



PERCEPÇÃO DOS PRODUTORES QUANTO A QUALIDADE DO PÊSSEGO *IN NATURA*

CONTREIRA, Cristiele Lange¹; MANICA-BERTO, Roberta¹; SILVA, Silon Junior Procath da²; PEGORARO, Camila²; RUFATO, Andrea De Rossi¹; ROMBALDI, Cesar Valmor²

¹Depto de Fitotecnia; ²Depto de Ciência e Tecnologia Agroindustrial – FAEM/UFPeI
Campus Universitário – Caixa Postal 354 – CEP 96010-900. crisc86@hotmail.com

1. INTRODUÇÃO

No setor agroalimentar brasileiro, em especial no decorrer dos últimos 20 anos, a produção e distribuição evoluíram de maneira significativa. O avanço tecnológico nos campos biológico e químico e, particularmente da informática, eletrônica e das comunicações, possibilitou o desenvolvimento de novas técnicas de produção, gestão, logística e de controle de qualidade, de modo a satisfazer necessidades cada vez maiores dos consumidores em termos de qualidade nutricional, funcional, saúde, segurança, conveniência e de novos produtos (Neves *et al.*, 2000).

Para suprir a demanda crescente do mercado consumidor em termos de segurança, sustentabilidade e produtos ecologicamente corretos, entre outros atributos, a cadeia alimentar vem providenciando respostas da parcela produtiva (Naas, 2004).

De acordo com Howells (2000), é nítida a tendência entre os consumidores, principalmente dos países desenvolvidos, de exigir produtos com maior valor agregado e que prezem pela qualidade. É crescente o interesse pela segurança do alimento, pela facilidade e praticidade de seu preparo, maior preocupação com questões ambientais e do bem estar animal e aumento da importância da qualidade dos hábitos alimentares.

A qualidade tornou-se um potencial instrumento de diferenciação para os empresários e uma arma de defesa para os consumidores. E, a cadeia produtiva do pêssego no Rio Grande do Sul não está isenta deste contexto. Segundo Marodin & Zanini (2005), mais de 50% da produção gaúcha é destinada à indústria conserveira, sendo a região de Pelotas - RS a grande responsável pelo fornecimento de pêssegos e a região da “Serra Gaúcha” para o consumo *in natura*.

Diante do exposto, objetivou-se avaliar a percepção do produtor rural quanto à qualidade do pêssego *in natura*.

2. MATERIAL E MÉTODOS

Adotou-se a condução de estudo de caso, com produtores rurais da cadeia do pêssego, no Rio Grande do Sul, do Município de Bento Gonçalves. As entrevistas

foram realizadas na safra 2006/2007 durante os meses de novembro/2006 a fevereiro de 2007.

A técnica de pesquisa de estudo de caso não é orientada por um esquema rígido de etapas e ações. Assim, este estudo foi conduzido seguindo o método a seguir: a) definição dos objetivos da pesquisa; b) escolha do método indicativo do meio técnico de investigação - o método utilizado neste trabalho foi o monográfico, o qual parte do princípio de que o estudo de um caso em profundidade pode ser considerado representativo de muitos ou mesmo de todos os casos semelhantes (Gil, 1999). O estudo de caso exploratório seguindo modelo proposto por Yin (1994) foi escolhido devido à inexistência de dados sobre o tema; c) produtores pesquisados - foram convidados a participar da pesquisa 3 produtores da Serra Gaúcha; d) definição dos procedimentos de coleta de dados – empregou-se as técnicas: entrevista e questionário. Neste trabalho, foi empregada entrevista semi-estruturada, com questões abertas e fechadas, a qual se desenvolveu a partir de uma relação fixa de perguntas (questionários), cuja ordem e redação permaneceu invariável para todos os entrevistados; e) elaboração dos questionários - consistiu basicamente em estruturar um conjunto de questões que pudessem compor variáveis mínimas e traduzir comentários para atender os objetivos da pesquisa. Foi construído um questionário distribuídos da seguinte maneira: conceitual, critérios de qualidade e mercado; f) aplicação do pré-teste do questionário - antes da aplicação do questionário, houve uma fase de validação (pré-teste). O pré-teste foi aplicado junto a cinco com profissionais pertencentes à área acadêmica, de produção e da pesquisa; g) identificação e convite aos participantes - foram identificados os produtores a serem pesquisados e os respectivos endereços. Com a obtenção dessas informações, foi realizado um contato via telefônica e foram agendadas as entrevistas; h) coleta de dados - todas as entrevistas ocorreram no próprio local de trabalho do entrevistado. No início de cada entrevista, foi explicada novamente a finalidade da visita e como a entrevista seria conduzida. O tempo de duração das entrevistas permaneceu entre 15 e 25 minutos. O registro das respostas se deu na forma de anotação.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para a pergunta, “Na sua propriedade, qual(is) fator(es) é(são) considerado(s) primordial(is) para a produção de pêssego de mesa?”, o único item citado nas respostas foi: Agrotóxicos.

