

O CONSUMIDOR RESPONDE SOBRE A APARÊNCIA E O SABOR DE DIFERENTES CULTIVARES DE MORANGO

Kátia Maria Vieira Avelar Bittencourt

PqC do Pólo Regional do Leste Paulista/APTA

katiacipolli@apta.sp.gov.br

O Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078, de 11/09/90), dispõe que são direitos básicos do consumidor entre outros, o direito à informação sobre produtos e serviços. No entanto, o consumidor ainda compra morango *in natura* sem informação da cultivar adquirida, o que não ocorre com frutas como banana (Prata, Nanica, etc), abacaxi (Pérola, Havai), manga (Haden, Tommy, etc) entre outras. Estas frutas possuem qualidades e preços diferenciados no mercado, pois à medida que o consumidor reconhece a qualidade desejada num produto, ele se propõe a pagar mais por ele.

Quando se trata de morango, o consumidor poderá conhecer o cultivar do morango desejado, somente se solicitar aos responsáveis, em alguns varejões, feiras livres e em pontos de venda dos próprios produtores. Todas os cultivares de morango têm sido comercializados com uma diferença de preço muito pequena ou mesmo sem diferença de preço, considerando-se o mesmo período de colheita. O morango na região do Leste Paulista é adquirido nos diferentes pontos de venda com variações de até 80% no preço do produto no início da safra em relação ao pico ou final de safra.

Em algumas cidades são realizadas festas e feiras para expandir a venda de morango *in natura* durante o pico de safra. Por outro lado o produtor possui um prazo pequeno de comercialização de morango *in natura*, pois o produto após colheita dura cerca de 3 dias. Alguns cultivares são muito mais sensíveis a doenças e exigem um manejo muito mais intenso que outros. Os principais cultivares plantados na região e suas características são: cultivar *Aleluia* - possui coloração vermelho escuro, formato triangular alongado, é bem doce, possui acidez intermediária, é um pouco menos macio e suculento que o cultivar *Sweet Charlie*. Cultivar *Camarosa* - possui coloração vermelho bem escuro, formato

triangular, bem mais grosso que os demais, menos doce que o cv. *Sweet Charlie*, muito ácido, firme e pouco suculento. Cultivar *Oso Grande* - é semelhante ao *Camarosa*, sendo menos ácido. Cultivar *Sweet Charlie* possui formato bem definido – triangular - característico de morango, coloração vermelho claro a escuro, é muito doce, possui baixa acidez, macio e bem suculento, sendo este cultivar o que possui menor vida útil.

Com o objetivo de avaliar a preferência do consumidor com relação aos por diferentes cultivares de morango plantados na região de Monte Alegre do Sul, SP, pesquisadores do Polo Regional do Leste Paulista, realizaram uma pesquisa, com os cultivares: *Aleluia*, *Camarosa*, *Oso Grande* – cultivados sem uso de agrotóxicos - e *Sweet Charlie* cultivado em sistema convencional.

A pesquisa foi realizada durante a festa de “Nosso Senhor Bom Jesus” em Monte Alegre do Sul e feira “Vidalimento” em Pedreira, no mês de agosto de 2006. 106 consumidores de morango participaram voluntariamente da pesquisa. Os morangos dos 4 cultivares citados foram colhidos diariamente e apresentados em bandejas, primeiramente para ordenação quanto à aparência preferida. Posteriormente foram apresentados para ordenação quanto ao sabor preferido. Após avaliação pelo consumidor quanto à aparência e sabor preferidos do produto *in natura*, foi perguntado se o consumidor não compraria algum(ns) daquele(s) morango(s) apresentado(s) e porque. Os comentários obtidos sugerem que os produtos com formatos mais uniformes, grandes e de coloração vermelha intensa foram os preferidos pela aparência, e morangos de sabor mais doce foram os preferidos pelo sabor. Alguns consumidores citaram que não comprariam um ou até 3 dos cultivares apresentados. As respostas obtidas revelam que 41% dos consumidores comprariam quaisquer dos cultivares apresentados. 36% dos consumidores citaram que não comprariam morangos do cv. *Camarosa* porque não possuía sabor, era aguado, sem doce, muito ácido, duro, sem aroma, não era suculento e não seria comprado pela aparência. 15% dos consumidores não comprariam morangos do cv *Oso Grande* porque não possuía sabor, era aguado, muito ácido, duro e sem aroma. A mesma porcentagem de consumidores citaram que não comprariam morangos do cv. *Aleluia* porque era muito ácido menos saboroso, pouco doce, sem gosto, de aparência artificial, duro e sem aroma. 7% dos consumidores não comprariam morangos do cv. *Sweet Charlie* por que era aguado sem sabor mais ácido e mole. Os comentários obtidos refletem as características indesejadas nos morangos dos cultivares avaliados para consumo *in natura*. Notou-se que a grande maioria dos comentários é relativa ao sabor e não à aparência dos morangos.

A intenção de não compra dos consumidores permitiram concluir que para as condições dessa pesquisa:

- apesar do produto ser adquirido pela aparência, a qualidade percebida pelo paladar é mais importante para o consumidor.
- a característica mais valorizada no morango é a doçura.
- os cultivares *Sweet Charlie*, *Oso Grande* e *Aleluia* foram os mais preferidos.

O atendimento ao direito do consumidor – de comprar morangos do cultivar que apresenta a qualidade desejada - deve ser realizado especificando-se o cultivar na embalagem.

Para o atendimento às expectativas do consumidor, cada vez mais exigente, novas pesquisas devem ser realizadas para obtenção de cultivares mais doces com vida útil mais longa.

As demais informações geradas da pesquisa estão sendo avaliadas e serão apresentadas posteriormente.

Referências

MEILGAARD, M.; CIVILLE, V.; CARR, B.T. *Sensory Evaluation Techniques*. 3ed., Boca Raton: CRC Press Inc., 1999. 387p.

MITCHAM, E. J.; CRISOSTO, C. H.; KADER, A. A. Strawberry Recommendations for Maintaining Postharvest Quality.

<http://www.ucdavis.edu/Produce/ProduceFacts/Fruits/strawberry.shtml>, updated June 15, 2006. consultado em 25/09/2006 – 14:07h.