

ATRIBUTOS DE QUALIDADE CONSIDERADOS PELO CONSUMIDOR DE PELOTAS/RS, NA COMPRA DE PÊSSEGO *IN NATURA*

QUALITY ATTRIBUTES CONSIDERED BY CONSUMERS OF PELOTAS/RS FOR BUYING FRESH PEACHES

Renato Trevisan¹; Rosa de Oliveira Treptow²; Emerson Dias Gonçalves¹; Luis Eduardo Corrêa Antunes³; Flávio Gilberto Herter³

- NOTA TÉCNICA -

RESUMO

O consumo de frutas *in natura* vem se intensificando nos últimos anos. Isso se deve à mudança no hábito alimentar da população, que atribui às frutas um valor nutricional importante. Para o mercado *in natura*, o aspecto visual da fruta, é de fundamental importância. O trabalho teve como objetivo avaliar a preferência do consumidor de Pelotas/RS na escolha de pêssegos. Foi aplicado um questionário para 211 consumidores em um supermercado local, após a apresentação de um pôster contendo fotos de pêssegos com diferentes tonalidades de cor na epiderme e com diferenças em tamanho. Pode-se constatar que o consumidor de Pelotas prefere frutas de tamanho grande, com predomínio de coloração vermelha na epiderme, de polpa amarela e sabor doce.

Palavras-chave: preferência, cor da epiderme, sabor.

ABSTRACT

Consumption of fresh fruits has increased over the last years, due to the nutrition habits which recognize the nutritive values of fruit. For fresh market, appearance has a great importance. The objective of this work was to evaluate the consumer preference in Pelotas when buying peaches. A questionnaire was applied to 211 consumers in a local supermarket, after exposing them to a poster with peach pictures showing different skin tonalities of colors and fruits with differences in size. It can be evidenced that the consumer of Pelotas prefers large size fruits, predominance of red color on the skin and with yellow pulp and sweet taste.

Keys words: preference, fruit skin color, flavor.

As transformações políticas e econômicas ocorridas nas últimas décadas mudaram o hábito de consumo em todo o mundo. O intercâmbio de sabores e aromas nos diversos países provocou grande impulso ao consumo de frutas *in natura*, evidenciando a busca por alimentos saudáveis e nutritivos. É clara, também, a exigência quanto à qualidade do produto, origem, modo de produção, resíduos tóxicos e impacto ambiental da produção.

A qualidade pode ser definida como o conjunto de características que irão influenciar na aceitabilidade de um alimento. Os fatores de qualidade detectados pelos órgãos do sentido podem ser divididos em três categorias: aparência, textura e sabor. Os fatores relacionados com a aparência incluem a cor, o brilho, o tamanho, a forma, a integridade, a consistência e os defeitos. Os fatores de textura incluem aqueles ligados ao tato (dureza, maciez e suculência) e aos sentidos pela boca (fibrosidade, pegajocidade, arenosidade, farináceo, entre outros). Os fatores de qualidade ligados ao

sabor estão relacionados com os gostos básicos (doce, ácido, salgado e amargo), com o aroma (ácido, fragrante, rançoso, adocicado, verde) e com o sabor residual (amargo, seco, adstringente) (GAVA, 1985; ROMOJARO & RIQUELME, 1994).

A aparência é o fator de qualidade mais importante, sendo avaliada por diferentes atributos, tais como, tamanho, forma e cor. A coloração é o atributo de qualidade mais atrativo para o consumidor, pois é associada com a maturação, frescor e também ao sabor. O nível de maturação é uma opção do consumidor, pois há quem prefira frutas semi-maduras, para prolongar o período de durabilidade. A coloração da fruta destinada ao consumo *in natura* é importante, pois o consumidor julga fruta verde de forma negativa (BADENES et al., 1998). Do ponto de vista do consumidor brasileiro, a qualidade da fruta é formada pelo conjunto de atributos externos e internos (FRUTIFATOS, 2002).

Existem poucas informações relativas à preferência de pêssegos pelos consumidores nas regiões produtoras do Rio Grande do Sul. Desta forma, o trabalho teve como objetivo avaliar a preferência do consumidor de Pelotas/RS, quanto às características de qualidade do pêssego.