Quando se avaliou o entendimento dos entrevistados acerca dos conceitos de “qualidade” e “alimento seguro” relacionados ao pêssego, as respostas foram às seguintes:

Qualidade

“Fruta sem dano, sem inseto, fruta perfeita.”

“Tamanho, cor da casca e polpa e textura.”

“Que resista na prateleira para ser consumido”.

As definições citadas pelos produtores estão de acordo com os conceitos de Gould (1977) e Paladini (2000), que se referem respectivamente, a qualidade como a combinação de atributos ou características que possuem importância na determinação de níveis de aceitabilidade do produto para consumo ou uso; grau de

ajuste de um produto à demanda que se pretende satisfazer, ou para o fim que se destina.

Alimento seguro

“Carência do produto controlada.”

“Que seja respeitada a carência do produto.”

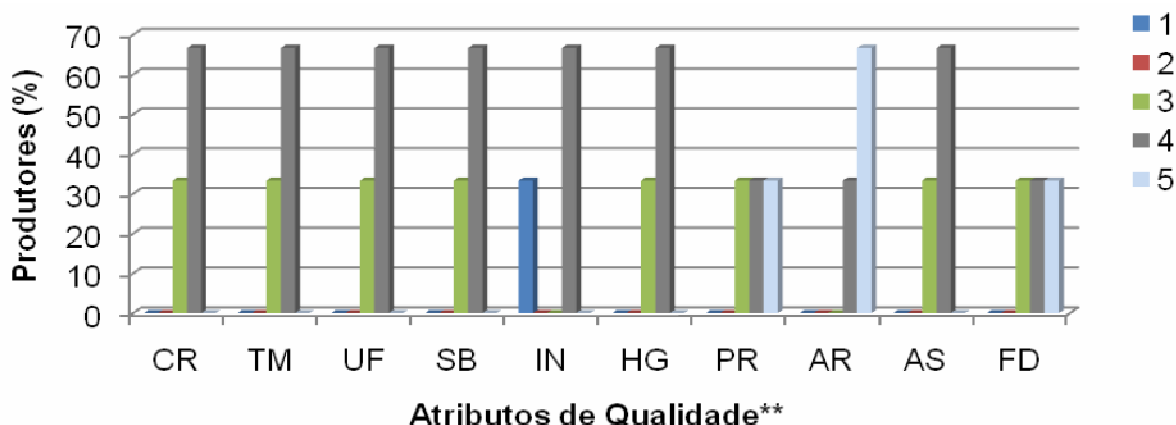
“É o que eu produzo.”

Outra questão relacionada ao assunto que foi abordada: “O senhor acredita que o seu pêssego oferece algum risco a saúde de quem o consome?”, todos responderam que não. Entretanto, quando questionados “O senhor acredita ser possível produzir pêssego de mesa sem agrotóxico?”, todos afirmaram que não acreditam.

Aprimorar o grau de excelência de um produto e sua adequação a um determinado uso exige a avaliação de seus atributos de qualidade que, em frutas e hortaliças, podem ser classificados como atributos sensoriais e aspectos visuais (tamanho, defeitos e cor), por exemplo. Uma vez valorados, os atributos podem ser classificados por ordem de importância, apontando aos agentes as características mais críticas em relação à perda de valor e conseqüente adoção de técnicas especializadas para a minimização desse problema. Para alguns autores, no caso de pêssegos, os principais atributos de qualidade incluem a aparência, textura, sabor e valor nutricional (Brovelli *et al.*, 1999).

