

AValiação DO PERFIL DOS CONSUMIDORES E PRODUTORES DE PIMENTA DA REGIÃO SUL DO RIO GRANDE DO SUL

**JULIELE I. DAMBROS¹; ROSANE L. CRIZEL²; TANIZE dos S. ACUNHA¹;
VERA TUCHTENHAGEN²; FÁBIO C. CHAVES³; JOSIANE F. CHIM³**

¹ Alunas do Programa de Pós-Graduação em Ciência e Tecnologia de Alimentos DCTA/FAEM/UFPel julidambros@gmail.com. ² Graduandas do curso de Química Industrial de Alimentos -UFPel. ³ Professores do Programa de Pós-Graduação em Ciência e Tecnologia de Alimentos DCTA/FAEM/UFPel. josianechim@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A pimenta (*Capsicum* spp.) está entre as culturas mais importantes no mundo, tem alto valor agregado, pois gera uma grande variedade de produtos e subprodutos (WAGNER, 2003; RIBEIRO et al., 2008; TRAJANO, 2009). O cultivo de pimentas é realizado principalmente por pequenos produtores. As pimentas e pimentões destacam-se como importantes produtos do agronegócio brasileiro (RIBEIRO et al., 2008). No Rio Grande do Sul, Turuçu é o município que se destaca na produção de pimentas, sendo reconhecido nacionalmente como a “Capital Nacional da Pimenta”. Porém o cultivo de pimentas vem diminuindo gradativamente, devido às dificuldades de manejo, processamento e comercialização (MADAIL, et al., 2005).

O atributo mais marcante na pimenta é a pungência, característica sensorial de ardor ou queimação percebida no ato do seu consumo. É causada pela presença de capsaicinóides, compostos alcalóides naturalmente presentes em pimentas (REYES-ESCOGIDO et al., 2011). Os capsaicinóides, contidos na placenta dos frutos, são também os principais compostos bioativos na pimenta, com amplo potencial benéfico à saúde. Além destes, as pimentas do gênero *Capsicum* também são uma excelente fonte de compostos fenólicos, β -caroteno, e vitaminas A e C (MARÍN, et al., 2004; SERRANO, et al., 2010).

A caracterização dos pontos fortes e das dificuldades encontradas pelos produtores/processadores, além dos anseios do mercado consumidor, é uma ferramenta útil na elaboração de estratégias que venham fortalecer a cadeia produtiva da cultura da pimenta na região. Neste contexto, o presente trabalho teve como objetivo avaliar o perfil dos consumidores e dos produtores/processadores de produtos à base de pimenta da região de Turuçu.

2. MATERIAL E MÉTODOS

A análise do perfil dos consumidores ocorreu através de entrevista pessoal seguindo um questionário com perguntas fechadas e perguntas abertas. Foram entrevistadas somente pessoas com hábito de consumir pimenta ou produtos derivados (selecionadas através de pergunta preliminar). Para os produtores/processadores de pimenta também foi realizada entrevista, através de questionário, mas somente com questões abertas. Foram entrevistados apenas produtores/processadores que estavam expondo seus produtos na FEPIMENTA. Todas as entrevistas foram realizadas durante a FEPIMENTA, feira de produtos de pimenta que ocorre anualmente na cidade de Turuçu-RS, com o objetivo de apoiar a cadeia produtiva da cultura, e que ocorreu durante os dias 31 de maio e 1 de junho de 2012 no município de Turuçu.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Perfil do Consumidor

No total foram entrevistados 116 consumidores de pimenta, 41% deles com idade variando entre 46 e 65 anos, 22% entre 26 e 35 anos, 16% entre 36 e 45 anos, 15% com idade menor que 25 anos, e os 6% restante com mais de 65 anos. A maioria deles, 47%, consumiam produtos de pimenta diariamente, 29% semanalmente, 8% mensalmente e 16% raramente, ou seja, menos de uma vez por mês. A característica sensorial mencionada como a que mais atrai os consumidores foi principalmente o sabor, conforme apresentado na Figura 1A. O produto de pimenta mais consumido é o molho, correspondendo a 52% das respostas, o restante está dividido entre pimenta desidratada/seca (18%), em conserva (18%), geleia (8%) e *in natura* (4%). Quando perguntados sobre a intensidade de pungência de sua preferência, 62% preferiram a intensidade média, 27% alta e 11% baixa.

Os consumidores de pimenta também foram questionados sobre seu conhecimento do benefício do consumo de pimenta à saúde, dos quais 71% disseram saber e 29% desconhecem. Na sequência, foi solicitado que indicassem qual a função benéfica da pimenta ao organismo. Para tal, 35% responderam que não sabiam, 31% associaram o consumo de pimenta à melhora de problemas de coração, 21% sugeriram efeitos sobre a pressão sanguínea, 9% sobre o colesterol e 4% citaram o uso de pimenta como analgésico. Há estudos que confirmam os benefícios à saúde citados e também indicam que as pimentas possuem função anticarcinogênica e anti-inflamatória (LOU; PENG; LI; 2011).