O teste de preferência foi realizado numa rede local de supermercados, em Pelotas (RS), conforme metodologia descrita por RESURRECCION (1998), durante um dia da semana, no mês de janeiro de 2003, totalizando 211 consumidores. Foi apresentado um pôster com fotos ampliadas de pêssegos da cv. Maciel e classificadas em tamanho e cor: Pequenos (< 40 mm; foto 120); médios (45 a 50 mm; fotos 910 e 300); grandes (> 55 mm de diâmetro; fotos 876, 654 e 555). A coloração foi classificada visualmente em: vermelha (80-100% de vermelho na epiderme; foto 555); amarela (80-100% de amarelo na epiderme; foto 876 e 300); verdes (80-100% de verde na epiderme; fotos 654 e 120) e vermelha-amarela (60-80 vermelho; 20-40% amarelo; foto 910) (Figura 1).

Para a coleta dos dados do teste de preferência, utilizou-se ficha descritiva (Quadro 1).

Pelo teste de preferência aplicado, identificou-se que, 72% dos consumidores que adquiriram frutas eram mulheres. A frequência dos entrevistados na compra de pêssegos está representada na Tabela 1. Observa-se que consumidores entre 26 a 60 anos são os que freqüentemente vão ao supermercado comprar pêssegos *in natura*.

Quanto ao grau de escolaridade dos consumidores entrevistados, 21% possui nível primário, 39% secundário e 40% nível superior. Entre as profissões, 13% são estudantes;

¹ Eng°. Agr°. Dr., Centro de Pesquisa Agropecuária de Clima Temperado, Caixa Postal 403, CEP 96001-970 Pelotas, RS. Bolsista CNPq/RD.E-mail: emerson@cpect.embrapa.br; trevisan@cpect.embrapa.br

² MsC. Economia Doméstica. Embrapa Clima Temperado, Caixa Postal 403, CEP 96001-970 Pelotas, RS. Email: rotreptow@hotmail.com

³ Eng°. Agr°. Dr., Centro de Pesquisa Agropecuária de Clima Temperado, Caixa Postal 403, CEP 96001-970 Pelotas, RS. Bolsista CNPq. Email: antunes@cpect.embrapa.br herter@cpect.embrapa.br

(Recebido para Publicação em 03/05/2005, Aprovado em 15/05/2006)

18% funcionários; 10% professores; 25% donas de casa e 34% foram considerados como outras profissões (produtor, agrônomo, advogado, farmacêutico, vigilante, aposentado, servidor público, médico, fisioterapeuta, dentista, consultor,

autônomo, balconista, cabeleireira, padeiro, bioquímica, baba, secretária, técnico, serviços gerais, pedreiro, costureira e doméstica).

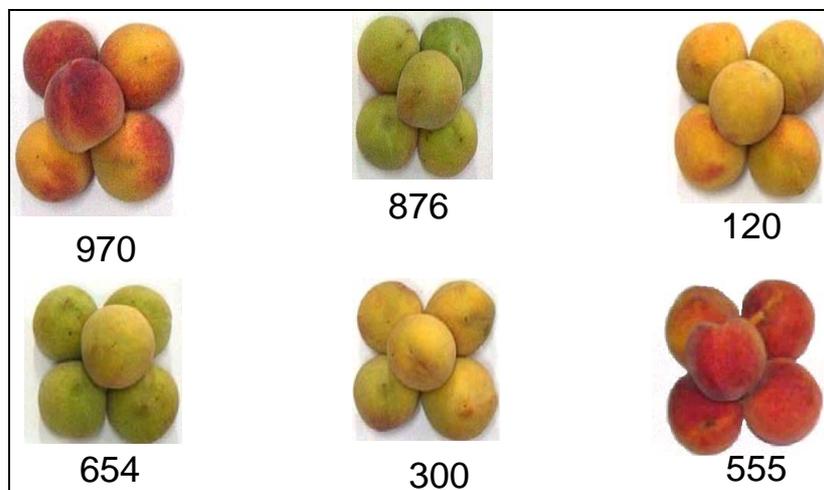


Figura 1 - Pêssegos da cv Maciel, com diferentes tonalidades de cor e tamanho, apresentado ao consumidor de Pelotas RS em forma de pôster. Pelotas-RS, 2005.

Quadro 1 - Modelo de Ficha utilizado no teste de preferência. Pelotas-RS, 2005.

