

Hábitos alimentares saudáveis: o consumo do mel no distrito de Bragança

Ribeiro, M. *, Matos, A. **, Fernandes, A. * e Cabo, P. *

xilote@ipb.pt; alda@ipb.pt; toze@ipb.pt e paulacabo@ipb.pt

* Centro de Investigação de Montanha - Instituto Politécnico de Bragança

** Escola Superior Agrária - Instituto Politécnico de Bragança

Introdução

Hoje, mais do que nunca, existe uma grande preocupação com os temas relacionados com a nutrição. Existem determinados alimentos que, de forma gradual, foram fazendo parte da dieta alimentar por diversos motivos, nomeadamente, culturais e tradicionais. Entre estes alimentos encontra-se o mel, produto natural da colmeia, que desde há muitos anos, o homem se lembrou de utilizar não só como adoçante mas também devido às suas propriedades medicinais conhecidas, primeiro de uma forma empírica e mais tarde comprovadas por estudos científicos. Utilizado, sobretudo, como adoçante, este produto sempre foi reconhecido pelas suas propriedades terapêuticas, devido às suas características digestivas, analgésicas, anti-inflamatórias, anti-microbianas e anti-sépticas. (Wiese, 1982; García, 1986; Bender, 1996 e Aroucha *et al.*, 2008).

Objectivos

Traçar o perfil do consumidor do mel de abelha do distrito de Bragança.

Descrever os hábitos de consumo no distrito de Bragança.

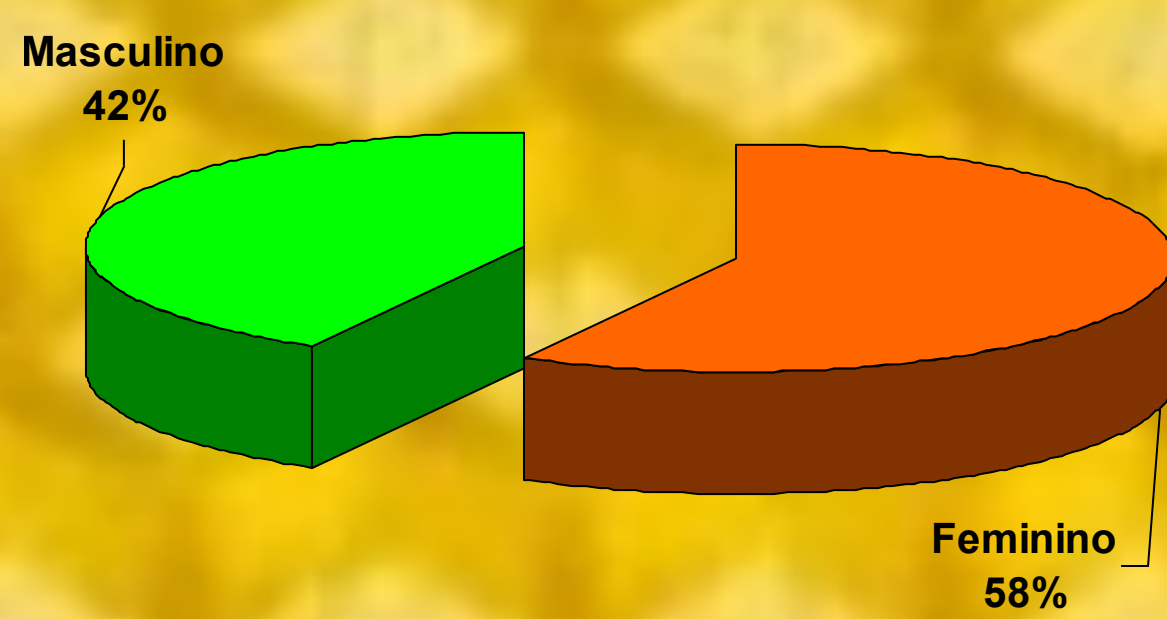
Métodos

Para atingir os objectivos referidos, foi levado a cabo um estudo descritivo e transversal que teve como base a construção de um questionário, posteriormente, aplicado a uma amostra aleatória constituída por 172 indivíduos do Distrito de Bragança durante os meses de Dezembro e Janeiro de 2008 e 2009, respectivamente. Através da análise descritiva dos dados, para um nível de confiança de 95% e um erro amostral estimado de 3,81%, faz-se a caracterização da amostra e descrevem-se os hábitos de consumo do mel.

