

AVALIAÇÃO DA ATITUDE DOS CONSUMIDORES DE FRUTAS DESIDRATADAS

Sueli dos Santos¹
Waldemir Oliveira Cardoso²
Mariangela Cazetta³
Teresa Cristina Castilho Gorayeb⁴

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 (2005). 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.

1 Faculdade de Tecnologia de São José do Rio Preto. E-mail: susantos32@live.com

2 Faculdade de Tecnologia de São José do Rio Preto. E-mail: waldemir39tec@hotmail.com

3 Faculdade de Tecnologia de São José do Rio Preto. E-mail: mariangela@fatecriopreto.edu.br

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

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; MACHADO; QUEIROGA, 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 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

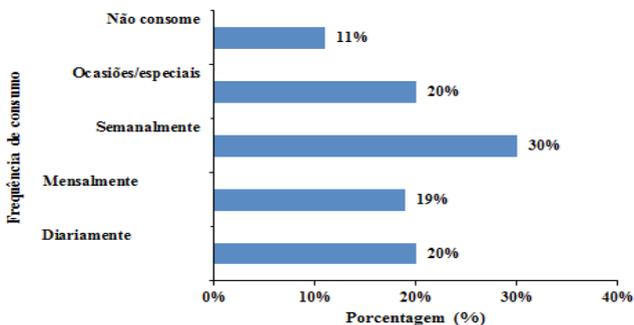
Dos 90 entrevistados, observou-se um percentual de 63% para o sexo feminino e 37% masculino. A maioria dos entrevistados concentra-se na faixa etária de 26 a 35 anos num total de 28,88%. O nível de escolaridade entre os entrevistados apresentou um maior percentual para formação superior com 41,11% e 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.

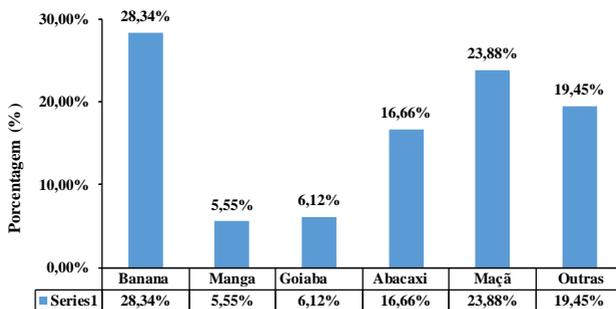
Foram avaliados através dos questionários qual o local que os entrevistados costumam comprar frutas desidratadas, a maioria com 46,67% respondeu que compram em supermercado e 23,34% em lojas de produtos naturais.

Nos resultados sobre o tipo de propaganda que influência 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.



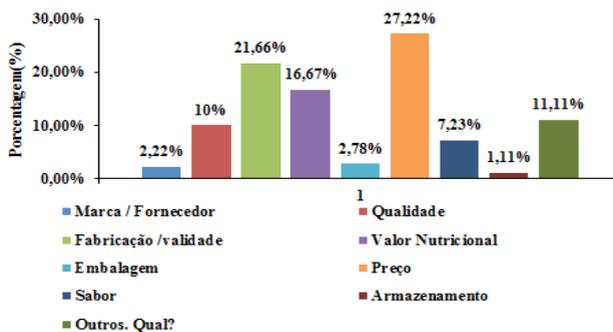
Fonte: Elaborado pelos autores

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

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. 2008. p. 24.
- CORNEJO, F. E.; NOGUEIRA, R. I.; WILBERG, V. C. **Secagem como método de conservação de frutas**. Rio de Janeiro: Embrapa Agroindústria de Alimentos, 2003. p. 22.
- FOOD INGREDIENTS BRASIL. **Dossiê Alimentos Desidratados**: alimentos desidratados. Revista-Fi, n. 26, p. 14, 2013. Disponível em: <<http://www.revista-fi.com/materias/338.pdf>>. Acesso em: 13 maio 2016.
- MOTTA, I. G. **Manual como elaborar uma pesquisa de mercado**. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2005. p. 90.
- 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. dez., 2008.
- SERVIÇO DE APOIO À MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. Agronegócio fruticultura: mercado de fruticultura: panorama do setor no Brasil. **Boletim de Inteligência**, p. 1-5, out. 2015.