TESTE DE PREFERÊNCIA					
1. Identificação:					
Idade	<input type="checkbox"/> -15	<input type="checkbox"/> 16-25	<input type="checkbox"/> 26-40	<input type="checkbox"/> 41-60	<input type="checkbox"/> +61 anos
Sexo	<input type="checkbox"/> Masculino		<input type="checkbox"/> Feminino		
Instrução	<input type="checkbox"/> Primário		<input type="checkbox"/> Secundário	<input type="checkbox"/> Superior	
Profissão	<input type="checkbox"/> Estudante	<input type="checkbox"/> Funcionário	<input type="checkbox"/> Professor	<input type="checkbox"/> Dona de casa	<input type="checkbox"/> Outros
2. Instruções:					
Olhe para cada foto e diga:					
Qual das amostras você compraria?					
<input type="checkbox"/> 970	<input type="checkbox"/> 300	<input type="checkbox"/> 876	<input type="checkbox"/> 654	<input type="checkbox"/> 120	<input type="checkbox"/> 555
Prefiro a amostra nº _____					
O que levou a escolher estas frutas?					
<input type="checkbox"/> Tamanho		<input type="checkbox"/> Cor		<input type="checkbox"/> Formato	
<input type="checkbox"/> Outro		<input type="checkbox"/> Outro		<input type="checkbox"/> Outro	
Outros dados:					
Você prefere pêssegos?					
<input type="checkbox"/> de polpa amarela		<input type="checkbox"/> polpa branca		<input type="checkbox"/> doce ácido	
<input type="checkbox"/> doces		<input type="checkbox"/> doces		<input type="checkbox"/> doces	
Na safra de pêssegos (novembro a fevereiro)					
<input type="checkbox"/> Você come diariamente pêssego					
<input type="checkbox"/> Você come semanalmente pêssego					
<input type="checkbox"/> Você come mensalmente pêssego					
<input type="checkbox"/> Nunca come					
Como:					
<input type="checkbox"/> <i>In natura</i>		<input type="checkbox"/> schmier		<input type="checkbox"/> em calda	
<input type="checkbox"/> em tortas		<input type="checkbox"/> em tortas		<input type="checkbox"/> outros	
Qual? _____					

Tabela 1 - Frequência relativa e relativa acumulada de consumidores na compra de pêssegos *in natura* Pelotas-RS, 2005.

Idade	Frequência relativa (%)	Frequência relativa acumulada
<15	1	1
16-25	13	14
26-40	37	51
41-60	36	87
> 60	13	100
Total	100	

Vários autores relatam que a aparência visual, no que se refere à coloração da epiderme das frutas, exerce grande influência no momento da compra pelos consumidores (LAYNE et al., 2001; LAYNE et al., 2002; TREVISAN, 2003).

Após cada consumidor avaliar o pôster contendo as diferentes fotos dos pêssegos, constatou-se que 65% dos consumidores entrevistados adquirem pêssegos considerando a cor como principal atributo no momento da escolha (Figura 2), seguido por outros fatores (19%), dos quais, o sabor desponta como uma das principais características.

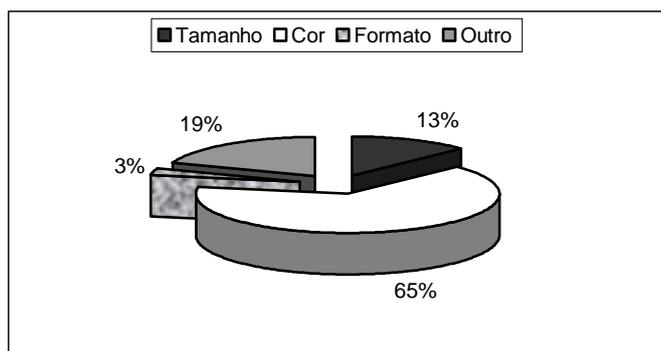


Figura 2 - Preferência dos consumidores de Pelotas/RS na compra de pêssegos *in natura* Pelotas-RS, 2005.

Segundo LAYNE et al. (2002) a grande maioria dos consumidores, seja no mercado interno ou externo, dão preferência para frutas com maior intensidade de vermelho, pois é associada a maiores teores de açúcares e a frutas saudáveis. Nesta pesquisa de preferência, a coloração vermelha da epiderme influenciou em 38% dos consumidores no momento da escolha e em 34% foram influenciados por pêssegos com tonalidade amarela (Figura 3).

Em uma pesquisa de mercado realizada na Espanha com 455 consumidores, 30% atribuíram a coloração do pêssego como principal atributo de qualidade e 40% a frutas sem defeito, mas quando entrevistados na escolha para maçãs, o

principal atributo de qualidade foi a coloração vermelha da epiderme (LÓPES et al., 1998). Isto evidencia que, o consumidor muitas vezes altera os parâmetros de qualidade de acordo com o tipo de fruta que vai consumir.