Resultados e discussão

A demografia, os estilos de vida e a personalidade são aspectos fundamentais para definir o perfil do consumidor. Estes parâmetros estão, directamente, associados aos comportamentos de consumo individuais, por inferirem valores de *status* sociais (Bree *et al.*, 2006). Segundo Rivera (2005), a variável demográfica que tem maior influência no consumo do mel é o género.

Figura 1—Género dos inquiridos



Os resultados relativos ao estudo desta variável mostram que a maioria dos inquiridos (58,1%) são do sexo feminino. A mulher continua a ser a grande responsável pela aquisição de bens alimentares para o lar. De facto, é a mulher que, enquanto dona de casa, detecta a necessidade, procura informação, avalia e escolhe a marca, decide onde e quando comprar o produto.(ver figura 1)

Na opinião de Pérez *et al.* (2001), com o aumento da idade da dona de casa, aumenta também a frequência de compra de mel. Neste estudo a média de idade dos respondentes é de 39,9 anos, sendo o desvio padrão de 12,2. A idade dos inquiridos está compreendida entre os 17 e os 74 anos, verificando-se que cerca de 1/3 dos inquiridos tem entre 37 e 46 anos, como pode ver-se na figura 2.

Figura 2—Inquiridos por classe etária

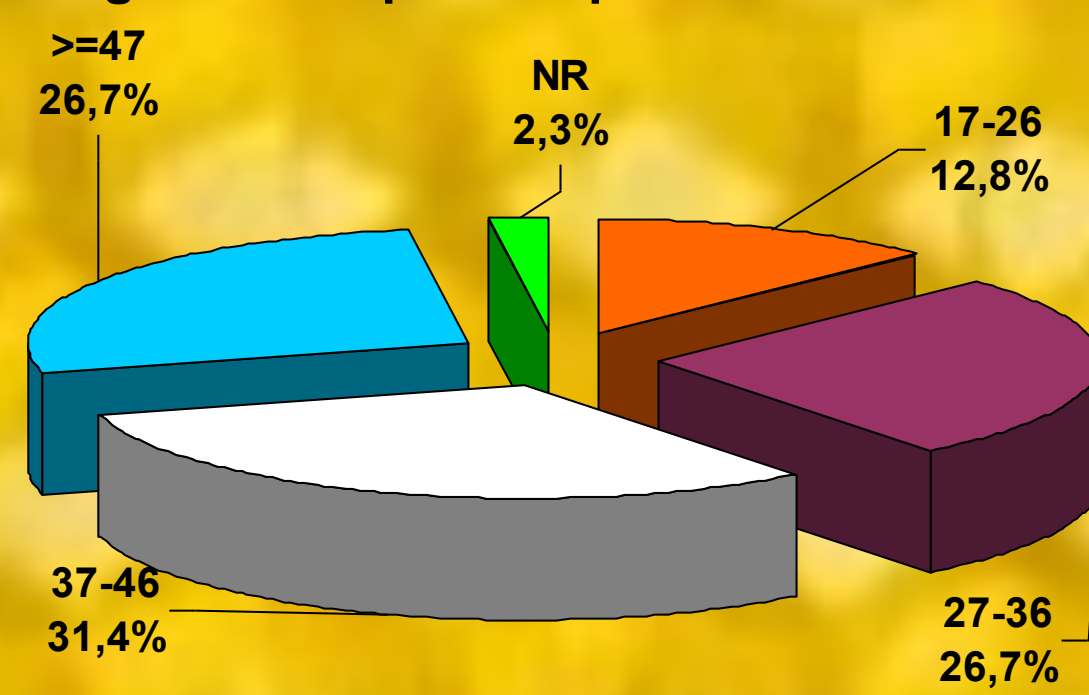
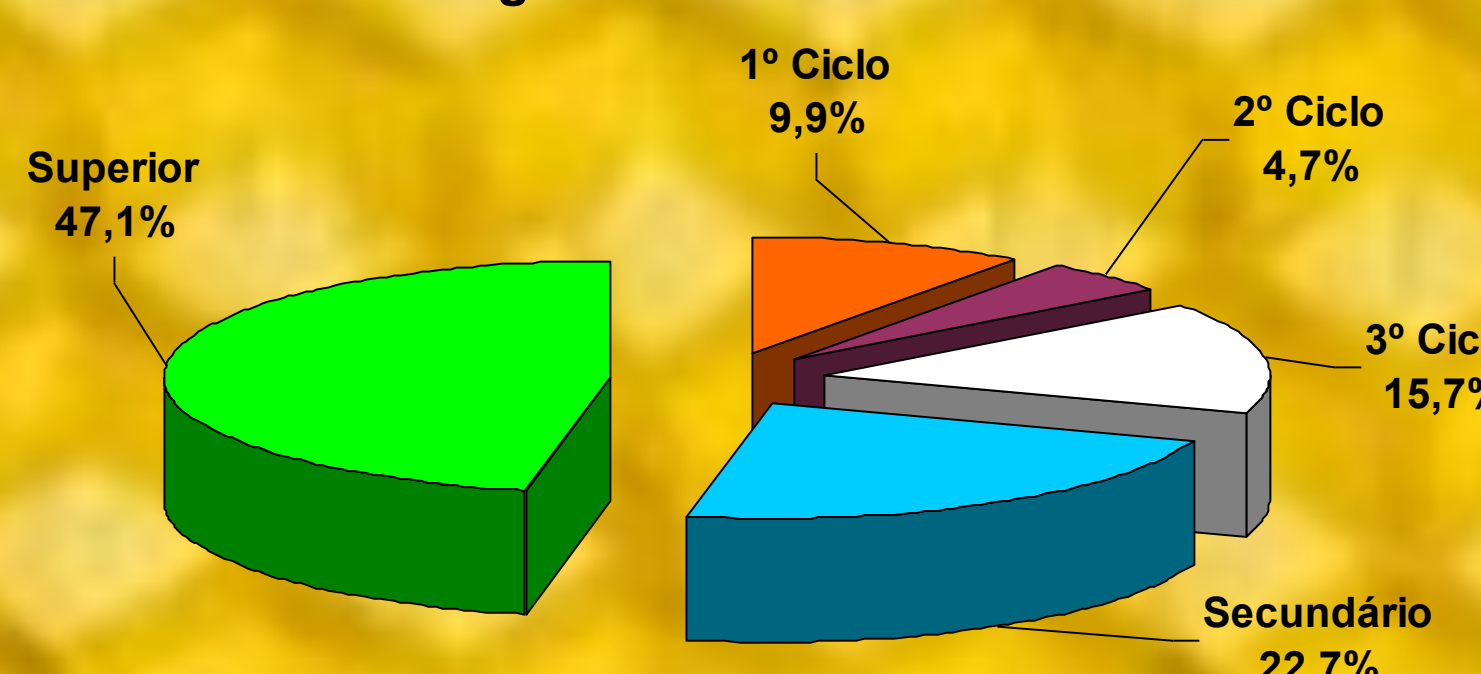
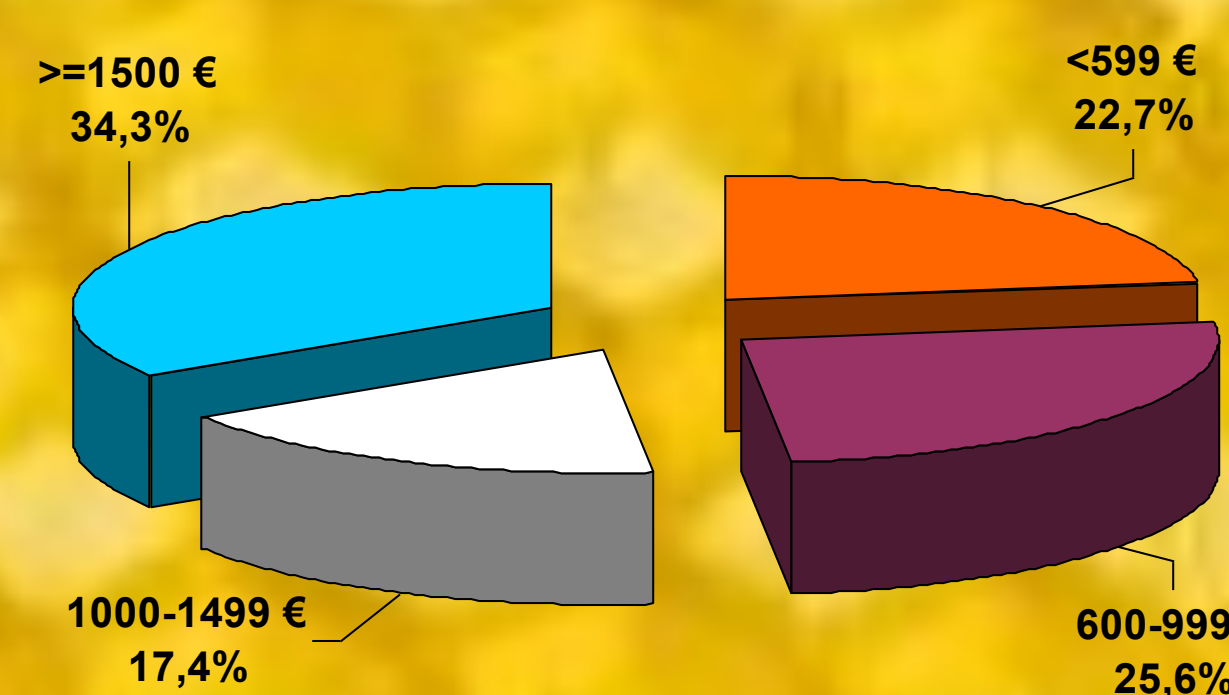


