

INTENÇÃO DE COMPRA DE PRODUTOS MINIMAMENTE PROCESSADOS NO MUNICÍPIO DE SENHOR DO BONFIM-BA

Joelma dos Santos Alves¹,
Karine Hojo Rebouças²

RESUMO

O mercado de produtos minimamente processados tem aumentado no Brasil e no mundo, pois estes já são frescos, higienizados, cortados, de rápido preparo, ou seja, são produtos prontos para o consumo. O consumidor vem apresentando maior consciência na escolha de sua alimentação, porém com menor tempo disponível para preparar refeições saudáveis. O objetivo do trabalho foi verificar o potencial de intenção de compra de produtos minimamente processados na cidade de Senhor do Bonfim-BA, Nordeste do Brasil. Para a pesquisa, foram realizados 3 questionários. O primeiro com intuito de verificar os consumidores de vegetais e intenção de compra de vegetais minimamente processados; o segundo, para os consumidores apontarem os motivos que os mesmos consumiriam ou não vegetais minimamente processados e o terceiro, no qual os consumidores indicaram quais vegetais teriam preferência por compra. Os resultados deste trabalho mostraram que a maioria dos entrevistados consome vegetal e que os mesmos comprariam vegetais minimamente processados. Portanto, o mercado de produtos minimamente processados, pode ser bastante promissor.

Palavra- chave: mercado consumidor, processamento mínimo, frutas e hortaliças.

ABSTRACT

The market for minimally processed products has increased in Brazil and in the world, since they are already fresh, sanitized, cut, quickly prepared, that is, they are products ready for consumption. The consumer has been more aware in choosing their food, but with less time available to prepare healthy meals. The objective of the study was to verify the potential of intention to purchase minimally processed products in the city of Senhor do Bonfim-BA, Northeast Brazil. For the research, 3 questionnaires were carried out. The first one to verify vegetable consumers and the intention to buy minimally processed vegetables; the second, for consumers to state the reasons why they would consume minimally processed vegetables, and the third, where consumers indicated which vegetables they would prefer to buy. The results of this work showed that the majority of the interviewees consumed vegetable and that they would buy minimally processed vegetables. Therefore, the market for minimally processed products can be quite promising.

Keywords: consumer market, minimum processing, fruits and vegetables.

1- INTRODUÇÃO

Em virtude da vida corrida de muitas pessoas, as mesmas podem ter privações de uma alimentação equilibrada. Sendo assim, a busca por alimentos de rápido preparo, como os produtos minimamente processados, principalmente de frutas e hortaliças, apresenta crescimento devido à praticidade, pois já estão prontos para o consumo (limpos, cortados, higienizados) e atendem à necessidade atual das pessoas que buscam alimentos saudáveis (NASCIMENTO et al., 2014).

A popularidade de tais produtos vem crescendo principalmente devido aos benefícios das hortaliças e frutas que são de fundamental importância para a saúde. Quando se tornam um produto minimamente processado, os vegetais passam a apresentar um maior valor agregado, com rápido preparo e melhora o hábito alimentar da população, quando consumido dentro do prazo de validade (GUERRA, 2017).

Em países desenvolvidos, como os europeus, os Estados Unidos e Japão, pode-se observar um grande consumo desses produtos. No Brasil, a utilização de produtos minimamente processados é recente, tendo sua produção iniciada na década de 90 por algumas empresas atraídas pela nova tendência de mercado e inspiradas no mercado americano. A ingestão de frutas e hortaliças ainda é pequeno, mas com grande potencial de crescimento (GUERRA, 2017).

No município de Senhor do Bonfim- BA, a maior parte da produção de frutas e hortaliças é realizada por agricultura familiar, surgindo à necessidade de conscientização e produção de derivados destes vegetais por parte dos produtores aumentados as opções de consumo, evitando perdas, motivando mais pesquisas direcionadas às práticas e elaborar novos produtos na região.

São diversas as vantagens que os vegetais minimamente processados podem trazer para o produtor e também para o consumidor na nossa cidade. A produção e venda de produtos hortícolas *in natura* ganha especial incremento ao processar, aumentando o valor de venda. O consumidor ganha comodidade e praticidade junto às embalagens convenientes para o preparo ou até mesmo para o consumo direto (MONTEIRO, 2016).

