

AValiação DA ATITUDE DOS CONSUMIDORES DE FRUTAS DESIDRATADAS

Sueli dos Santos, Faculdade de Tecnologia de São José do Rio Preto,
susantos32@live.com

Waldemir Oliveira Cardoso, Faculdade de Tecnologia de São José do Rio Preto,
waldemir39tec@hotmail.com

Mariangela Cazetta, Faculdade de Tecnologia de São José do Rio Preto,
mariangela@fatecriopreto.edu.br

Teresa Cristina Castilho Gorayeb, Faculdade de Tecnologia de São José do Rio Preto,
tegorayeb@fatecriopreto.edu.br

Área Temática: Mercado, Comercialização e Comércio Internacional

RESUMO

A desidratação é uma das técnicas mais antigas de preservação de alimentos capaz de atender as necessidades dos consumidores que estão aderindo ao consumo desse tipo de alimento em busca de alimentação mais saudável. Neste contexto o objetivo desse trabalho foi o estudo do público alvo de frutas desidratadas no município de São José do Rio Preto. Foi realizado o estudo de mercado por meio de uma pesquisa com o público alvo, entrevistando-se frequentadores de academia com um questionário e os resultados mostraram que a preferência foi da banana desidratada e o que mais influência na compra é o preço.

Palavras-Chave: Estudo de mercado, frutas desidratadas, praticidade.

ABSTRACT

Dehydration is one of the oldest techniques of food preservation able to meet the needs of consumers who are adhering to the consumption of such food in search of healthier food. In this context, the objective of this work was the target audience of the study of dehydrated fruits in the city of São José do Rio Preto. We conducted a market study through a research with the target audience, gym goers were interviewed with a questionnaire and the results showed that the preference was the dehydrated banana and what else influences the purchase is the price.

Key Words: market study, dehydrated fruits, practicality.

1. INTRODUÇÃO

Um dos principais métodos de conservação de frutas é a desidratação que tem a função de retirar a água livre das frutas promovendo maior tempo de vida útil. Atualmente é comum encontrar no mercado caixinhas de mix de frutas desidratadas para o consumo nos lanches e assim diminuir o consumo de carboidratos e conseguir uma dieta balanceada e também manter a forma.

Nas academias, lojas de produtos naturais e esportistas encontra-se as frutas desidratadas como opções principalmente pela praticidade de poderem ser colocadas nas bolsas e até no bolso das suas roupas.

Neste contexto o objetivo desse trabalho foi o estudo do público alvo de frutas desidratadas no município de São José do Rio Preto – SP.

2. METODOLOGIA

Para o estudo de mercado foi realizada uma pesquisa com o público alvo, de acordo com Motta (2009). Foram entrevistados 90 frequentadores de academia que consomem frutas desidratadas, por meio de aplicação de um questionário com 14 perguntas, divididas em: 4 questões para a caracterização da população entrevistada, 2 questões para hábito de consumo e 5 questões para descrever o hábito de compra, 1 questão para preferência, 1 para questão para nutrientes e 1 questão para rótulos das embalagens.

3. REVISÃO DE LITERATURA

3.1 MERCADO BRASILEIRO DE FRUTAS

O Brasil é o terceiro maior produtor mundial de frutas, ficando somente atrás da China e Índia, responsável pela produção de 43,6 milhões de toneladas de frutas em 2013 (SEBRAE, 2015). Embora seja um dos maiores exportadores de fruta do mundo a carência em marketing do setor frutícola dificulta a expansão comercial da fruta brasileira, uma vez que existe baixo conhecimento da maioria das frutas tropicais brasileiras no mercado internacional (ANDRIGUETTO et al., 2008).

Estima-se que 40% da colheita dos frutos são desperdiçadas entre a colheita no campo até a chegada ao mercado consumidor. É um grande problema para o fruticultor a conservação dos frutos maduros. Este alto índice de desperdício é um grande responsável pelo aumento de preços das frutas até o consumidor final. Devido à alta quantidade de água livre presente nos frutos, uma das principais causas de perdas é a deterioração. Portanto, faz-se necessário à utilização de métodos de conservação a fim de que o alimento se tornasse estável à deterioração química e microbiana (ALVES et al., 2011).