A maioria dos consumidores (61%) indicou que faz a aquisição de seus produtos em supermercados, 21% na Casa da pimenta (local especializado para a venda de produtos de pimenta, localizado no município de Turuçu), 12% na feira e 6% plantam o que consomem.

Quando perguntados sobre o que o levaria a aumentar o consumo de pimenta e produtos derivados, 46% dos entrevistados indicaram o conhecimento de possíveis benefícios da pimenta à saúde, 22% maior acessibilidade, 15% novos produtos, 9% melhor qualidade dos produtos, sendo que apenas 5% responderam que o preço seria um influente negativo na hora da compra e 3% não souberam. Para os consumidores as principais informações presentes no rótulo e que os influenciariam na compra dos produtos seria, a data de validade, a informação nutricional e a pungência dos produtos, como mostrado na Figura 1 B.

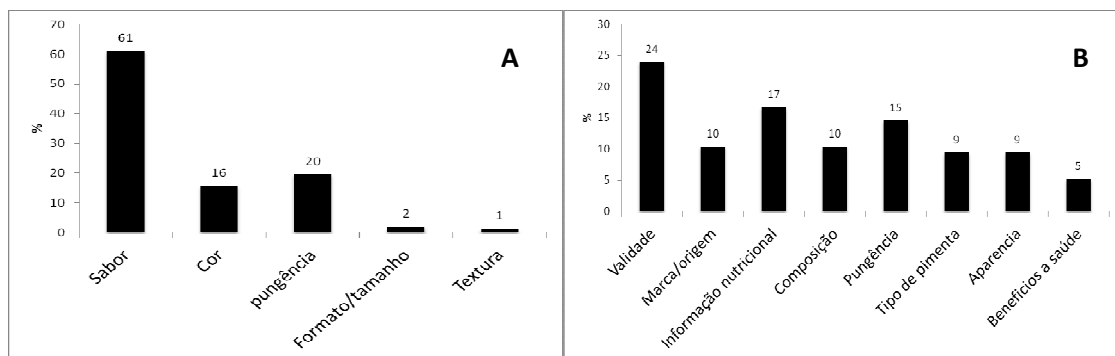


Figura 1- Características sensoriais que mais atraem o consumidor (A); informação no rótulo com influência na compra (B).

Perfil do produtor/processador

Nos dois dias de feira foram entrevistados seis produtores de pimenta que também realizam a etapa de processamento e quatro processadores que adquirem a pimenta de fornecedores locais, todos do município de Turuçu (totalizando dez entrevistados). Metade deles (cinco) está há mais de cinco anos envolvida com a produção e/ou processamento de pimenta. Dos 10 entrevistados, sete possuem agroindústria, cinco delas regularizadas e duas em processo de regularização. As sete agroindústrias possuem manual de boas práticas de fabricação nas agroindústrias, e seguem suas orientações na elaboração de seus produtos. Todos receberam treinamento ministrados pela Emater, Embrapa, Setac e/ou Universidade Federal de Pelotas. Os entrevistados também foram questionados sobre as possíveis dificuldades de produção da matéria-prima, processamento e comercialização. Em relação às dificuldades na produção da pimenta, 5 dos 6 produtores apontaram a antracnose (principal doença que afeta a cultura) como a maior dificuldade, devido a sua alta incidência, elevadas perdas e gastos com insumos. No que se refere ao processamento, a ardência provocada durante a manipulação foi a principal dificuldade. Quanto às dificuldades na comercialização, foram citados problemas como alta concorrência, falta de espaço na Casa da pimenta, pouca aceitação dos produtos e baixa procura.

Conforme apresentado na Figura 2A os tipos de pimenta usualmente denominados dedo de moça e calabresa são os mais utilizados para comercialização *in natura* e na elaboração de produtos, sendo que a escolha dessas variedades baseia-se na sua popularidade e pungência característica.

Foram relatados 18 diferentes maneiras de comercialização de pimenta e produtos derivados: vinagre, molhos, azeites, conservas, geleias, licores, chocolates, pastas, queijos, biscoitos, salgados, cucas, bolachas, pimenta desidratada, pimenta *in natura* para consumo, pimenta ornamental, sementes e mudas. Os produtos mais procurados, segundo os entrevistados, são os salgados, biscoitos, geleias e pimenta desidratada. A fim de se obter mais informações, foi realizado um levantamento dos produtos de pimenta mais vendidos junto à Casa da pimenta. Como pode ser observado na Figura 2B, os produtos mais vendidos são geleia, molho e vinagre com pimenta, porém esse valor está expresso no total de vendas da casa (somados todos os produtores/processadores). A maioria dos entrevistados apresentou interesse na ampliação do seu negócio, no entanto apenas dois mostraram interesse na elaboração de novos produtos.