O objetivo deste trabalho foi realizar um estudo de mercado nos supermercados de Senhor do Bonfim-BA, para quantificar os consumidores de produtos de origem vegetal (frutas e hortaliças), com o intuito de avaliar o potencial da inserção de produtos minimamente processados no município.

2- MATERIAL E MÉTODOS

2.1 – Consumidores

Foram realizadas 3 entrevistas, em supermercados locais na cidade de Senhor do Bonfim – BA, no período de novembro de 2017 a janeiro de 2018 do referido ano, através de questionários com os consumidores. O primeiro foi realizado com 240 consumidores para verificar se os mesmos consomem vegetais e se teriam interesse em comprar vegetais minimamente processados. O segundo com 240 consumidores que responderam quais os reais motivos para consumir ou não consumir vegetais minimamente processados. O terceiro foi realizado com 154 consumidores, que responderam no primeiro questionário, que consomem vegetais e sua preferência de quais vegetais minimamente processados individuais ou misturado (mix) estes consumidores teriam interesse em comprar.

Questionário 1- Questionário para verificar o consumo de vegetais e compra de produtos minimamente processados na cidade de Senhor do Bonfim-BA.

Sexo Feminino () Masculino ()
Faixa etária () 20-29 () 30-39 () 40-49 () 50-59 () Acima de 60
Você tem costume de consumir vegetais? Sim() Não()
Em qual frequência você consome vegetal? () Diariamente () Semanalmente () Mensalmente () Não consome

Você compraria um vegetal que já vem cortado, higienizado e pronto para o consumo (minimamente processado)?

Sim ()

Não()

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

Questionário 2- Motivos que levariam aos consumidores comprarem ou não vegetais minimamente processados.

COMPRARIA DEVIDO À:	NÃO COMPRARIA DEVIDO À:
<input type="checkbox"/> Comodidade e praticidade	<input type="checkbox"/> Preço elevado
<input type="checkbox"/> Pouco tempo para o preparo	<input type="checkbox"/> Não confia/procedência
<input type="checkbox"/> Diversificar	<input type="checkbox"/> Gosta de escolher e preparar
<input type="checkbox"/> Facilidade	<input type="checkbox"/> Higienização
<input type="checkbox"/> Maior rendimento	<input type="checkbox"/> Não consome
<input type="checkbox"/> Saudável	<input type="checkbox"/> Outros

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017

Questionário 3- Preferência de compra de vegetais minimamente processados por consumidores na cidade de Senhor do Bonfim – BA.

INTENÇÃO DE COMPRA DE VEGETAIS MINIMAMENTE PROCESSADOS
Quais hortaliças minimamente processadas você compraria? <input type="checkbox"/> Cenoura <input type="checkbox"/> Beterraba <input type="checkbox"/> Couve <input type="checkbox"/> Alface <input type="checkbox"/> Brócolis <input type="checkbox"/> Rúcula <input type="checkbox"/> Pimentão <input type="checkbox"/> Pepino <input type="checkbox"/> Agrião <input type="checkbox"/> Outros
Quais frutas minimamente processadas você compraria? <input type="checkbox"/> Abacaxi <input type="checkbox"/> Laranja <input type="checkbox"/> Manga <input type="checkbox"/> Tangerina <input type="checkbox"/> Mamão <input type="checkbox"/> Uva <input type="checkbox"/> Melão <input type="checkbox"/> Kiwi

<input type="checkbox"/> Abacate <input type="checkbox"/> Outros.
<p>Você compraria um mix de hortaliças?</p> <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não <p>QUAIS?</p> <input type="checkbox"/> Salada mista (alface/ rúcula/ brócolis) <input type="checkbox"/> Cenoura/ batatinha/ chuchu <input type="checkbox"/> Cenoura/ chuchu <input type="checkbox"/> Cenoura / abobora <input type="checkbox"/> Couve/ alface <input type="checkbox"/> Pimentão/ pepino <input type="checkbox"/> Outros
<p>Você compraria um mix de frutas?</p> <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não <p>QUAIS?</p> <input type="checkbox"/> Abacaxi/ manga <input type="checkbox"/> Laranja/ melão <input type="checkbox"/> Manga/ tangerina <input type="checkbox"/> Uva/ abacate <input type="checkbox"/> Kiwi/ manga <input type="checkbox"/> Uva/ kiwi <input type="checkbox"/> Outros

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017

A seleção do mix das frutas e hortaliças, sugeridas no questionário 3, foi escolhida de acordo com estudos que já foram realizados por COELHO (2007); MORETTI (2007) e TEIXEIRA (2013).

