



## DESENVOLVIMENTO, ACEITABILIDADE E INTENÇÃO DE COMPRA DE DOCE DE GERGELIM ORGÂNICO E MEL

Paulo de Tarso Firmino<sup>1</sup>; Vicente de Paula Queiroga<sup>1</sup>; José Rodrigues Pereira<sup>1</sup>; Ayice Chaves Silva<sup>2</sup>  
Avani de Araujo Pereira<sup>3</sup>

1. Pesquisadores da Embrapa Algodão, Mestre, Doutor, Mestre, [firmino@cnpa.embrapa.br](mailto:firmino@cnpa.embrapa.br) 2. Assistente de Pesquisa da Embrapa Algodão. 3. Presidente Cooperativa de Suplementos Naturais de Campina Grande - COOPERNUT

**RESUMO** - A crescente exigência do consumidor tem buscado novos produtos alimentícios e com isto houve a criação de novos nichos de mercado com destaque para o dos alimentos funcionais. A diversidade de produtos a base de gergelim vem viabilizar uma forma de agregar valor sócio-econômico à produção e sua agroindustrialização desta oleaginosa por parte dos agricultores familiares. O doce pastoso é um produto bastante aceito entre os consumidores. O objetivo do trabalho foi desenvolver um produto doce pastoso a base de gergelim com mel e verificar a sua aceitação. A matéria-prima trabalhada foi proveniente do polo de gergelim orgânico de Simplício Mendes – PI. O doce foi elaborado de forma artesanal com formulação básica: gergelim torrado, mel de abelha, castanha, rapadura, farinha de mandioca e cravo moído. O objetivo deste trabalho foi elaborar um produto que além de contribuir para a nutrição e saúde de seu consumidor, obtivesse uma aceitação sensorial positiva. O trabalho foi desenvolvido nas dependências da COOPERNUT em Campina Grande. Foi realizada análise sensorial com 35 provadores não treinados usando a escala hedônica de nove pontos e que foi dividido em dois itens; o primeiro referiu-se à aceitação do produto e foi avaliada em “aparência”, “sabor”, “textura” e “impressão global do produto”. O segundo item foi relacionado à intenção de compra do produto que foi avaliada com base em três perguntas: a) “você compraria esse produto se fosse comercializado no mercado?”; b) “você provavelmente compraria esse produto se fosse comercializado no mercado?”; c) “você talvez compraria esse produto se fosse comercializado no mercado?”. Para cada uma das posições nos itens do teste de aceitação, o avaliador podia atribuir nota de um a nove (1 para desgostei extremamente; 2 desgostei muito; 3 desgostei moderadamente; 4 desgostei ligeiramente; 5 indiferente; 6 gostei ligeiramente; 7 gostei moderadamente; 8 gostei muito e 9 gostei extremamente). Conforme avaliação, a textura obteve o menor escore de aceitação, 7,37% dos provadores atribuíram nota entre 1 a 5, ou seja, 92,63 % atribuíram nota de 6 a 9. No item impressão global do produto, o escore foi de 8,83%, para nota entre 1 a 5 ou seja, 91,17% atribuíram nota de 6 a 9. No atributo aparência, obteve-se o escore 8,75% para nota entre 1 a 5, correspondendo a 91,25% dos avaliadores com notas superiores a 6. Sabor, foi o item com maior escore, 8,85% para nota entre 1 a 5, em que 91,15% atribuiu notas entre 6 e 9. Quanto ao critério de intenção de compra, 87% dos provadores do doce de gergelim com mel responderam que certamente comprariam o produto se fosse comercializado no mercado; 11% que provavelmente comprariam e 2% disseram que talvez comprassem o doce se este viesse a ser comercializado. Concluiu-se que as análises de aceitabilidade e intenção de compra obtiveram uma resposta positiva para o consumidor.

**Palavras - Chaves:** análise sensorial, co-produto, consumidor

**Apoio:** Embrapa Algodão