3.2 DESIDRATAÇÃO DE FRUTAS

A desidratação é uma das técnicas mais antigas de preservação de alimentos, aplicada desde a antiguidade. Consiste na eliminação de água de um produto por evaporação. Os processos de desidratação são relativamente simples, porém os cuidados com a matéria prima, manipulação e acondicionamento são fundamentais para a qualidade do produto final (FOOD INGREDIENTS BRASIL, 2013).

Muito difundida nos países desenvolvidos, no Brasil a comercialização de frutas desidratadas tem baixo consumo, preço alto e poucos pontos de venda. Este tipo de produto se encaixa em um nicho de mercado concentrado nas classes sociais de maior renda nos centros urbanos. As demandas por produtos naturais fizeram o consumo mundial de frutas secas aumentarem nos últimos anos. Apesar das dificuldades, o mercado de frutas secas está em expansão, graças ao interesse e envolvimento de todos os membros participantes da cadeia

produtiva. A perspectiva de crescimento do mercado é grande, realizada em escala artesanal a banana passa é a mais comum, mas há também espaço para as frutas tropicais como: abacaxi, manga, mamão e outras (SPERS, 2008).

De acordo com Cornejo; Nogueira e Wilberg, (2003) a obtenção de um novo produto com mudanças significativas na cor, no sabor, e na textura é o principal objetivo de uma agroindústria de processamento de frutas desidratadas sempre obedecendo a padrões próprios de identidade e qualidade dos produtos. Algumas vantagens de frutas desidratadas estão a limitação do crescimento de micro-organismos e redução de reações químicas, pela redução da atividade aquosa. Além de menos custos com embalagens, menor área de armazenamento e facilidade no transporte.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Dos 90 entrevistados, observou-se um percentual de 63% para o sexo feminino e 37% masculino. A maioria dos entrevistados concentra-se na faixa etária de 26 a 35 anos num total de 28,88%. O nível de escolaridade entre os entrevistados apresentou um maior percentual para formação superior com 41,11% e para ensino médio com 27,78%. Observou-se também que do total de pessoas que moram na residência dos entrevistados prevaleceu um maior percentual para adultos com 78,67%. Quanto a renda familiar em sua maioria foi em torno de 3 a 5 salários mínimos com 41,11% seguido da renda acima de 5 salários mínimos com 37,78%.

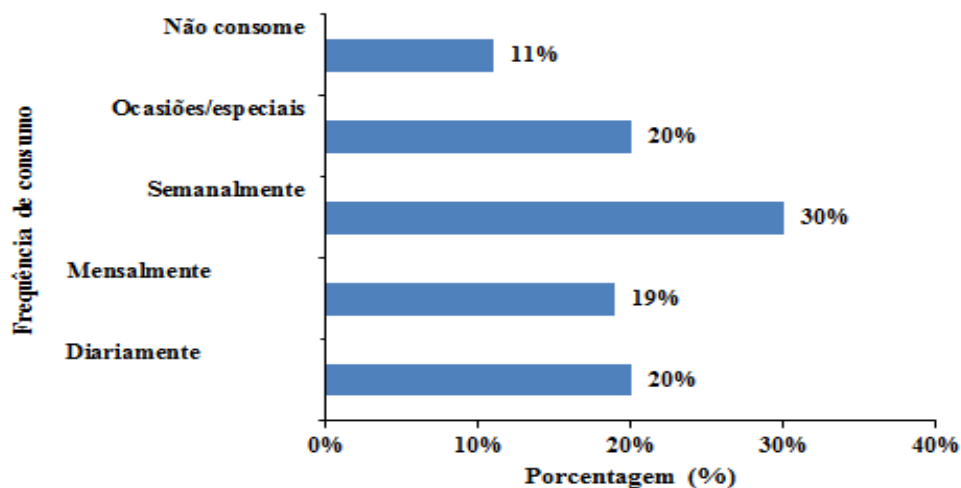
Dentre os hábitos de consumo a ocasião em que ocorre o consumo de frutas desidratadas apresentou um percentual de 27,78% para a opção de prazer esporádico e 23,34% como sendo o consumo por hábito. Sobre a frequência de consumo dos entrevistados foram constatados que a maioria 30% consome frutas desidratadas semanalmente e com percentual igual ficaram o consumo diário e ocasiões especiais com 20% (Figura 1).