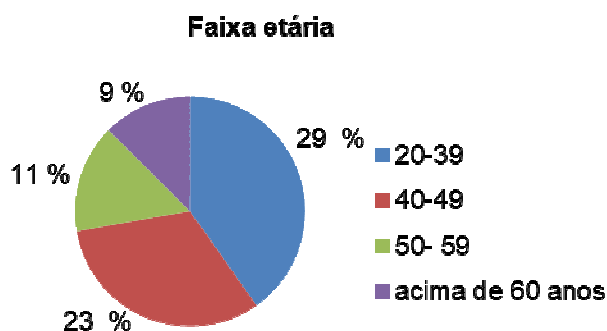
3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

De acordo com dos dados obtidos no requisito referente à intenção de compra ao gênero descrito no primeiro questionário, apontou que dos 240 entrevistados, 139 foram do sexo feminino (57,9 %) e 101 do sexo masculino (42,1 %), o que evidenciou que as mulheres são mais frequentes que os homens nas compras em supermercados da cidade de Senhor do Bonfim-BA.

Guerra (2017), também verificou que mesmo com as mudanças do modelo de família brasileira ainda existe uma predominância por parte das mulheres no quesito compra de alimentos, embora venha aumentando a quantidade de homens participantes nas compras para o lar.

A faixa etária dos 240 entrevistados pode ser observada no gráfico 1, que demonstra que a maior parte tinha entre 20-39 anos (29 %).

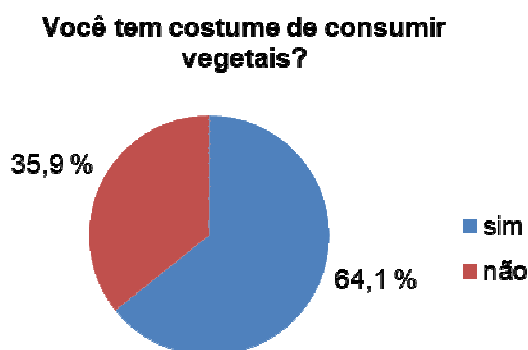
Gráfico 1 - Faixa etária dos entrevistados



Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

O gráfico 2 mostra que 154 pessoas (64,1 %) consomem vegetais e (35,9 %) não consomem, o que deixa claro que a maior parte busca por uma alimentação melhor, o que também pode demonstrar potencial de implantação de produtos minimamente processados nos supermercados.

Gráfico 2 - Consumidor de vegetais em supermercados

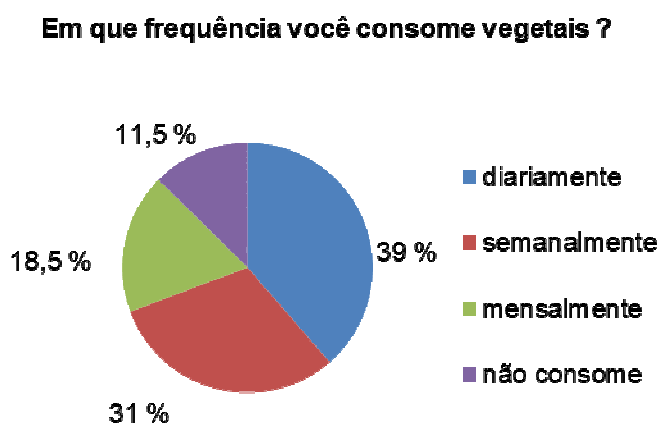


Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

Segundo Coelho (2007), os consumidores nos dias atuais têm escolhido alimentos frescos e saudáveis, o que evidencia o aumento no consumo de frutas e hortaliças.

