

MODELO DE FORMATAÇÃO DE RESUMO EXPANDIDO PARA A III JORNADA NACIONAL DA AGROINDÚSTRIA A PARTIR DA COLAGEM DE VÁRIOS TRABALHOS CIENTÍFICOS

Ricardo Moreira Targino¹, Edilma Pinto Coutinho¹; Esmeralda Paranhos dos Santos¹; Stela de Lourdes Mendonça¹; Maria Juliana Palmares Cavel².
CFT-UFPB¹; EMATER² edilma.coutinho@gmail.com

Área: (colocar uma das seis áreas da JORNADA)
Instituição fomentadora (para pesquisa que recebeu financiamento)

Introdução

Os produtos agroindustriais da pauta de exportação brasileira são prioritariamente *commodities*, embora haja tendência da inserção de produtos nacionais diferenciados nas transações com o comércio exterior. Segundo Alcoforado (2002), os processos de descomoditização no âmbito do agronegócio são o resultado de estratégias que visam a construção de novos mercados. Nesse contexto, o autor aponta a Certificação Ambiental, a Indicação Geográfica e a Denominação de Origem como ferramentas de diferenciação bastante valorizadas no mercado internacional. Segundo Saes e Jayo, (1997), a Denominação de Origem se aplica a produtos que possuem atributos qualitativos indissociáveis das características próprias de uma região ou micro região bem delimitada, sejam elas relativas ao clima, ao solo, à história ou à mão-de-obra. São produtos cujos processos de produção não são reproduzidos fora do local de procedência tradicional e, em vista disto, são regulamentados por uma legislação que os protege, certifica e fiscaliza sua autenticidade. Segundo Letablier (1995), a qualificação de um produto desenvolvido no quadro territorial estabelece uma produção específica, conferindo-lhe excelência e distinção, como também, agregando-lhe valor, através da construção de uma notoriedade e uma identidade cultural, atrelada ao espaço, aos hábitos, às tradições e à confiança. Delfosse (1995) conceitua Denominação de Origem como um instrumento de qualificação do produto, resultante de uma construção social, que consolida redes locais de produção. É uma prática comum nos mercados de alimentos e bebidas europeus, especialmente na França. Para Letablier e Delfosse (1995), a Denominação de Origem é um processo de qualificação dos produtos e de uma sociedade local. Desta forma, a notoriedade dos produtos certificados, reconhecidos como produtos de primeira linha, produtos de luxo, associados à raridade, também qualifica os consumidores, que se distinguem pelo bom gosto. O selo de Denominação de Origem promove a construção de uma qualidade e um mercado diferenciado, associando as características dos produtos às singularidades naturais, culturais, organizacionais e tecnológicas do território. O processo de diferenciação através da Denominação de Origem implica na estruturação de redes locais de produção, promovendo o desenvolvimento local sustentado. É um processo complexo: havendo uma dimensão organizacional, pela mobilização das redes de produção, e uma dimensão jurídica, amparada por acordos internacionais. No Brasil, existem leis que protegem a Denominação de Origem, sendo o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento a instituição reguladora. O termo Denominação de Origem tem uma variedade de similares, no Brasil e em Portugal também se utilizam Certificação de Origem. Na França, o termo é regulamentado como *Appellation d'origine*. Cabendo ressaltar que na França os produtos qualificados com *Appellation d'origine* apresentam relevante importância social e econômica. O trabalho referenda a Denominação de Origem como importante oportunidade de negócio para a agroindústria brasileira, que qualifica nossos produtos através da diferenciação.

Objetivos (poderá colocar apenas o objetivo geral ou o geral e os específicos)

Este trabalho tem como objetivo geral verificar as condições higiênico-sanitárias do comércio da carne-de-sol no município de Solânea-PB. Seus objetivos específicos são:

verificar as condições higiênico-sanitárias da carne-de-sol; verificar as condições higiênico-sanitárias dos estabelecimentos de comercialização; verificar as condições higiênico-sanitárias dos utensílios de manipulação e verificar as condições higiênico-sanitárias do manipulador.

Materiais e Métodos (dependendo do trabalho poderá ser Metodologia)

