

AVALIAÇÃO DA COMERCIALIZAÇÃO E CERTIFICAÇÃO DO AMENDOIM (*ARACHIS HYPOGAEA L.*) E DERIVADOS NO MUNICÍPIO DE SÃO JOSÉ DO RIO PRETO – SP

Lorrane Monique Oliveira Larios¹
Teresa Cristina Castilho Gorayeb²

1 INTRODUÇÃO

Originário da América do Sul, o amendoim (*Arachis hypogaea L.*) é uma oleaginosa apreciada mundialmente e conhecida por apresentar sementes saborosas, possui alto valor nutritivo e calórico, rico em óleo, proteínas e vitaminas. No Brasil o amendoim é consumido geralmente na forma de aperitivos, salgados e doces em confraternizações e festas juninas.

O amendoim é um produto agrícola rico em aspectos nutricionais. Por isso, o mesmo é muito utilizado como matéria-prima ou suprimento/ingrediente para a elaboração de produtos fabricados pelo setor da indústria agroalimentar (SABES; ALVES, 2007). O amendoim é considerado uma importante leguminosa, junto com o feijão e a soja, não só como alimento proteico e energético, mas também como um dos principais produtores de óleo, com amplas possibilidades de aproveitamento na indústria, inclusive como substituto do óleo diesel (MARTIM; ASSUNÇÃO; LIMA, 2009).

O amendoim é cultivado em escala comercial há muitos anos no Brasil. Sua produção teve importância expressiva no abastecimento interno de óleos vegetais comestíveis na década de 60. Na década de 70, foram produzidas cerca de 1 milhão de toneladas desse produto, tendo declinado desde então, devido, principalmente, ao avanço da produção de soja no Brasil. (LOURENZANI; LOURENZANI, 2006).

Atualmente a cultura do amendoim utilizada na rotação da cana-de-açúcar, principalmente no Estado de São Paulo, mas sua produção e comercialização de amendoim e derivados, precisa de melhorias, para que tenha uma qualidade

1 Faculdade de Tecnologia de São José do Rio Preto. E-mail: lorranebatec@gmail.com

2 Faculdade de Tecnologia de São José do Rio Preto. E-mail: tegorayeb@fatecripreto.edu.br

de produto livre do fungo *Aflatoxina*, que é o grande vilão para o consumo. O mercado interno brasileiro de amendoim tem grande potencial. As micotoxinas são contaminantes naturais encontradas nas matérias-primas, alimentos e rações. Algumas micotoxinas podem causar doenças autoimunes, possuem propriedades antialérgicas e algumas delas são cancerígenas, teratogênicas ou mutagênicas. Segundo Council for Agricultural Science and Technology (CAST) (2003), a ocorrência de micotoxinas é influenciada por certos fatores ambientais, assim, a extensão da contaminação de um determinado produto com uma determinada toxina varia com a localização geográfica, práticas agrícolas e processamento pós-colheita.

Os tipos de aflatoxina são B1, B2, G1 e G2. A aflatoxina B1 é a forma mais frequente e mais tóxica para os seres humanos. Os principais efeitos da aflatoxina são hepatocarcinoma; imunossupressão, que leva ao aumento da susceptibilidade a infecções e deficiência de crescimento em crianças devido à capacidade de aflatoxina para atravessar a placenta humana (International Agency For Research on Cancer - IARC, 2002). A hepatite B e hepatite C são infecções crônicas, sendo fatores de risco para o câncer de fígado causado por aflatoxina. A toxina reside no fígado por um longo período, causando danos aos genes supressores de tumor. Uma consequência imediata da exposição de aflatoxina pode ser aflatoxicose, ou intoxicação por aflatoxinas; sinais e sintomas incluem problemas gastrointestinais e lesões hepáticas (BHAT; RAI; KARIM, 2010; CHANG; SREEDHARAN; SCHNEIDER, 2013).

Diante deste cenário, o objetivo geral deste trabalho foi avaliar a comercialização e certificação do selo de qualidade do amendoim e derivados no município de São José do Rio Preto – SP.