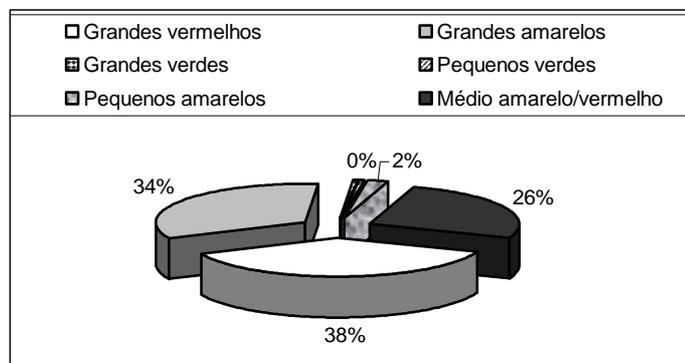


Figura 3 - Preferência do consumidor quanto à coloração da epiderme na escolha de pêssego *in natura*. Pelotas-RS, 2005.

O sabor das frutas tem adquirido maior relevância pelos consumidores, sendo este caracterizado como sinônimo de qualidade. Observou-se que 67% dos entrevistados preferem frutas com polpa de coloração amarela e 33% com polpa branca (Figura 4A). Constatou-se também que a preferência dos consumidores foi por frutas com menor acidez (Figura 4B), sendo que 86% preferem pêssegos mais doces. Esta resposta pode ser devido ao mercado local oferecer aos consumidores maior quantidade de frutas de polpa amarela. Isto é explicado pelo fato de que a região de Pelotas/RS, caracteriza-se pela produção de 95% de pêssegos tipo indústria, que apresentam frutas de polpa e epiderme amarela.

A menor aceitação de frutas com polpa branca, segundo os consumidores, é em consequência da aparência externa, por apresentar machucados, podridões e, principalmente, ter curto período de conservação.

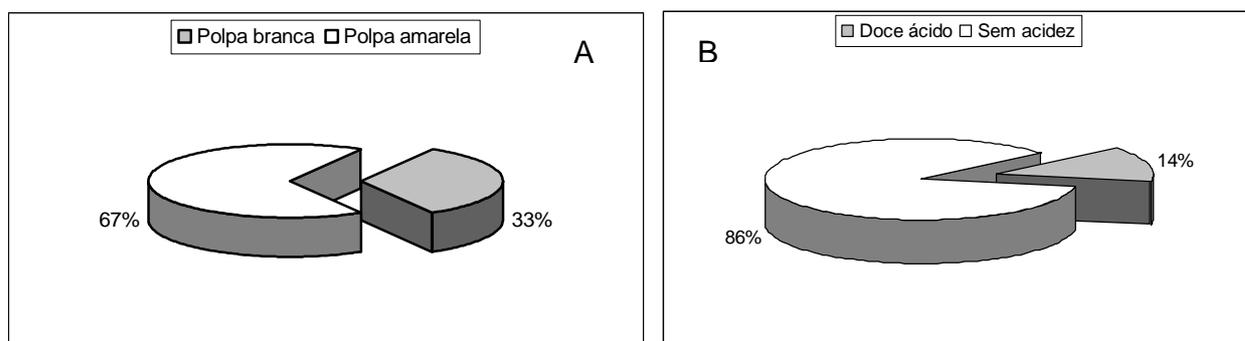


Figura 4 - Atributos de preferência do consumidor quanto a cor de polpa (A) e sabor (B) em pêssegos *in natura* Pelotas-RS, 2005.

Outro dado relevante encontrado na pesquisa é quanto ao percentual de consumo de pêssegos durante o período da safra. Constatou-se que 50% das pessoas consomem

pêssegos semanalmente e 30% diariamente (Figura 5A), e este consumo é 57% na forma *in natura* e apenas 16% como pêssego processado em calda (Figura 5B).