Para os atributos relacionados à qualidade do pêssego *in natura*, conforme mostra a Figura 1, observou-se que os produtores consideram como o mais importante a ausência de resíduos de agrotóxicos, contrariando as respostas anteriores relacionadas aos agrotóxicos. E, como muito importante: cor, tamanho, uniformidade, sabor, integridade, higiene, atributo saúde. Enquanto que preço e forma de divulgação variaram desde é importante a mais importante.

Os diversos agentes da cadeia de frutas apresentam percepções diferentes quanto à compra de seus produtos, seja para consumo próprio ou para revenda. Parker & Zilberman (1993), avaliando as características de pêssegos em diversos pontos de varejo em São Francisco (Califórnia) concluíram que, embora de modo errôneo, a variável cor de cobrimento (vermelho a roxo) é um indicativo de maturidade para os varejistas e para os consumidores finais. Os autores mencionam ainda que os agentes conhecedores do indicativo de maturidade pela cor de fundo são os atacadistas e os produtores que, além desse conhecimento, mostraram-se cientes da existência e da relação das diversas variedades de pêssegos existentes no mercado com o quesito apresentado.



1 – não é importante; 2 – é pouco importante; 3 – é importante; 4 – é muito importante; 5 – é o mais importante. ** CR – cor; TM – tamanho; UF – uniformidade; SB – sabor; IN – integridade; HG – higiene; PR – preço; AR - ausência de resíduos de agrotóxicos; AS – atributo saúde; FD – forma de divulgação.

Figura 1 – Percepção dos produtores quanto aos atributos de qualidade do pêssigo *in natura*. FAEM/UFPel, Capão do Leão-RS, 2006/7.

Segundo os entrevistados ao “Comparar o nível de exigência dos consumidores de hoje, com os consumidores de 10 anos atrás, quanto à qualidade dos pêssigos de mesa”, as exigências aumentaram. E, da mesma forma afirmaram que a qualidade dos pêssigos de mesa vendidos hoje, em relação à qualidade de 10 anos atrás, está melhor. Dessa forma, foi relatado que as vendas também aumentaram, e que a garantia de venda de pêssigo de mesa a um supermercado são: a forma de pagamento (45 dias), o sabor e a qualidade do pêssigo. E, o que garante a venda de pêssigo de mesa direto ao consumidor: cor de polpa e de casca, aparência, custo, sabor, tamanho e textura.

4. CONCLUSÕES

Os resultados apresentados fazem parte de um trabalho mais amplo e ainda em andamento, porém verifica-se, que segundo o ponto de vista dos produtores, a qualidade está relacionada à ausência de resíduos de agrotóxicos e quesitos como cor, tamanho, uniformidade, sabor, integridade e higiene da fruta.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BROVELLI, E.A.; BRECHT, J.K.; SHERMAN, W.B.; SIMS, C.A.; HARRISON, J.M. Sensory and compositional attributes of melting an non-melting-fresh peaches for the fresh market. **Journal of the Science of Food and Agriculture**, v.79, p.707-712, 1999.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- GOULD, W.A. **Food quality assurance**. Wesport: AVI Publishing, 1977. 314 p.

HOWELLS, G. Food Safety: certificate of origin and traceability. In: XIII World Meat Congress, 2000. Belo Horizonte MG. International Meat Secretariat. Disponível em: <<http://www.faemg.org.br/palestras.html>>. Acessado em: 20 abr. 2008.

MARODIN, G.A.B.; ZANINI, C.A. A produção de frutas de caroço no Brasil e no mundo. **Jornal da Fruta**, v.13, p.3-7, 2005.

NAAS, I.A. Avanços dos conceitos da rastreabilidade na suinocultura. In: ENCONTRO TÉCNICO EM SUINOCULTURA, 4., 2004, Goiás. **Anais do...Goiás: ABRAVES**, 2004.

NEVES, M.F.; CHADDAD, F.R. & LAZZARINI, S.G. **Alimentos: novos tempos e conceitos na gestão de negócios**. São Paulo: Pioneira, 2000.

PALADINI, E.P. **Gestão da qualidade: teoria e prática**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2000. 330 p.

PARKER, D.; ZILBERMAN, D. Hedonic estimation of quality factors affecting the farm-retail margin. **American Journal Agricultural Economics**, v.75, p.459-466, 1993.

YIN, R. K. **Case study research: design and methods**. London: Sage Publications, 1994.