2 METODOLOGIA

Para a realização da pesquisa de avaliação da comercialização de amendoim e derivados, foi utilizado um questionário (Apêndice 1), para aplicação da pesquisa de avaliação de produtos e certificação do selo Pró-Amendoim da ABICAB nos estabelecimento conforme as classificações apresentadas na Tabela 1. Foram aplicados cinco questionários, para cada classificação, divididos em regiões Norte, Sul, Leste, Oeste e Centro-Oeste, no município de São José do Rio Preto, estado de São Paulo. Foram feitas visitas *In loco* para aplicação dos questionários, nos bares, padarias, lojas de conveniência, mercado compacto, mercado convencional e super lojas, ao qual totalizou 30 questionários aplicados na pesquisa.

Os estabelecimentos alimentícios no varejo são classificados por tipos como: bares, padarias, lojas de conveniência, supermercados e super lojas. Esses formatos de varejo são classificados de acordo com a área de vendas, número médio de itens, porcentagem de vendas não alimentos, número de *check-outs* e seções (PARENTE, 2000).

Tabela 1. Classificação de Supermercados

Formato de lojas	Área de vendas/ m ²	Número médio de itens	% de vendas não alimentos	Número de Check-outs	Seções
Bares	20-25	300	1	-	Mercearia, lanches e bebidas.
Padarias	50-100	1000	1	-	Padaria, mercearia, frios, laticínios e lanches.
Loja de Conveniência	50-250	1000	3	1-2	Mercearia, frios, laticínios e bazar, lanches.
Supermercado Compacto	300-700	4000	3	2-6	Mercearia, hortifrúti, carnes, aves, frios, laticínios, bazar.
Supermercado Convencional	700-2500	9000	6	7-20	Mercearia, hortifruti, carnes, aves, frios, laticínios, bazar, peixaria.
Superloja	3000-5000	14000	12	25-36	Mercearia, hortifruti, carnes, aves, frios, laticínios, bazar, têxtil, eletrônicos, padaria.

Fonte: Adaptado de PARENTE, 2000.

3 REVISÃO DE LITERATURA

3.1 Mercado do Amendoim

Segundo, Anuário da Agricultura Brasileira - AGRIANUAL (2015), a produção mundial total de amendoim foi de 40.184 milhões de toneladas, o consumo de 39.560 milhões de toneladas, sendo 5.46 kg consumo per capita, a importação é de 2.281 milhões de toneladas e a exportação de 2.751 milhões de toneladas. A produção Brasileira do amendoim é de 0,08% se comparada à produção mundial.

De acordo com a Companhia Nacional de Abastecimento – CONAB (2014), ela concentra-se na região Sudeste com (93,86%), as regiões Norte, Nordeste, Sul e Centro-Oeste somam (6,14%) do total da produção, que foi de 316.000 mil toneladas, conforme apresentado na Tabela 2.

Tabela 2. Amendoim Produção Brasileira (toneladas métricas)

Regiões	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14**	2013/14**
Norte	0,0	6.300	8.400	9.200	4.900	9.400	6.000	2.800	0,89%
Nordeste	10.918	11.800	11.000	10.500	10.900	2.000	5.200	4.800	1,52%
Sudeste	179.400	248.400	244.800	180.000	187.000	271.300	302.800	296.600	93,86%
Sul	19.408	24.000	21.900	18.500	16.200	11.900	12.000	10.800	3,42%
Centro-Oeste	16.033	12.600	14.500	7.800	7.500	100	300	1.000	0,32%
Brasil	225.759	303.100	300.600	226.000	226.500	294.700	326.300	316.000	100,00%

**Previsão – Levantamento agosto de 2014

Fonte: Adaptado pelo autor da CONAB, (2014)

3.2 Segmentação de mercado

Segundo Kotler (1998), a segmentação de mercado consiste em um conjunto de estratégias de comercialização e mercadológicas, através de marcas que atingira um grupo ou grupos de compradores, que poderá ser segmentado de várias maneiras. Marca é um nome, termo, sinal, símbolo ou combinação dos mesmos, que tem um propósito de identificar bens ou serviços de um vendedor ou grupo de vendedores e de diferencia-los dos concorrentes.

Dentre os segmentos que compõem o setor varejista, o supermercadista tem maior destaque na economia nacional. No início dos anos de 1980 esse segmento comercializava 75% dos produtos do setor varejista, passando para 82,6% no final daquela década. No final dos anos de 1990, sua participação ampliou-se para 86,1% do volume total de vendas de bens de consumo diário, revelando a importância desse segmento (FERREIRA; VENÂNCIO; ABRANTES, 2009).