Figura 3—Escolaridade



A maioria dos inquiridos possui até 12 anos de escolaridade. No entanto, é de salientar que uma percentagem significativa (47%) tem habilitações literárias de nível superior, como pode ver-se na figura 3.

Figura 4—Rendimento do agregado familiar

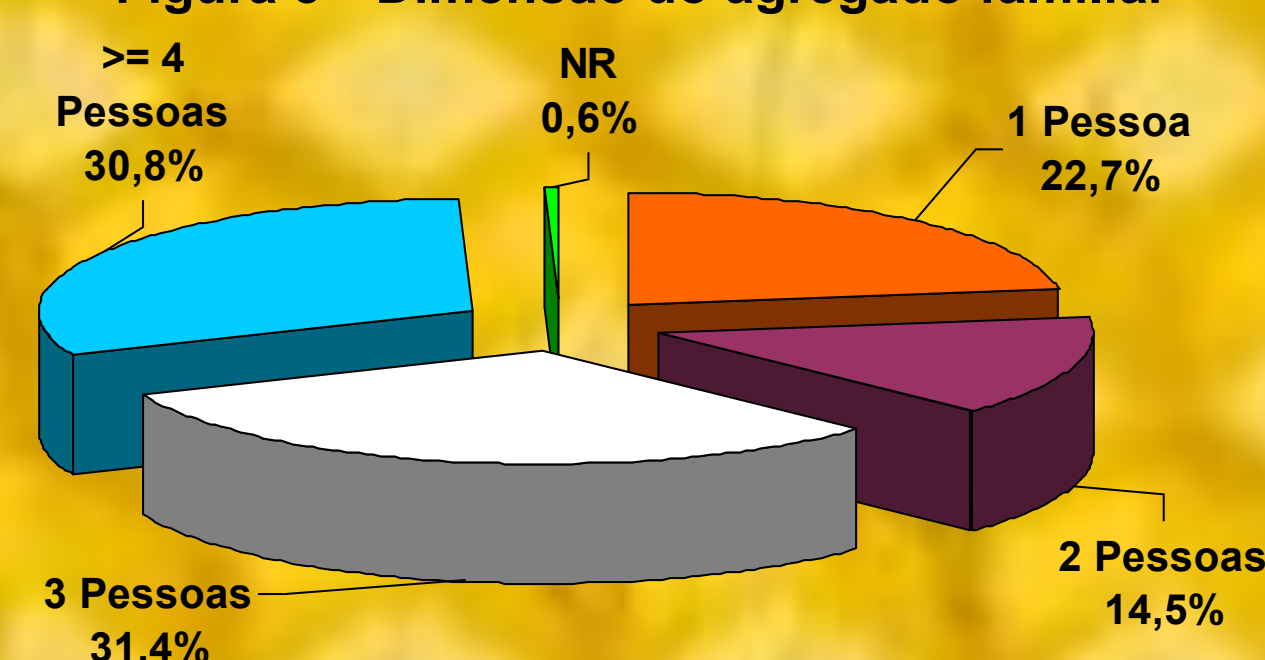


Como se pode observar na figura 4, mais de metade dos inquiridos tem um rendimento mensal até 1 499 euros.

Comparando a frequência de consumo de mel com os rendimentos dos inquiridos verifica-se que o consumo é maior nos agregados cujos rendimentos se encontram acima do montante de 1500 euros

Os inquiridos têm profissões diversificadas mas intimamente ligadas ao meio urbano onde residem.

Figura 5—Dimensão do agregado familiar



As famílias do distrito de Bragança que participaram na amostra são constituídas, maioritariamente, por núcleos familiares com três ou menos elementos que representam 68,6%.(ver figura 5)