A metodologia utilizou modelo qualitativo/interpretativo, desenvolvendo grupos de enfoque, assim sendo, a análise das embalagens de erva-doce foi realizada por meio de interpretações das informações coletadas. O trabalho foi segmentado em duas fases distintas: na primeira fase, fez-se um levantamento das embalagens de erva-doce disponíveis no mercado paraibano, analisando as suas características estéticas, funcionais e informativas, para em seguida, avaliar seu potencial em agregar valor, através de uma comparação entre os preços; na segunda fase, selecionou-se as embalagens representativas que iriam participar do grupo de enfoque, posteriormente, realizou-se os grupos de enfoque, ocasião em que foram avaliadas as características das embalagens, identificando seus componentes que são percebidos como atributos de qualidade na percepção do consumidor. As embalagens foram coletadas em vários estabelecimentos: três supermercados, localizados no município de João Pessoa; três lojas de produtos naturais, localizadas no município de João Pessoa; uma padaria, localizada no município de Cabedelo, uma feira livre localizada no município de Bananeiras, cinco quitandas, localizadas nos municípios de Solânea, Bananeiras e Píripituba. Foram realizados quatro grupos de enfoque, analisando quinze embalagens de erva-doce. O perfil dos consumidores convidados para participarem dos grupos de enfoque foram homens e mulheres das classes A, B e C, na faixa etária de 20 a 50 anos. Durante os encontros, os consumidores eram estimulados a expressarem livremente suas opiniões sobre as embalagens apresentadas. Durante os grupos de enfoque, inicialmente, colocou-se todas as embalagens no centro de uma mesa coberta por um papel, onde se anotou as informações coletadas. Num segundo momento, os consumidores foram convidados a desempenhar as seguintes tarefas: Separar as embalagens de erva-doce em grupos cujas características apresentem semelhança: 1 - Classificar as características de cada grupo através de adjetivos; 2 - Entre os adjetivos definidos, escolher o que mais se identifique com as características das embalagens de cada grupo. Os adjetivos foram definidos através de debates entre os consumidores, de forma que as informações coletadas expressaram com fidelidade as opiniões dos consumidores sobre as embalagens de erva-doce. A partir das informações coletadas no grupo de enfoque, pode-se obter um mapa de posicionamento das embalagens de erva-doce, no qual a qualidade da embalagem é avaliada sobre a ótica do consumidor.

Resultados e Discussão

Conforme se observa no Quadro I, entre as amostras de queijo coalho condimentado com grãos moídos de erva-doce, a de concentração de 0,1% obteve melhor aceitação em todos os atributos avaliados, destacando-se aparência, textura e aceitação global com médias 7,8. O queijo coalho condimentado na concentração 0,2% apresentou as melhores médias para os atributos de aceitação global 7,6, sabor do queijo coalho 7,5 e textura 7,5. O queijo coalho condimentado com grãos moídos de erva-doce na concentração 0,5% apresentou as melhores médias para textura 7,0, aceitação global 6,9 e sabor da erva-doce 6,8. Assim, notou-se que a melhor aceitação sensorial entre os queijos coalho condimentados com grãos moídos de erva-doce foi o de concentração 0,1%. Os dados do Quadro I apontam que a aceitação do queijo coalho condimentado com grãos moídos de erva-doce pode melhorar na medida em que diminui a concentração, tendo em vista que as amostras de menor concentração do condimento obtiverem as maiores notas pelos consumidores. Na Figura I, observa-se o resultado do teste de ordenação por preferência dos queijos coalhos condimentados com grãos moídos de erva-doce. 48% dos julgadores ordenaram a amostra de queijo coalho condimentado na concentração 0,1% em primeiro lugar, 40% ordenaram em segundo e apenas 12% ordenaram em terceiro. Para a amostra de queijo coalho condimentado na concentração 0,2%, 42% dos provadores ordenaram em primeiro lugar, 42% ordenaram em segundo e 16% ordenaram em terceiro. Para a amostra de queijo

coalho condimentado na concentração 0,5%, apenas 10% dos provadores ordenaram em primeiro lugar, 20% ordenaram em segundo e 70% ordenaram em terceiro. A Figura II retrata o teste de intenção de compra das amostras de queijo coalho condimentado com grãos moídos de erva-doce. Para análise dos dados, considerou-se como aceitação as respostas de 1 = Certamente compraria a 2 = Possivelmente compraria; como neutra as respostas de 3 = Talvez comprasse/Talvez não comprasse e como rejeição as respostas de 4 = Possivelmente não compraria a 5 = Certamente não compraria. A amostra de queijo coalho na concentração de condimentos 0,10% apresentou índice de aceitação de 84% e índice de rejeição de 4%. A amostra de concentração 0,20% apresentou índice de aceitação de 64% e de rejeição de 14%. A amostra de concentração 0,50% apresentou índice de aceitação de 44% e índice de rejeição de 24%.

Considerações Finais

O mercado de cachaça apresenta significativo crescimento, especialmente o internacional, no qual o volume de exportação, embora ainda pequeno, vem apresentando aumento médio de 10% ao ano. No entanto, o aproveitamento das oportunidades de negócios do mercado externo implica estruturação das empresas, para atenderem as exigências das complexas transações internacionais. Nesse contexto, as empresas industriais apresentam vantagens competitivas em relação às artesanais, uma vez que a maioria dessas não apresenta estrutura técnica e organizacional nem para atuar no mercado interno. As dificuldades estruturais do segmento artesanal podem ser superadas mediante estratégias coletivas, como a criação de consórcios e cooperativas, que estão permitindo a inserção das cachaças artesanais no mercado internacional.