3.3 Certificação e o programa pró-amendoim

Qualidade contempla múltiplas finalidade no mundo dos negócios e na vida das pessoas, representa uma qualificação mínima para enfrentar tempos de alta competitividade. (MARTINS, 2007).

O que diminui a qualidade do amendoim são as Aflatoxinas que para ocorrer a comercialização desse alimento não podem estar presentes em níveis que produzem doenças.

Para a prevenção das contaminações dos grãos de amendoim por fungos produtores de aflatoxina, em especial o *Aspergillus flavus* Link e *Aspergillus parasiticus* Speare, são realizados programas de gestão de segurança alimentar, desde o campo, com as Boas Práticas Agrícolas (BPA), até as indústrias, com as Boas Práticas de Fabricação (BPF) e os Planos de Análises de Perigos e Pontos Críticos de Controle (APPCC) (GORAYEB, 2007).

A certificação é um processo de auditoria de origem e trajetória de produtos agrícolas e industriais, desde sua fonte de produção até o ponto final de venda ao consumidor, com avaliação de conformidade nas regras estabelecidas. (PENTEADO, 2010, p. 8).

Segundo Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Cacau, Amendoim, Balas e Derivados - ABICAB (2001), o Pró-Amendoim é um programa de auto-regulamentação e expansão do consumo do amendoim, que tem como objetivo principal estimular a cadeia produtiva do amendoim dentro dos padrões nacionais e internacionais de qualidade, oferecendo aos consumidores alimentos seguros livre de *aflatoxinas*.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A Tabela 3 apresenta os resultados obtidos nas análises dos produtos de amendoim e derivados comercializados nos bares de São José do Rio Preto, observou-se que existem ao todo quatro marcas de amendoim comercializadas (Amendomix, Amendupã, Dori e MG), duas marcas de paçoca (Oliveira e Rio) e

uma marca de pé de moleque (Vitória Doces Caseiros) e dois pé de moça (Pingo Bom e Vitória Doces Caseiros). Observou-se que apenas duas marcas de amendoim possuíam o selo do pró-amendoim da ABICAB que garante a qualidade, sendo as marcas: Amendupã e Dori.

Os resultados obtidos nas análises dos produtos de amendoim e derivados comercializados nas padarias estão apresentados na Tabela 3, ao todo são duas marcas de amendoim (MG e Apetitoso), três marcas de paçoca (Doces Novaes, Oliveira e Vitória Doces Caseiros), uma marca de pé de moça (Vitória Doces Caseiros) e uma marca de torrone (São José). As marcas observadas ambas as marcas não possuíam o selo do pró-amendoim da ABICAB que garante a qualidade.

Nas análises dos produtos de amendoim e derivados comercializados nas lojas de conveniências, podem-se observar na Tabela 5 que existem ao todo seis marcas de amendoim (Agtal, Amendoim Oriental, Dori, Elma Chips, MG e Santa Helena), uma marca de paçoca (Santa Helena), uma marca de pé de moleque (Santo Antônio) e uma marca de torrone (Arcor). Das marcas encontradas verificou-se que apenas três marcas de amendoim, uma de paçoca e um torrone possuíam o selo do pró-amendoim da ABICAB que garante a qualidade, sendo as marcas: Arcor, Agtal, Dori e Santa Helena.

Tabela 3. Total de marcas comercializadas em Bares, Padarias e Conveniências que possuíam ou não o selo Pró-Amendoim da ABICAB

Amendoim e produtos derivados comercializados	Bares	Padarias	Conveniências
Amendoim salgado torrado com pele Tatu	MG, Amendomix	MG	MG
Amendoim salgado sem pele Runner	Amendupã	0	Dori
Amendoim salgado Japonês	Dori	Oliveira, Vitória Doces Caseiros	Agtal, Amendoim Oriental, Dori
Amendoim salgado com castanha e uva passa	0	Apetitoso	0
Amendoim salgado com cobertura de polvilho	0	0	Elma Chps
Amendoim salgado com cobertura de cebola e salsa, pimenta ou tempero salgado	0	0	0
Amendoim doce colorido/confeitado	0	0	Dori
Paçoca caseira	Oliveira	Oliveira, Vitória Doces Caseiros	0
Paçoca rolha	Oliveira e Rio	0	Santa Helena
Pé de moleque	Vitória Doces Caseiros	Vitória Doces Caseiros	0
Pé de moça	Vitória Doces Caseiros, Pingo Bom	0	0
Torrone	0	São José	Arcor
Total de marcas comercializadas	8	5	9
Total de marcas com selo ABICAB	1	0	4