Questionados sobre quais as frutas desidratadas mais consumidas os entrevistados optaram por duas alternativas sendo o maior percentual para a banana desidratada (seca) com 28,34% seguido a maçã com 23,88%. Na pesquisa foi constatado que 19,45% optaram por outras frutas, dentro deste percentual a ameixa desidratada (seca) apresentou o maior percentual com 40% seguido do damasco com 22,86%, (Figura 2). Foram abordados junto aos entrevistados se eles consideram que as frutas desidratadas são alimentos ricos em nutrientes, pode-se observar que a maioria respondeu que sim, totalizando 89% dos entrevistados.

Foram avaliados através dos questionários qual o local que os entrevistados costumam comprar frutas desidratadas, a maioria com 46,67% respondeu que compram em supermercado e 23,34% em lojas de produtos naturais.

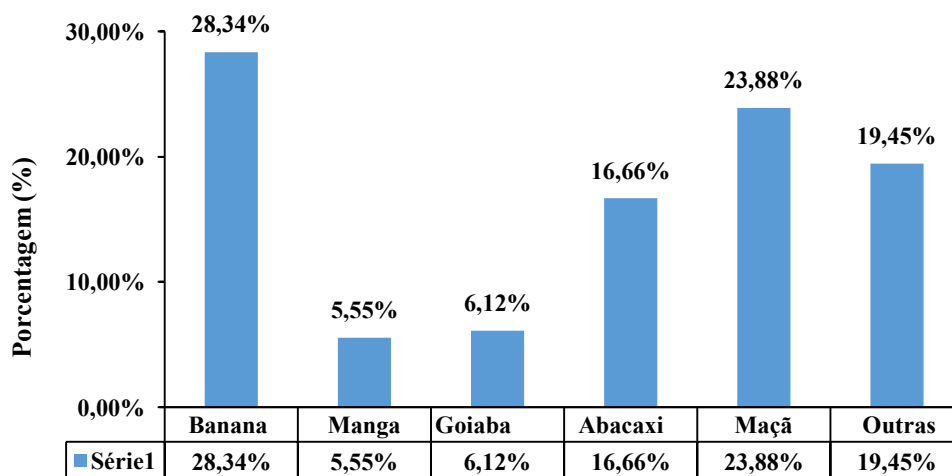
Nos resultados sobre o tipo de propaganda que influencia na decisão de compra de frutas desidratadas dos entrevistados pode-se observar que a maioria respondeu que os amigos com 23,33% são os que mais influenciam na decisão do local para a compra. Nas respostas dos fatores que os entrevistados levam em consideração ao adquirir o produto, foi o preço com 27,22% e a fabricação / validade com 21,66%, conforme apresentado na Figura 3.