A frequência do consumo diário de vegetais dos entrevistados o que pode ser confirmado no gráfico 3, que 39 % dos consumidores entrevistados têm o hábito de consumir vegetais diariamente.

Gráfico 3- Frequência de consumo de vegetais.

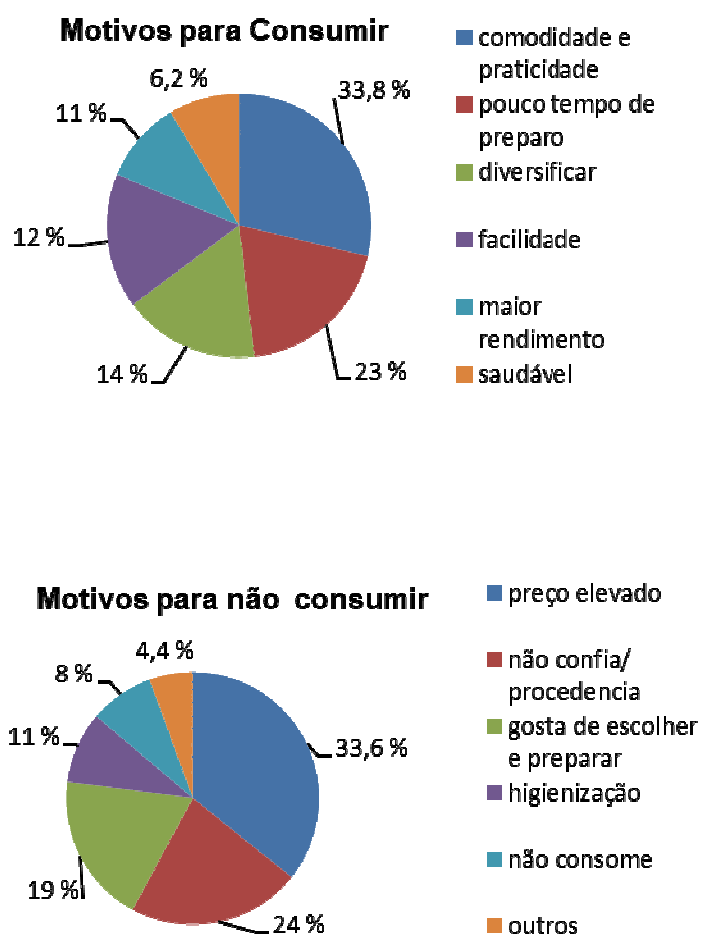


Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

Estudos realizados por Modine; et al. (2010) corroboraram que os consumidores estão cada vez mais preocupados com a sua alimentação, dando ênfase ao consumo diário de vegetais em vários estados do Brasil.

Os resultados do estudo de mercado com relação à intenção de compras de vegetais minimamente processados, demonstrou que 154 (64,1 %) comprariam e 86 (35,9 %) não comprariam. De acordo com os entrevistados, os motivos que os mesmos comprariam ou não comprariam esses vegetais, estão representados no gráfico 4.

Gráfico 4 - Os reais motivos para consumir ou não vegetais minimamente processados



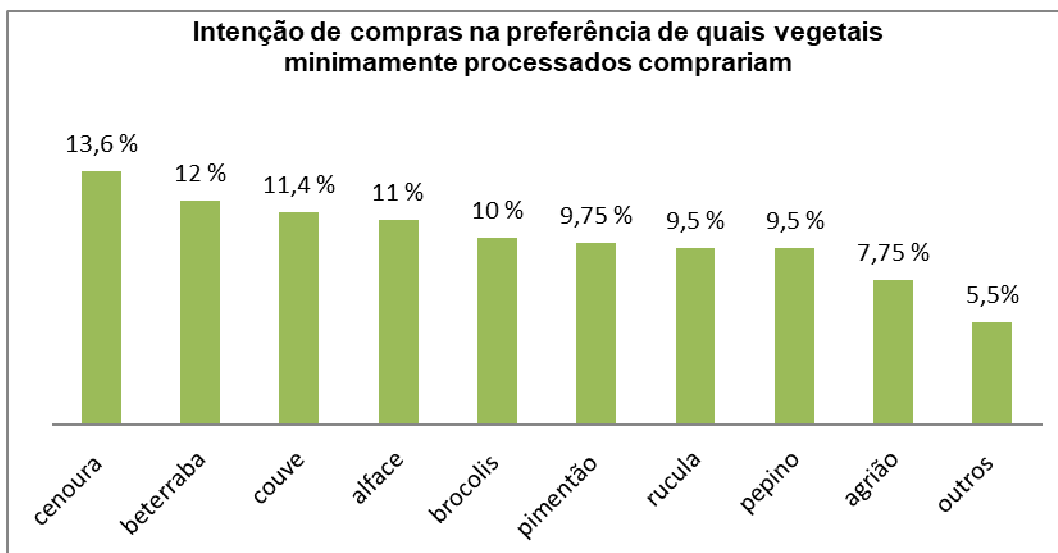
Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