Fonte: Elaborado pelas autoras

Como resultado da pesquisa realizada nos mercados compactos de acordo com a Tabela 4 os supermercados compactos, observou-se que existem ao todo sete de marcas de amendoim (Dori, Du'João, Chinnut's, Kinino, Noroeste, Santa Irene, Santa Helena), cinco marcas de paçoca, (Doces Passin, Doces Kael, Giardini, Katry, e Santa Helena), três marcas de pé de moleque (Doces Passin, Jazam e Santa Helena), uma marca de pé de moça (Bruju), uma marca de torrone (Doces Passin) e três marcas de bala (Centenário, Santa Helena e Toffano). Verificou-se que apenas duas marcas de amendoim, uma marca de paçoca e uma marca de bala, possuíam o selo do pró-amendoim da ABICAB que garante a qualidade, sendo as marcas: Dori e Santa Helena.

Tabela 4. Total de marcas comercializadas em supermercados compactos que possuíam ou não o selo Pró-Amendoim da ABICAB

Amendoim e produtos derivados comercializados	Supermercado Compacto 1	Supermercado Compacto 2	Supermercado Compacto 3	Supermercado Compacto 4	Supermercado Compacto 5
Amendoim sem sal cru com pele Tatu	Kinino	Kinino	-	-	-
Amendoim salgado torrado com pele Tatu,	Chinnut's	-	Noroeste	-	-
Amendoim sem sal cru sem pele Runner	Kinino, Santa Irene, Dori	Kinino	-	-	-
Amendoim salgado Japonês	Du' João, Dori, Chinnut's	Dori	-	Dori, Santa Helena	Dori, santa Helena
Amendoim salgado com cobertura de cebola e salsa, pimenta ou tempero salgado	Chinnut's	-	-	-	-
Amendoim doce com cobertura de chocolate	Dori	Dori	-	Dori	Dori
Amendoim doce colorido/ confeitado	Dori, Chinnut's	-	-	Dori	Dori
Paçoca caseira	Giardini	Giardini	Giardini, Doces Passin	Santa Helena	Santa Helena
Paçoca caseira diet	-	-	-	Santa Helena	-
Paçoca caseira com aveia	-	-	-	Santa Helena	-
Paçoca rolha	Giardini, Katry	Giardini, Katry	Giardini	Santa Helena	Santa Helena e Doces Kael
Pé de moleque	Doces Passin	-	Doces Passin	Santa Helena e Jazam	Santa Helena, Jazam
Pé de moça	-	-	-	Bruju	-
Torrone	Doces Passin	-	Doces Passin	-	-
Bala	-	-	-	Santa Helena, Toffano	Santa Helena, Centenário
Total de marcas comercializadas	8	4	3	5	5
Total de marcas com selo ABICAB	2	1	0	2	2

Fonte: Elaborado pela autora.

Na Tabela 5 observou-se que nos Supermercados convencionais existem ao todo doze de marcas de amendoim (Da Fazenda, Dori, Chinnut's, Estrela D'orient, Kodilar, Keleck, Kinino, Noroeste, Potirendaba, Santa Helena, Santa Irene, Siamar e Yoki), sete marcas de paçoca, (Doces Passin, DociBom, Giardini, Potirendaba, Rio e Santa Helena e Yoki), cinco marcas de pé de moleque (Doces Passin, Giardini, Potirendaba, Rio e Santa Helena), três marcas de torrone (DociBom, Doces Piauí e Moteviérgine), três marcas de bala (Kidocura, Santa Helena e Toffano) e duas pasta/creme de amendoim (Fugini e Santa Helena). Como resultado observou-se apenas três marcas de amendoim, duas marcas de paçoca, uma de pé de moleque, uma marca de bala e uma de pasta/creme de amendoim possuíam o selo do pró-amendoim da ABICAB que garante a qualidade, sendo as marcas: Dori, Santa Helena e Yoki.