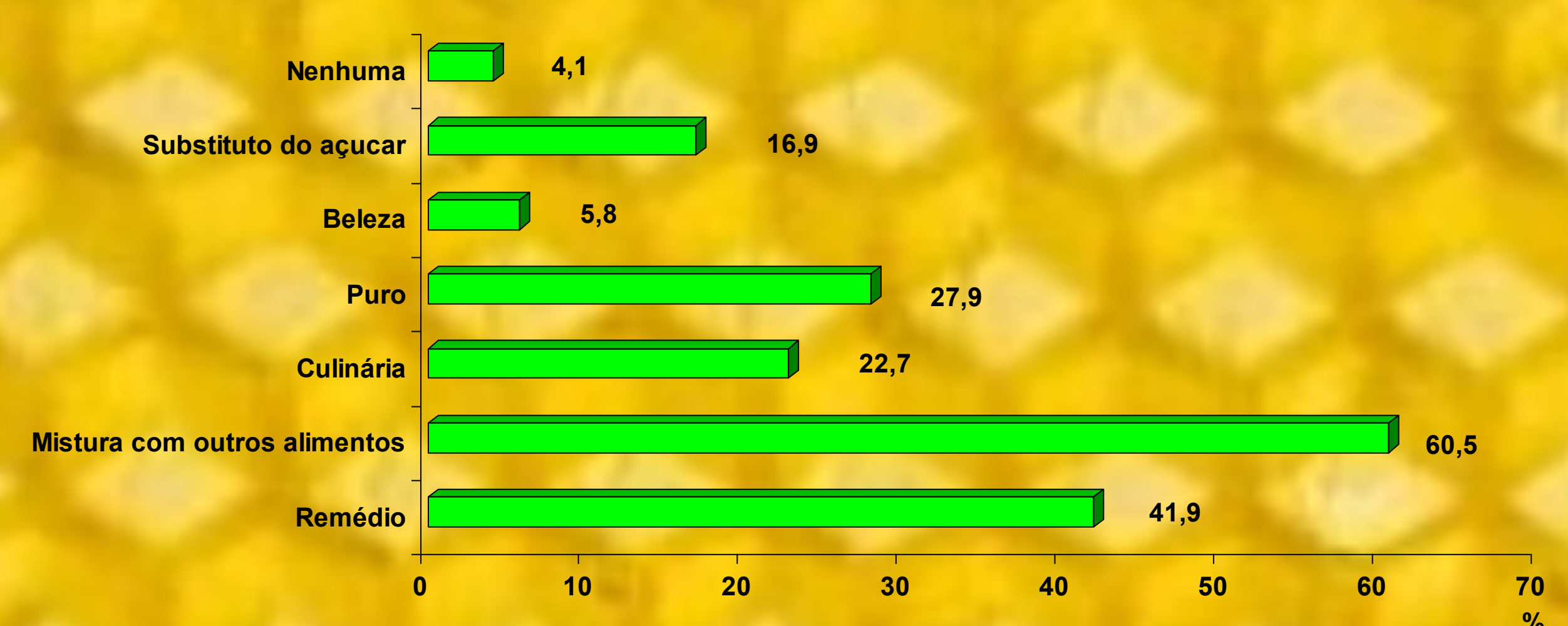
São os agregados familiares com maior dimensão os que mais, frequentemente, consomem mel

Hábitos de consumo

O mel é um produto natural produzido pelas abelhas *Apis mellifera*, a partir do néctar de plantas e foi, desde sempre, uma excelente opção nutricional para muitas gerações devido aos arrimos para a saúde, uma das fontes tradicionais para o tratamento da gripe e constipação (Pontes *et al.*, 2007). O saber de antemão destes benefícios salutares do mel concentra o consumo nas épocas de maior risco de doença. O mel é ainda usado, nalguns países, para o tratamento de feridas (Villalobos *et al.*, 2006).

Os resultados mostram que apenas 5,2% dos inquiridos nunca consome mel. Tal facto pode ser justificado por não gostarem do paladar, pela falta de hábitos alimentares (Júnior *et al.*, 2006) e pela falta de informação. Na opinião de Perosa *et al.* (2004), a falta de informação acerca das propriedades nutritivas do mel faz com que este seja consumido, quase que exclusivamente, como remédio.

Figura 6—Formas de utilização do mel



As propriedades medicinais do mel são conhecidas, de forma empírica, desde há muito tempo, designadamente, as suas propriedades anti-sépticas, dietéticas, edulcorantes, tonificantes, calmantes, laxantes e diuréticas (Liviú *et al.*, 2009), para além de ser utilizado, tradicionalmente, em alguns países como adoçante., o que constitui, na opinião de Serra (2008) e Villalobos *et al.* (2006), uma saudável alternativa ao açúcar. Precisamente, é a preocupação com uma alimentação saudável e natural que leva estes consumidores a adquirirem o mel junto do produtor (51,7%).

Conclusões

Os resultados são consistentes com os estudos de Villanueva *et al.* (2002) e Júnior *et al.* (2006). Efectivamente, o mel é utilizado como substituto dos medicamentos, essencialmente para prevenir/tratar constipações, razão pela qual o consumo aumenta sobretudo nas épocas frias, designadamente, no Outono e no Inverno .