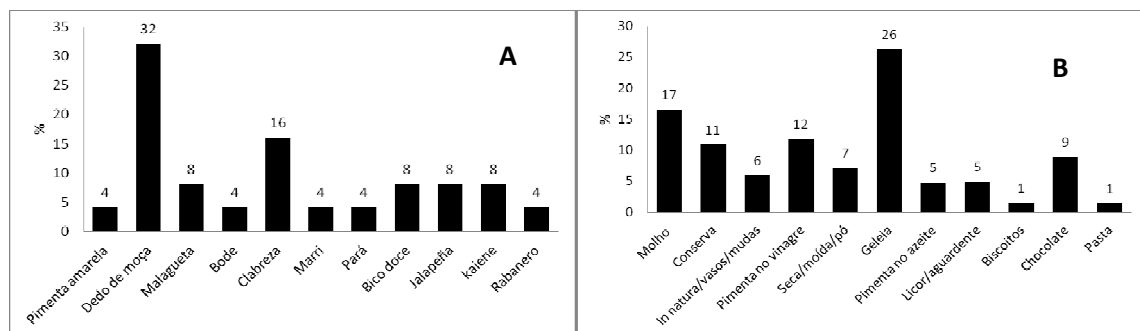


Figura 2- Principais cultivares de pimentas utilizadas pelos produtores/processadores de pimenta (A) e principais produtos comercializados com adição ou a base de pimenta (B).

4. CONCLUSÕES

A maioria dos consumidores compra pimenta e produtos derivados em supermercados cuidando o prazo de validade, consome pimenta diariamente, valoriza principalmente o sabor, sabe que o consumo traz benefícios à saúde, mas, os desconhecem. Além disso, a maioria compraria mais produtos se as informações contidas nos mesmos indicassem os benefícios à saúde. As agroindústrias locais são de produtores familiares que apontam a antracnose como a principal dificuldade no cultivo, ainda assim com interesse em ampliação do negócio. Percebeu-se a necessidade de orientar as agroindústrias quanto ao perfil dos consumidores e também se identificou a oportunidade de desenvolvimento de pesquisas que possam definir a aptidão de cultivares à produtos específicos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LUO, X.-J.; PENG J.; LI, Y.-J Recent advances in the study on capsaicinoids and capsinoids. **European Journal of Pharmacology**, v. 650, p.1-7. 2011.

MADAIL.; J. C. M.; SCHNEID, L. F.; SIMA, L. F.; WEDT, N. A. Economia da produção de pimenta vermelha no município de Turuçú-RS. Embrapa Clima Temperado. **Boletim de Pesquisa e Desenvolvimento** n. 19, Pelotas: Embrapa Clima Temperado, 27p. 2005.

MARÍN, A.; FERRERES, F.; TOMÁS-BARBERÁN, F. A.; GIL, M. I. Characterization and quantification of antioxidant constituents of sweet pepper (*Capsicum annum* L.). **Journal of Agricultural and Food Chemistry**. V. 52, p. 3861-3869. 2004.

REYES-ESCOGIDO, M. L.; GONZALES-MONDRAGON, E. G.; VASQUEZ-TZOMPANTZI, E. Chemical and pharmacological aspects of capsaicin. **Molecules**. v.16, p.1253-1270. 2011.

RIBEIRO, C.S.C.; LOPES, C.A.; CARVALHO, S.I.C.; HENZ, G.P.; REIFSCHNEIDER, F.J.B. **Pimentas Capsicum**. Brasília: Embrapa Hortaliças. 2008.

SERRANO, M.; ZAPATA, P.J.; CASTILLO, S.; GUILLÉN, F.; MARTÍNEZ-ROMERO, D.; VALERO, D. Antioxidant and nutritive constituents during sweet pepper development and ripening are enhanced by nitrophenolate treatments. **Food Chemistry**. v. 118, p.479-503. 2010.

TRAJANO, H. M. R.; **Produção de pimenta (*Capsicum* spp.) e aspectos socioeconômicos das hortas comunitárias de Teresina, Piauí**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) Universidade Federal do Piauí. Teresina-PI, agosto de 2009.

WAGNER, C. M. **Variabilidade e base genética de pungência e caracteres do fruto: implicações no melhoramento de uma população de *Capsicum annum* L.** Tese. Universidade de São Paulo, Piracicaba. 2003.

Agradecimentos: À Pró-reitora de Extensão e Cultura da UFPel e à CAPES.