Na Tabela 6 estão apresentados os resultados obtidos nas Super lojas a avaliação dos produtos de amendoim e derivados que são comercializados, ao todo dezesseis de marcas de amendoim (Agtal, Amafil, Bom Preço, Campo Belo, Carrefour, Dr. Oetker, Dori, Elma Chips, Estrela D'orient, Hitt Nutts, Jogada, Kodilar, Kinino, Mais Economico, Santa Helena e Yoki), sete marcas de paçoca, (Carrefour, Caipira, Fibrasmil, Guimarães, Pop Mirassol, Santa Helena e Yoki), oito marcas de pé de moleque (Carrefour, Guimarães, Jazam, NBom, Pop Mirassol, Santo Antonio, Santa Helena e Yoki), duas marca de torrone (Arcor e Moteviérgine), duas marcas de bala (Centenário e Santa Helena), três pasta/creme de amendoim (Fugini, Skippy Hornel Foods e Santa Helena) e uma farofa de amendoim (Santa Helena). Ao todo foram apenas cinco marcas de amendoim, duas de paçoca, duas de pé de moleque, uma marca de torrone, uma marca de bala, uma de pasta/creme de amendoim e uma de farofa possuíam o selo do Pró-Amendoim da ABICAB que garante a qualidade, sendo as marcas: Agtal, Arcor, Dori, Dr. Oetker, Santa Helena e Yoki.

Nas Tabelas 7 e 8 estão apresentadas as marcas que possuem o selo e que não possuem o selo de qualidade do Programa Pró-amendoim ABICAB, respectivamente. Pode-se observar que não há muitas marcas que possuem o selo devido a não exigência deste pelos órgãos fiscalizadores, porém a importância para os consumidores é a garantia de qualidade e segurança dos produtos fornecidos pelas marcas com selo, principalmente porque esses produtos são analisados quanto aos índices de aflatoxinas em todo o seu processo.

Tabela 5. Total de marcas comercializadas em Supermercados Convencionais que possuíam ou não o selo Pró-Amendoim da ABICAB

Amendoim e produtos derivados comercializados	Supermercado Convencional 1	Supermercado Convencional 2	Supermercado Convencional 3	Supermercado Convencional 4	Supermercado Convencional 5
Amendoim sem sal cru com pele tatu	-	Kodilar e Siamar	Kodilar e Siamar	Kinino, Kodilar e Siamar	-
Amendoim salgado torrado com pele tatu	-	Chinnut's	-	-	Chinnut's e Santa Irene

Mobilizar o Conhecimento para Alimentar o Brasil

Amendoim e produtos derivados comercializados	Supermercado Convencional 1	Supermercado Convencional 2	Supermercado Convencional 3	Supermercado Convencional 4	Supermercado Convencional 5
Amendoim sem sal cru sem pele Runner	Da Fazenda e Santa Helena	Kodilar, Siamar, Yoki, Potirendaba e Noroeste	Siamar, Yoki	Yoki	-
Amendoim salgado sem pele Runner	-	Potirendaba	Santa Helena	Dori	-
Amendoim salgado com cobertura de gergelim	-	Santa Irene	-	-	-
Amendoim salgado japonês	Dori e Santa Helena	Dori, Chinnut's, Yoki, Noroeste e Santa Irene	Dori, Keleck e Santa Helena	Yoki	Santa Helena e Keleck
Amendoim salgado com cobertura de polvilho	-	Chinnut's	Yoki	Yoki	-
Amendoim salgado com cobertura de cebola e salsa, pimenta ou tempero salgado	Dori e Santa Helena	Santa Helena, Santa Irene, Dori e Chinnut's	Santa Helena	Dori	Santa Irene, Chinnut's
Mix de amendoim salgado com salsa e cebola, pimenta, tradicional e Japonês	-	Estrela D'orient	-	-	-
Amendoim com mel	-	-	-	-	-
Amendoim doce com cobertura de chocolate	-	Dori	-	Dori	Chinnut's
Amendoim doce com cobertura colorida/confeitado	-	Yoki	Dori e Yoki	-	-
Paçoca caseira	-	-	Rio, Potirendaba	Santa Helena, Doces Passin, DociBom, Giardni, Yoki	Santa Helena, Doces Passin
Paçoca caseira diet	-	-	Santa Helena	-	-
Paçoca caseira com aveia	-	-	Santa Helena	-	-
Paçoca rolha	-	-	Santa Helena e Rio	Santa Helena, Doces Passin, DociBom, Giardni, Yoki	Santa Helena
Pé de moleque	-	-	Potirendaba e Rio	Giardini	Doces Passin
Pé de moleque diet	-	-	-	Santa Helena	-
Pé de moleque zero	-	-	-	Santa Helena	-
Torrone	-	-	Monteviergine, Doces Piauí	DociBom	-
Bala	-	Kidoçura	Santa Helena	Santa Helena, Toffano	-
Pasta/creme de amendoim	-	-	Fugini	Fugini e Santa Helena	-
Total de marcas comercializadas	3	11	11	10	5
Total de marcas com Selo ABICAB	2	3	3	3	1