Sato (2007) e Almeida (2013) revelaram que os fatores que mais contribuíram na escolha pela compra de produtos minimamente processados foram praticidade no preparo dos alimentos, manutenção das características sensoriais e nutricionais do vegetal fresco, maior segurança na aquisição de hortaliças limpas, higienizadas e embaladas, próprias para o consumo, além de tudo isso, porque agregam valor ao produto. Nesta pesquisa, os entrevistados também comprariam pelo mesmo motivo.

Sato (2007) em sua pesquisa mostrou que os não consumidores do produto minimamente processado foram questionados sobre as razões que os levavam a não adquirir o produto e a principal razão que desestimula a compra com maior frequência é o preço elevado, assim como também foi verificado neste trabalho.

Dos 154 consumidores de vegetais, a cenoura (13,6 %) obteve a maior preferência de compra e o agrião (7,75 %) obteve a menor preferência de compra, como esta demonstrando no gráfico 5.

Gráfico 5 - Preferência de compra de vegetais minimamente processados

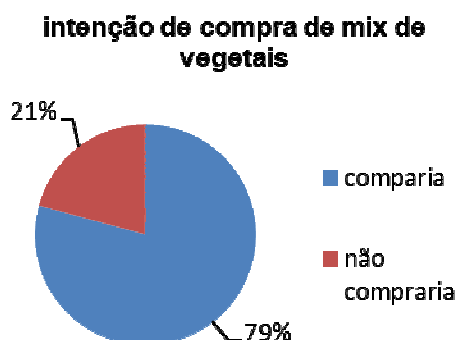


Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

Sendo assim o resultado deste trabalho, Santos (2010) verificou que a cenoura minimamente processada mostrou-se promissora, devido à alta aquisição do mercado consumidor, fazendo com que este tenha um alto valor agregado para os produtores.

Com relação à intenção de compra de mix de vegetais numa mesma embalagem 79,2 % dos entrevistados responderam que comprariam e 20,8 % não comprariam como mostra no gráfico 6.

Gráfico 6. Intenção de compra de mix de vegetais.