Figura 1: Frequência de Consumo de Frutas Desidratadas



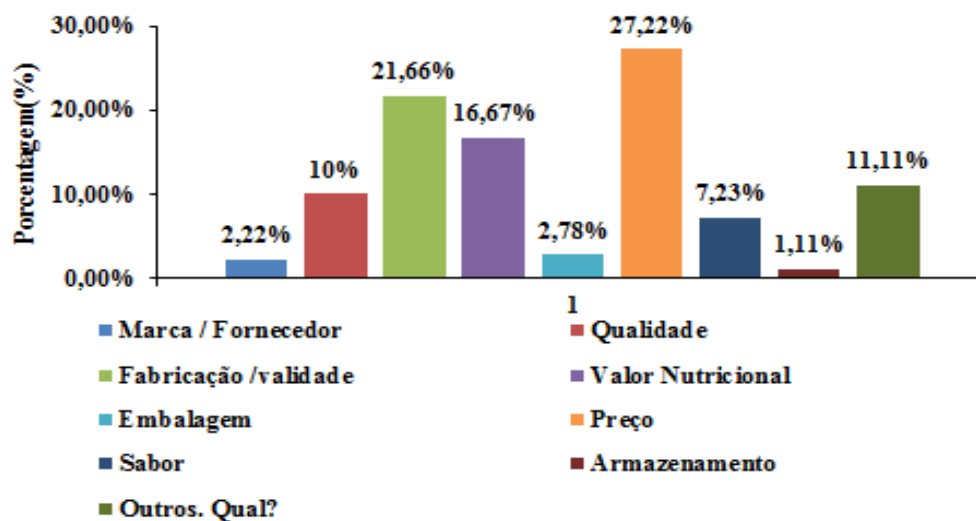
Fonte: Elaborado pelos autores

Figura 2: Preferência de consumo das frutas desidratadas pelos entrevistados



Fonte: Elaborado pelos autores

Figura 3: Fatores que levados em consideração na compra das frutas desidratadas



Fonte: Elaborado pelos autores

Os entrevistados responderam sobre qual o preço que ele pagaria por 100g de frutas desidratadas, sendo que 46,67% responderam que pagariam de R\$4,00 a R\$6,00 e 33,33% pagariam de R\$6,00 a R\$8,00. Sobre o hábito de ler o rótulo da embalagem, a maioria respondeu que sim, tem o costume de ler as embalagens com 62% contra 38% que disseram não ler o rótulo das embalagens. Outros fatores que influenciam na compra de frutas desidratadas também foram questionados e dentre as opções que influenciam na compra de frutas desidratadas também foram questionados e dentre as opções o fator preço 46,67% e a aparência do produto com 21,11% foram os mais indicados.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo foi evidenciado que o hábito dos consumidores está mudando devido as suas necessidades de possuírem alimentos saudáveis com praticidade e as frutas desidratadas está como uma das melhores aceitação. Pode-se considerar que cinquenta por cento dos entrevistados, praticantes de exercícios, consomem frutas desidratadas diariamente e semanalmente.

REFERÊNCIAS

ALVES, F. M. S.; MACHADO, A. V.; QUEIROGA, K.H. Alimentos produzidos a partir de farinhas de caju, obtida por secagem. **Revista Verde de Agroecologia e desenvolvimento Sustentável**. Mossoró-RN, v.6, n.3, p.131-138, 2011.

ANDRIGUETO, J.R.; NASSER, L.C.B.; TEIXEIRA, J.M.A.; SIMON, G.; VERAS, M.C.V.; MEDEIROS, S.A.F.; SOUTO, R.F.; MARTINS, M.V. de M. **Produção Integrada de Frutas e Sistema Agropecuário de Produção Integrada no Brasil**. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO – MAPA. p. 24, 2008.

CORNEJO, F. E.; NOGUEIRA, R. I.; WILBERG, V. C. **Secagem como método de conservação de frutas**. Rio de Janeiro: Embrapa Agroindústria de Alimentos, p. 22, 2003.

FOOD INGREDIENTS BRASIL. **Dossiê Alimentos Desidratados**. FOOD INGREDIENTS BRASIL Nº 26, p. 14, 2013. Disponível em: <<http://www.revista-fi.com/materias/338.pdf>> Acesso em: maio 2016.

MOTTA, I. G. **Manual Como Elaborar uma Pesquisa de Mercado**. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, p. 90, 2005.

SPERS, E. E.; BEGIATO, G. F.; CASTRO, L. T.; NEVES, M. F. **Mercado de frutas secas**. AGROANALYSES A revista de agronegócios da Fundação Getúlio Vargas. Revista Dezembro de 2008.

SERVIÇO DE APOIO À MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **MERCADO DE FRUTICULTURA -Panorama do setor no Brasil**. AGRONEGÓCIO fruticultura – Boletim de Inteligência de outubro, p. 5, 2015.