Tabela 6. Total de marcas comercializadas em Super Lojas que possuíam ou não o selo Pró-Amendoim da ABICAB

Amendoim e produtos derivados comercializados	Super Loja 1	Super Loja 2	Super Loja 3	Super Loja 4	Super Loja 5
Amendoim sem sal cru com pele tatu	Kodilar	Amafil,Kodilar	Bom Preço, Yoki	Kodilar, Campo Belo, Yoki	Kodilar,Kinino
Amendoim sem sal cru sem pele Runner	-	Amafil,Kodilar	Mais Econômico	Yoki	Yoki,Kinino
Amendoim salgado sem pele Runner	Dr. Oetker	Santa Helena	Santa Helena	-	-
Amendoim salgado japonês	Carrefour, Dr. Oetker, Agtal, Elma Chips	Santa Helena, Dori, Jogada	Santa Helena, Dr. Oetker, Agtal	Yoki	Dori, Yoki e Elma Chips
Amendoim salgado com cobertura de polvilho	Carrefour, Yoki	-	Elma Chips	Elma Chips	Elma Chips
Amendoim salgado com cobertura de cebola e salsa, pimenta ou tempero salgado	Agtal, Carrefour, Dori, Santa Helena,	Santa Helena, Jogada, Dori	-	Santa Helena, Hitt Nutts	Dori, Elma Chips
Mix de amendoim salgado de salsa e cebola, pimenta, tradicional e japonês	Estrela D'oriente	-	-	-	-
Amendoim com mel	Yoki	-	Yoki	Yoki	-
Amendoim doce com cobertura de chocolate	Dori	-	-	-	-
Amendoim doce com cobertura colorida/confeitado	-	-	-	Dori	Yoki
Paçoca caseira	Yoki, Santa Helena, Pop Mirassol	Santa Helena, Caipira	-	Yoki, Santa Helena	Guimarães, Santa Helena
Paçoca caseira diet	Santa Helena	Fibras mil	-	-	-
Paçoca rolha	Carrefour, Santa Helena, Yoki	-	Yoki, Santa Helena	-	Santa Helena, Guimarães, Yoki
Paçoca rolha com aveia e soja	-	Fibrasmil	-	-	-
Pé de moleque	Carrefour, Santa Helena, Yoki, Pop Mirassol	Santa Helena, Jazam	Yoki	NBom	Santa Helena, Santo Antonio, Guimarães, Yoki
Pé de moleque zero	-	Santa Helena	-	-	-
Torrone	Monteviergine	-	-	-	Arcor
Bala	-	-	-	Centenário, Santa Helena	-
Bala diet	-	Santa Helena	-	-	-
Pasta/creme de amendoim	Santa Helena, Fugini, Skippy Hornel Foods	Santa Helena, Fugini	-	-	Fugini, Skippy Hornel Foods

Mobilizar o Conhecimento para Alimentar o Brasil

Amendoim e produtos derivados comercializados	Super Loja 1	Super Loja 2	Super Loja 3	Super Loja 4	Super Loja 5
Pasta/ creme de amendoim zero	-	Santa Helena	-	-	-
Farofa de amendoim	-	Santa Helena	-	-	-
Total de marcas comercializadas	13	10	7	9	11
Total de marcas com Selo ABICAB	5	2	4	3	4

Fonte: Elaborado pela autora.

Tabela 7. Marcas observadas que possuem o Selo da ABICAB.

Marcas	Produtos comercializados
Agtal	Amendoim
Amendupã	Amendoim
Arcor	Torrone
Dori	Amendoim
Dr. Oetker	Amendoim
Santa Helena	Amendoim, paçoca, pasta de amendoim
Yoki	Amendoim, paçoca, pé de moleque
Total de marcas	07

Fonte: Elaborado pela autora.