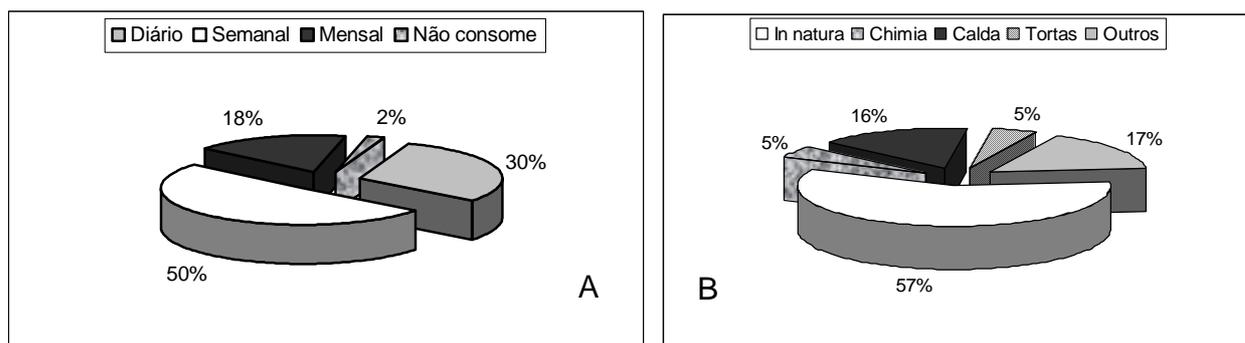


Figura 5 - Periodicidade e forma de consumo de pêssegos *in natura* no período da safra Pelotas-RS, 2005.

Pode-se observar nesta pesquisa, que no período da safra existe um consumo considerável de pêssegos na forma *in natura*, podendo ser aumentado por ações de marketing e campanhas de divulgação na mídia, das propriedades farmacológicas e nutricionais da fruta, além da organização dos produtores, como é realizado com a cultura da macieira. Outro fator a ser considerado, é a preferência do consumidor de Pelotas por frutas de polpa amarela, o que justificaria a comercialização das frutas de cultivares com dupla finalidade para o consumo *in natura*.

As características de aparência determinam a escolha, seguida das sensações gustativas das frutas, convertendo-se em um fator importante no comportamento do consumidor no momento da compra e recompra.

Para os produtores e melhoristas, a preferência dos consumidores de frutas *in natura* de uma determinada região é de fundamental importância, pois num mercado em constante evolução ao mesmo tempo competitivo, a qualidade e apresentação das frutas são importantes e decisivas no momento da escolha pelo consumidor.

CONCLUSÃO

O consumidor de pêssego *in natura* de Pelotas/RS prefere frutas de tamanho grande, com predomínio de coloração vermelha na epiderme, de polpa amarela e sabor doce.

REFERÊNCIAS

BADENES, M.L.; CALVO, J.M.; LLACER, G. Estudio comparativo de la calidad de los frutos de 26 cultivares de

melocotonero de origen norteamericano y dos variedades poblacion de origen español. **Investigación agrária: Produccion e proteccion vegetal**, Madri, v.13, n.1-2, p.57-70, 1998.

FRUTIFATOS. **Informação para a fruticultura irrigada**, Brasília, v.2, n.2, 2002. 64p.

GAVA, A.J. **Princípios de tecnologia de alimentos**. 7 ed., São Paulo: Nobel, 1985. 284p.

LAYNE, D.R.; JIANG, Z.; RUSHING, J.W. Tree fruit reflective film improves red skin coloration and advances maturity in peach. **HortTechnology**, Alexandria, v.11, n.2, p.234-242, 2001.

LAYNE, D.R.; JIANG, Z.; RUSHING, J.W. The influence of reflective film and retain on red skin coloration and maturity of gala apples. **HortTechnology**, Alexandria, v.12, n.4, p.640-644, 2002.

LÓPES, J.L.; VALERO, M.M.; RUIZ-ALTISENT, M. et al. Harinosidad en manzana y melocotón: sondeo a los consumidores de Madri. **Fruticultura Profesional**, Madri, n.98, 1998.

RESURRECCION, A.V.A. **Consumer sensory testing for product development**. Maryland: Aspen Publishers, 1998, 320p.

ROMOJARO, F.; RIQUELME, F. Critérios de calidad del fruto. Câmbios durante la maturación. Identificación de critérios no destructivos. In: CALIDAD POST-COSECHA Y PRODUCTOS DERIVADOS EN FRUTOS DE HUESO. **Actas** del seminário celebrado en la Fira de Lleida. p.55-78, 1994.

TREVISAN, R. **Avaliação da qualidade de pêssegos cv. Maciel, em função do manejo fitotécnico**. Pelotas, 2003. 122p. Tese (Doutorado em Fruticultura de Clima Temperado). Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel, Universidade Federal de Pelotas.