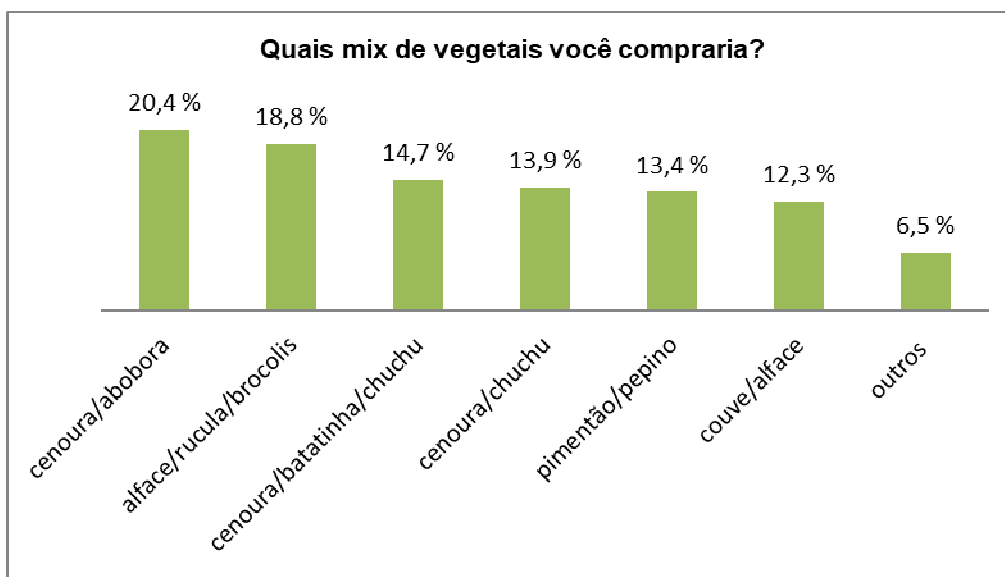


Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

Segundo Bastos (2006), os consumidores estão procurando diversificar seus hábitos alimentares preferindo comprar mix de vegetais minimamente processados.

O resultado de preferência de mix de vegetais pode ser demonstrado no gráfico 7, onde se percebe que o mais promissor foi cenoura com abobora e couve com alface o menos promissor.

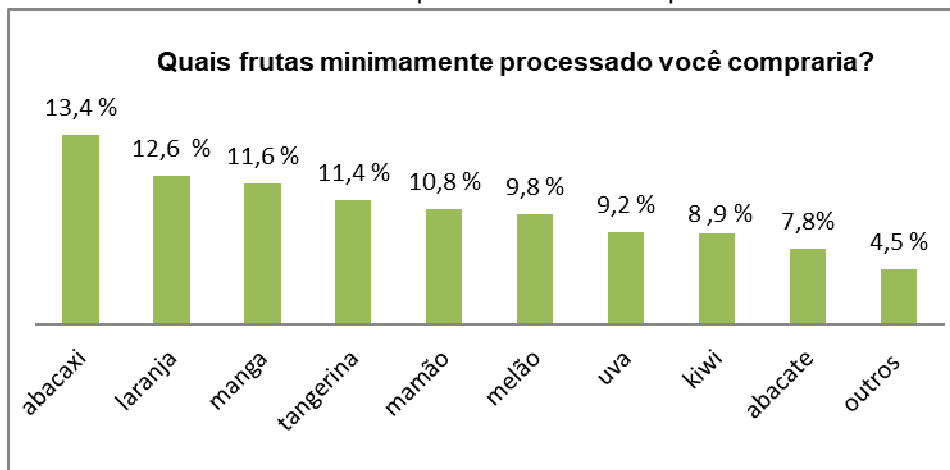
Gráfico 7 - Mostra a preferência de compra de mix de vegetais.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

Dos 154 consumidores de frutas a maior preferência foi por abacaxi (13,4 %) sendo o mais promissor e o abacate (7,8 %) sendo o menos promissor como mostrado no gráfico 8.

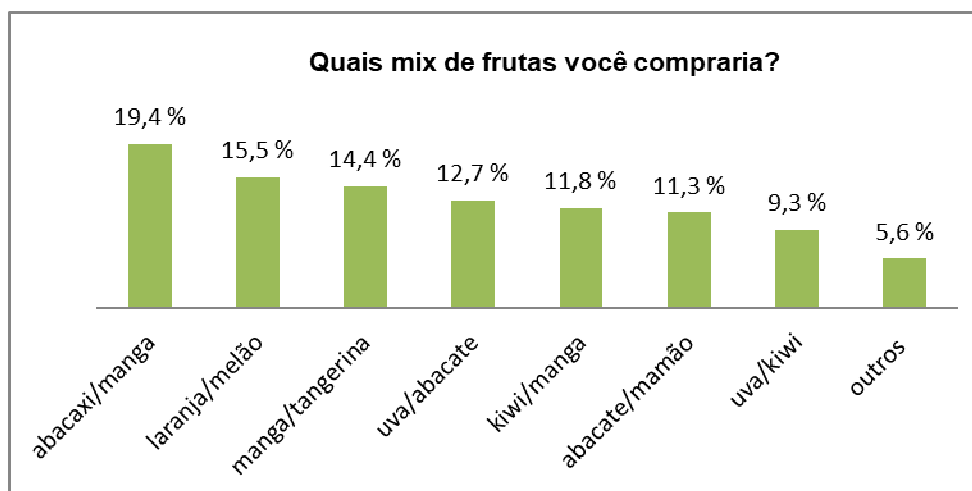
Gráfico 8 - Mostra a preferência de compra de frutas



Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

Em relação à intenção de compra de mix de frutas, dos 118 (76,6 %) consumidores responderam que comprariam e 36 (23,4 %) não comprariam. Em relação ao mix de frutas minimamente processados abacaxi com manga foi o que demonstrou maior aceitação de compra como mostra o gráfico 9.

Gráfico 9 - Mostra a preferência de compra de frutas mix.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

Do mesmo modo como a nossa pesquisa a Almeida (2013), a intenção de compra mix de frutas minimamente processado proporciona ao consumidor diversificar aquisição dos produtos ao alto poder e fazendo com que este tenha um valor de agregação.

3-

CO

NCLUSÃO

Com base na análise dos dados obtidos pode-se concluir que as mulheres com a faixa etária entre 30-39 anos são as principais responsáveis pelas compras de vegetais. Os resultados mostram em porcentagem no presente estudo que os entrevistados correspondem ao perfil de 64,1% dos consumidores na cidade de Senhor do Bonfim-BA, a partir do qual se pode constatar que a maioria tem o hábito de consumir vegetais.

Os dados revelam que houve maior intenção de compra para vegetais minimamente processados, cenoura com 13,6 % obteve maior intenção de compra e o agrião 7,75 % a menor intenção de compra, já para os mix de vegetal cenoura com abóbora (20,4 %) obteve maior intenção de compra e a couve com alface (12,3%) obteve menor intenção de compra. Para as frutas minimamente processados o abacaxi 13,4 % obteve maior intenção de compra e o abacate 7,8 % menor intenção de compra, com relação aos mix de frutas abacaxi com manga (19,4 %) obteve maior intenção de compra e uva/kiwi 9,3 % o menor índice de compra.

Através dos resultados é possível afirmar que a escolha desses produtos está relacionada à praticidade e a comodidade. Diante das constatações identificadas, pode-se concluir que a pesquisa atendeu aos objetivos propostos, permitindo a determinação do perfil dos consumidores participantes, em relação à intenção de compra de produto minimamente processados.

AGRADECIMENTOS

A professora orientadora pelo apoio e dedicação, a minha mãe, aos meus filhos, ao meu esposo, a professora Talita pelo auxílio, aos meus colegas pelo apoio e dedicação e aqueles que mesmo indiretamente me deram todo o apoio e palavras de aconchego.

12

¹Discente do Curso de Licenciatura em Ciências Agrárias do Instituto Federal de Educação Ciências e Tecnologia Baiano *Campus* Senhor do Bonfim – IF Baiano.

Email: joelmadossantos2009@hotmail.com

²Professora do Instituto Federal de Educação Ciências e Tecnologia Baiano *Campus* Senhor do Bonfim- IF Baiano.

REFERÊNCIA

ALMEIDA, A.G. Andréia Gonçalves de Almeida, **HORTALIÇAS MINIMAMENTE PROCESSADAS: PERCEPÇÃO DOS CONSUMIDORES SOBRE OS ATRIBUTOS DE QUALIDADE E EVOLUÇÃO DO MERCADO.** 2013. Disponível em <<http://www.repositorio.unb.br/handle/10482/14777>>. Acesso em 10/03/2018

BASTOS, M. S. R. Maria do Socorro Rocha Bastos, **FRUTAS MINIMAMENTE PROCESSADA.** 2006. Disponível em <<http://www.agencia.cnptia.embrapa.br/repositorio/frutasminimamenteprocessadas>>. Acesso em 10/03/2018

COELHO, K. D. S. Kenea de Souza Coelho, **PERFIL DO CONSUMIDOR DE HORTALIÇAS FRESCAS E PROCESSADAS NO MUNICÍPIO DE CAMPOS DOS GOYTACAZ – RJ.** 2007. Disponível em <http://www.uenf.br/uenf/downloads/PRODVEGETAL_3434_1209477740.pdf>. Acesso em 09/03/2018

