito	Satisfeito	
Muito Satisfeito	1	4	2	1	20	50	47
Satisfeito	3	13	13	0	100	100	100
Muito Insatisfeito	0	0	1	1	0	0	0
Total	4	27	16	1	100	100	100

Atributo	Nº	C%	% Acum.	Cor		Aroma		Sabor		Outro	
				Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Muito Satisfeito	30	20,1	20,1	53	35,3	41,4	6	3,7	10,7	65	39,9
Satisfeito	47	30,5	50,6	39	25,8	77,1	24	14,2	30,9	95,9	59,8
Insatisfeito	123	79,4	100	129	84,9	100	56	34,1	100	147	89,9
Muito Insatisfeito	41	26	100	38	25	100	149	90,9	1,7	14,4	88,4
Total	144	100	144	100	144	100	164	100	164	100	

Sexo	Muito Satisfeito	Satisfeito	Insatisfeito	Muito Insatisfeito	Total		Outros		Total	
					Nº	C%	Nº	C%	Nº	C%
Masculino	13	18	10	47	25	47	43	28	1	4
Feminino	40	30	21	61	76	53	57	49	1	11
Total	53	36	31	108	100	100	41	1	15	15

Preço em Euros por 125g	Nº	C%	Porcentagem das respostas dadas		Valor declarado (€)
			Muito Satisfeito	Satisfeito	
<= 1	38	33,2	55,2	42,8	38,2
> 1 e <= 1,5	68	58,7	60,7	51	68,9
> 1,5 e <= 2	10	8,5	11	9,9	10,9
> 2	2	1,6	2,1	1,8	2,1
Total	118	100	100	100	100
Não responderam	19	11,6%			
Total	144	100%			

Preço em Euros por 125g	Idade	Número de respostas		Total
		Muito Satisfeito	Satisfeito	
<= 1	<= 18	0	0	0
<= 1	> 18 e <= 23	1	1	2
<= 1	> 23 e <= 40	0	0	0
<= 1	> 40 e <= 60	0	0	0
<= 1	> 60	0	0	0
<= 1	Total	0	0	0
> 1 e <= 1,5	<= 18	0	0	0
> 1 e <= 1,5	> 18 e <= 23	1	1	2
> 1 e <= 1,5	> 23 e <= 40	0	0	0
> 1 e <= 1,5	> 40 e <= 60	0	0	0
> 1 e <= 1,5	> 60	0	0	0
> 1 e <= 1,5	Total	1	1	2
> 1,5 e <= 2	<= 18	0	0	0
> 1,5 e <= 2	> 18 e <= 23	0	0	0
> 1,5 e <= 2	> 23 e <= 40	0	0	0
> 1,5 e <= 2	> 40 e <= 60	0	0	0
> 1,5 e <= 2	> 60	0	0	0
> 1,5 e <= 2	Total	0	0	0

Quadro 1. Resultados dos inquéritos