Tabela 8. Marcas observadas que não possuem o Selo da ABICAB.

Marcas	Produtos comercializados
Amafil	Amendoim
Amendoim Oriental	Amendoim
Amendupã	Amendoim
Bom Preço	Amendoim
Bruju	Pé de moça
Campo Belo	Amendoim
Carrefour	Amendoim, paçoca, pé de moleque
Centenário	Bala
Chinnut's	Amendoim
Da Fazenda	Amendoim

Mobilizar o Conhecimento para Alimentar o Brasil

Marcas	Produtos comercializados
Doces Kael	Paçoca rolha
Doces Novaes	Paçoca
Doces Passin	Paçoca caseira
Doces Piauí	Torrone
DociBom	Pé de moleque
Dr. Oetker	Amendoim
Du'João	Amendoim
Elma Chips	Amendoim
Estrela D'orient	Amendoim
Fribrasmil	Paçoca caseira
Fugini	Pasta/creme de amendoim
Giardini	Paçoca caseira e pé de Moleque
Guimarães	Pé de moleque
Jazam	Paçoca
Jogada	Amendoim
Hitt Nutts	Amendoim
Katry	Amendoim
Keleck	Amendoim
Ki-Kakau	Paçoca
Kinino	Amendoim
Kidoçura	Bala
Kodilar	Amendoim
MG	Amendoim
Monteviergine	Torrone
NBom	Pé de moleque
Noroeste	Amendoim
Oliveira	Paçoca caseira
Pingo Bom	Paçoca caseira
Pop Mirassol	Paçoca caseira
Potirendaba	Paçoca caseira
Rio	Paçoca e pé de Moleque
Santa Irene	Amendoim

Marcas	Produtos comercializados
Santo Antônio	Pé de moleque
São José	Torrone
Siamar	Amendoim
Skippy Hornel Foods	Pasta/creme de amendoim
Toffano	Balas
Vitória Doces Caseiros	Paçoca, pé de moleque
Total de marcas	58

Baseado nos resultados da pesquisa, observou-se que os produtos que continham o selo Pró-Amendoim da ABICAB foram os amendoins doces, amendoins salgados e paçocas. Nos bares, padarias e lojas de conveniências o mix de produtos basicamente foram amendoim e paçoca, sendo que devido ao baixo nível de exigência dos consumidores, foram poucos produtos certificados foram encontrados mais nas lojas de conveniências.

Nos Supermercados compactos o grau de exigência dos consumidores também é menor, mas apesar disso havia produtos com certificação, porém nos supermercados convencionais aconteceu o mesmo. Nas Super lojas, o mix de produtos é muito amplo, pois os consumidores que frequentam estes estabelecimentos são muito exigentes com os produtos comercializados neste tipo de local, havendo até produtos diet e zero, nas paçocas e pé de moleques, a quantidade de produtos certificados foi maior.

Constatou-se que os produtos mais comercializados foram amendoim com cobertura salgada e a paçoca caseira, encontrada principalmente em bares, padarias e supermercados.

Do total de cinquenta e oito marcas pode-se verificar a presença do selo de qualidade emitido pela Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Cacau, Amendoim, Balas e Derivados – ABICAB, em sete marcas, totalizando 12,73% e as 51 marcas que não constavam certificação foram 87,27%.

Observou-se também que as marcas mais encontradas que possuíam o selo Pró-Amendoim da ABICAB foram, Dori, Santa Helena e Yoki, do total de 55 marcas comercializadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o aumento de comercialização de produtos de amendoim e derivados ocorre uma maior exigência dos consumidores por segurança destes alimentos e sabe-se que um produto certificado passou por uma fiscalização maior, portanto são os mais indicados para uma alimentação segura.

Assim nesse trabalho pôde-se observar que no município de São José do Rio Preto as exigências não estão sendo cumpridas pelas agroindústrias processadoras de amendoim e seus derivados e o comércio varejistas não exige essa certificação de segurança e qualidade.

Dessa forma, sugere-se um maior comprometimento das agroindústrias processadoras e uma conscientização do consumidor no cuidado ao adquirir os produtos que não estão registrados, sem rótulos, como foi detectado principalmente nos bares e padarias visitados nessa pesquisa, o que pode proporcionar um risco para a segurança alimentar devido a possibilidade da presença de aflatoxinas.