GUERRA, W, B. Wilson Barbosa Guerra. **PERFIL DOS CONSUMIDORES DE HORTALIÇAS MINIMAMENTE PROCESSADAS NO DISTRITO FEDERAL.** 2017. Disponível em <http://bdm.unb.br/bittream/10483/18596/1/2017_WilsonBarbosaGuerra_tcc.pdf>. Acesso em 02/02/2018

MONDINE, L. MORÃES, A.S. FREITAS, M.C.I. GIMENO, A.G.S. Lenise Mondini. Suzana Alves de Moraes. Isabel Cristina Martins de Freitas. Suely Godoy Agostinho Gimeno. **CONSUMO DE FRUTAS E HORTALIÇAS POR ADULTOS EM RIBEIRÃO PRETO, SP L.** 2010. Disponível em <http://producao.usp.br/bitstream/handle/BDPI/2956/art_MORAES_consumo_de_frutas_e_hortalicas_por_adultos_2010.pdf>. Acesso em 10/03/2018

MONTEIRO C. A, Cannon G, Levy RB. Carlos A. Monteiro, Geoffrey Cannon, Renata Levy. et al. **CLASSIFICAÇÃO DOS ALIMENTOS. NOVA. A estrela brilha..** World Nutrition Volume 7, Número 1-3, Janeiro-Março 2016

MORETTI, C.L. Celso Luiz Moretti. **MANUAL DE PROCESSAMENTO MÍNIMO DE FRUTAS E HORTALIÇAS.** 2007. Disponível em <<http://www.sisbin.ufop.br/...Manual-de-processamento-minimo-de-frutas-e-hortalicas.pdf>>. Acesso em 15/03/2018.

NASCIMENTO, K. D.O., AUGUSTA, I. M., R, R, N., PIRES, T., BATISTA, E., JÚNIOR, J. L.B., BARBOSA, M. I. M.J. Kamila de Oliveira do Nascimento, Ivanilda Maria Augusta, Nathália da Rocha Rodrigues, Tatiana Pires, Elga Batista, José Lucena Barbosa Júnior, Maria Ivone Martins Jacintho Barbosa **ALIMENTOS MINIMAMENTE PROCESSADOS: UMA TENDÊNCIA DE MERCADO.** *Acta Technol.* v. 9, n.1, p. 48-61, 2014. Disponível em <<http://www.portalperiodicos.ifma.edu.br/portalperiodico/index.php/actatecnologia/article/view/195>>. Acesso 15/02/2018.

SATO, G.S.; MARTINS, V.A. BUENO, F.R.C. Geni Satiko Sato. Vagner Azarias Martins. Carlos Roberto Ferreira Bueno. **ANÁLISE EXPLORATÓRIA DO PERFIL DO CONSUMIDOR DE PRODUTOS MINIMAMENTE PROCESSADOS NA CIDADE DE SÃO PAULO.** 2007. Disponível em <<http://www.iea.sp.gov.br/ftp/iea/ie/2007/tec6-0607.pdf>>. Acesso em 09/03/2018.

SANTOS, A.C. M, SILVA, T.A. **AVALIAÇÃO DO MERCADO DE FRUTAS E HORTALIÇAS EMBALADAS, MINIMAMENTE PROCESSADAS, ORGÂNICAS E DESIDRATADAS NA CAPITAL DE MINAS GERAIS** / autores, -Contagem: CEASAMINAS/MG, 2010. 113 p.: Disponível em <<http://ceasaminas.com.br/informacoesmercado/artigos/preprocessados.pdf>> il. Acesso em 10/03/2018.

TEIXEIRA, A.B. Bárbara de Alencar Teixeira. **CARACTERIZAÇÃO DOS FATORES DE ESCOLHA E COMPRA DE FRUTAS E HORTALIÇAS PELA POPULAÇÃO ADULTA DO DISTRITO FEDERAL.** 2013. Disponível em <http://www.repositorio.unb.br/bitstream/10482/14659/1/2013_BarbaradeAlencarTeixeira.pdf>. Acesso em 02/03/2018