Referências

- CALDAS.R.B; SANTOS.D.S. Relatório de Viagem. In: Brasil. Ministério da Agricultura. (Processo M.^a 030/00859/66). Rio de Janeiro, 1966.
- CARVALHO JÚNIOR, B.C: Estudo da evolução das carnes bovinas salgadas no Brasil e desenvolvimento de um produto de conveniência similar à carne-de-sol. Tese de doutorado – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2002.
- COUTINHO, E.P. et al. Feiras Livres do Brejo Paraibano: Crise e Perspectivas. In: XLIV CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL. Fortaleza, CE. Anais... Fortaleza: CONGRESSO DA SOBER, 2006. (CD-ROM)
- Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância Sanitária. Disponível em: <www.anvisa.gov.br>. Acesso em: 25 de abril de 2007.
- OLIVEIRA, S. P. et. al. Condições higiênico-sanitárias do comércio de alimentos do município de Ouro Preto, MG. Revista Higiene Alimentar, Ouro Preto, v. 19, n.136, out. 2005.
- SOLÂNEA. Decreto-lei nº 01, de 20 de março de 1992: regulamenta o Código de Postura do Município de Solânea.

ATRIBUTOS	Concentração (%)		
	0,5	0,2	0,1
Aparência	5,7	6,7	7,8
Cor	5,7	6,8	7,6
Aroma	6,4	7,0	7,3
Sabor do queijo coalho	6,6	7,5	7,6
Textura	7,0	7,5	7,8
Sabor de erva-doce	6,8	7,4	7,6
Aceitação global	6,9	7,6	7,8

Escala hedônica estruturada mista: 1 – Desgostei muitíssimo; 2 – Desgostei muito; 3 – Desgostei moderadamente; 4 – Desgostei ligeiramente; 5 – Nem gostei/ nem desgostei; 6 – Gostei ligeiramente; 7 – Gostei moderadamente; 8 – Gostei muito; 9 – Gostei muitíssimo.

QUADRO I - Avaliação sensorial do queijo coalho condimentado com diferentes concentrações grãos moídos de erva-doce

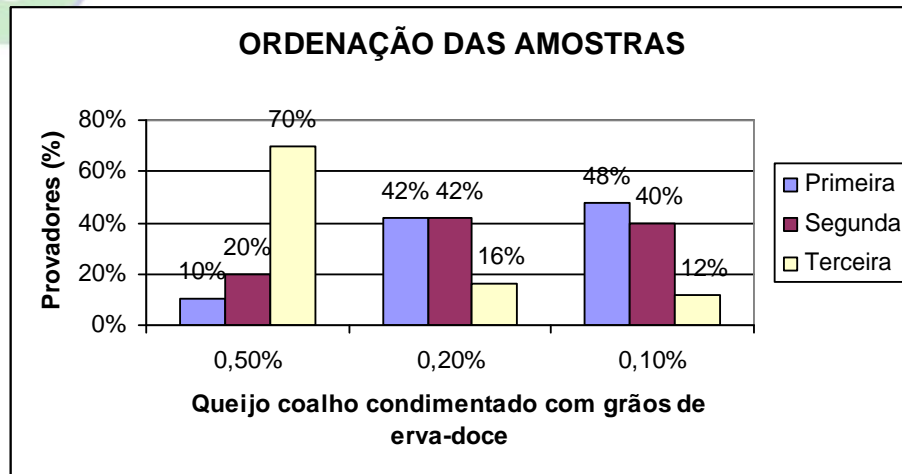
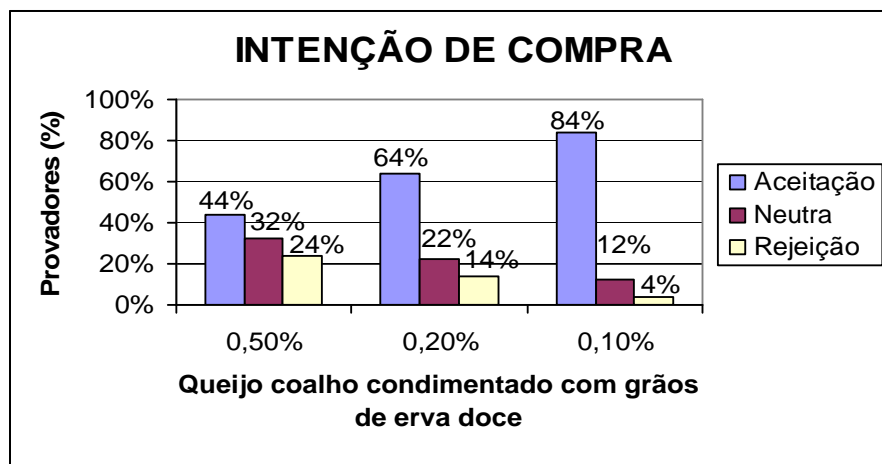


FIGURA I – Ordenação por preferência das amostras de queijo coalho condimentadas com diferentes concentrações de grãos moídos de erva-doce



Escala Hedônica Estruturada: Aceitação - 1= Certamente compraria; 2= Possivelmente compraria; **Neutra** - 3= Talvez comprasse/ Talvez não comprasse; **Rejeição** - 4= Possivelmente não compraria; 5= Certamente não compraria

FIGURA II - Intenção de compra do queijo coalho condimentado com diferentes concentrações de grãos moídos de erva-doce

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.