REFERÊNCIAS

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE CHOCOLATES, CACAU, MENDOIM, BALAS E DERIVADOS (ABICAB). **Programa Pró-Amendoim**. 2001. Disponível em: <<http://www.abicab.org.br/amendoim/pro-amendoim/selo-de-qualidade>>. Acesso em: 13 ago. 2015.
- AGRIANUAL 2015. **Anuário da agricultura brasileira**. São Paulo: FNP Consultoria & AgroInformativos, 2015.
- BHAT, R.; RAI, R.; KARIM A. A. Mycotoxins in food and feed: present status and future concerns. **Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety**. Institute of Food Technologists, v. 9, p. 57-81, 2010. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1541-4337.2009.00094.x/pdf>>. Acesso em: 11 jan. 2015.
- CHANG A. S.; SREEDHARAN A.; SCHNEIDER K. R. Peanut and peanut products: a food safety perspective. **Food Control**, v. 32, p. 296–303, 2013. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.foodcont.2012.12.007>>. Acesso em: 02 jan. 2015.
- COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO-CONAB. **Acompanhamento da safra brasileira de grãos: safra 2014/15: terceiro levantamento**. Brasília: Companhia Nacional de Abastecimento, v. 2, n. 3, p. 1-100, dez. 2014. Disponível em: <<http://www.conab.gov.br>>. Acesso em: 29 dez. 2014.
- COUNCIL FOR AGRICULTURAL SCIENCE AND TECHNOLOGY- CAST. Mycotoxin: risk in plant, animal, and human system. **Task Force Report**, Ames, Iowa, USA, n. 139, 2003.
- FERREIRA, M. A. M., VENÂNCIO, M. M., ABRANTES, L. A. Análise da eficiência do setor de supermercados no Brasil. **Economia Aplicada**, v. 13, n. 2, 2009.
- GORAYEB, T. C. C. **Avaliação das condições críticas para o surgimento de Aflatoxina na cadeia de processamento de amendoim (*Arachis Hypogaea* L.)**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual Paulista - Unesp. São José do Rio Preto, SP: Unesp, 2007.
- INTERNATIONAL AGENCY FOR RESEARCH ON CANCER (IARC). Some traditional herbal medicines, some mycotoxins, naphthalene and styreneln monographs on

- the evaluation of carcinogenic risks to humans. **IARC**, Lyon, v. 82, p. 301-366, 2002.
- KOTLER, P. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. Tradução Alton Bomfim Brandão. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998. p. 393.
- LOURENZANI, W.L.; LOURENZANI, A.E.B.S. Potencialidades do agronegócio brasileiro de amendoim. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 44., 2006, Fortaleza, Ceará, Brasil. **Anais...** Fortaleza: Sober, 2006. CD-ROM.
- MARTIM, A.; ASSUNÇÃO, H. F.; LIMA, T. M. Ensaio de competição para avaliar o desempenho produtivo de quatro variedades de amendoim, no sudoeste de Goiás. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PLANTAS OLEAGINOSAS, ÓLEOS, GORDURAS E BIODIESEL, 6., 2009, Montes Claro, MG. **Anais...** Monte Claros, 2009. Editado em CD-ROM.
- MARTINS, R. A. Gestão da qualidade agroindustrial. In: BATALHA, M. O. **Gestão agroindustrial**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007. v. 1, cap. 8, p. 503.
- PARENTE, J. **Varejo no Brasil: gestão e estratégia**. São Paulo: Atlas, 2000.
- PENTEADO, S. R. **Certificação agrícola: selo ambiental e orgânico**. 2. ed. Campinas/SP: Via Orgânica: Fraga Penteado & Cia, 2010. v. 2, cap. 1, p. 8.
- SABES, J. J. S; ALVES, A. F. Aspectos do agronegócio do amendoim no mundo. In: 5º ENCONTRO INTERNACIONAL DE PRODUÇÃO CIENTÍFICA CESUMAR, 5., 2007, Maringá/PR. **Anais...** Maringá: CESUMAR, 2007. Disponível em: <http://www.cesumar.br/prppge/pesquisa/epcc2007/anais/jair_junior_sanches_sabes3.pdf>. Acesso em: 20 out. 2015.