



II Congresso das Agrárias

16 - 18 de Novembro 2017 | Elvas

LIVRO DE RESUMOS

Ficha Técnica

Título: Livro de Resumos do II Congresso Nacional das Escolas Superiores Agrárias

Editores: Comissão Especializada das Escolas Superiores Agrárias do CCISP

Tiragem: 240 exemplares

ISBN: 978-989-8806-23-9

Depósito Legal: 433984/17

P 1537 | PERCEÇÃO DOS CONSUMIDORES SOBRE AS CARACTERÍSTICAS SENSORIAIS DO QUEIJO DE OVELHA DE CURA EXTRA LONGA DE MIRANDELA

Álvaro Mendonça¹; Fernando Sousa^{1,2}; António Fernandes^{1,3}; Marta Vacas De Carvalho⁴; Sandra Gomes¹; Yara Loforte¹

1 Escola Superior Agrária, Bragança, Portugal, 2 Centro de Investigação de Montanha, Bragança, Portugal, 3 Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento, Vila Real, Portugal (*E-mail:toze@ipb.pt)
PORTUGAL

Resumo: O queijo é um alimento importante para uma alimentação saudável. Portugal é um país com uma enorme tradição no fabrico de queijo a partir da utilização dos pequenos ruminantes. Rebanhos conduzidos em sistemas de produção com base na silvo-pastorícia, com ciclos de produção ao sabor da fisiologia do animal, moldado pelo tempo e a mestria do pastor. A produção de queijos tradicionais é um hábito muito arraigado nas comunidades pastoris e o estudo da aceitação dos consumidores em relação ao queijo envelhecido constitui um factor importante para a estratégia de valorização/competitividade. Este trabalho baseia-se nos dados de um inquérito às preferências de consumo de queijo de ovelha de Cura Extra Longa (CEL). O estudo teve como objetivos: identificar o perfil do consumidor, os seus hábitos de consumo de queijo e comparar a perceção dos consumidores face às características de queijos com diferentes tempos de cura (6, 11 e 12 meses). Para isso, desenvolveu-se um estudo baseado numa amostra de 107 consumidores que se deslocaram a um supermercado de Bragança em 29 de maio de 2015 e à Feira Nacional de Agricultura 2015, em Santarém em 11 de junho. Para proceder à recolha de dados foi utilizado um questionário com questões acerca das características do consumidor, da frequência do consumo de queijo e das perceções sensoriais por parte dos consumidores (aspecto, aroma, sabor, perceção de teor de gordura, dureza, perceção de teor de sal) dos queijos. O tratamento dos dados foi feito com recurso ao SPSS 23.0 e envolveu o uso de estatística descritiva para identificar o perfil do consumidor e os seus hábitos de consumo de queijo; e, o teste de *Friedman* para verificar se existiam diferenças, estatisticamente, significativas entre os queijos com diferentes tempos de cura. A maioria dos participantes

consumia queijo mais de uma vez por semana (77,6%), era do género masculino (57,9%), tinha idade compreendida entre 25 e 64 anos (77,6%), era casado ou vivia em união de facto (48,1%), o agregado familiar integrava 3 ou 4 pessoas (52,5%) com um rendimento líquido mensal do agregado familiar situado entre 1001 e 3000 € (44,9%) e tinha habilitações literárias ao nível do ensino superior (63,6%). Os resultados globais permitiram identificar diferenças, ao nível de significância de 1%, em todas as características consideradas com exceção da perceção do teor de sal e perceção do teor de gordura. Relativamente ao aspecto, aroma, sabor, avaliação global e intenção de compra, o queijo com seis meses de cura foi o preferido, independentemente, do género do inquirido. As diferenças encontradas devem-se, essencialmente, a fatores como o escalão etário (25 a 64 anos) e a frequência do consumo de queijo (mais de uma vez por semana). Verificou-se, ainda, que o género, o escalão etário e a frequência do consumo de queijo são fatores diferenciadores no que diz respeito à dureza do queijo, sendo os queijos com mais cura considerados mais duros pelos indivíduos do género masculino com idade entre os 25 e 64 anos e que consomem queijo mais do que uma vez por semana.

Palavras-chave: Queijo tipo prato, Ovelha, Cura extralonga, Estudo de mercado

Agradecimentos: Este trabalho foi financiado por: Fundos Europeus Estruturais e de Investimento, na sua componente FEDER, através do Programa Operacional Competitividade e Internacionalização (COMPETE 2020) [Projeto n.º 006971 (UID/SOC/04011)]; e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, no âmbito do projeto UID/SOC/04011/2013. PRODER – Medida 4.1 – PA 49 481 - “Desenvolvimento de novos produtos à base de queijo de ovelha cura extra longa”.

CTA1.7