

PERFIL DOS CONSUMIDORES DE FRUTAS NA CIDADE DE CAMPO GRANDE-MS

ADRIANO BARRETO LEÃO¹; INDIA MARA SGNAULIN ²; CLEBER JUNIOR JADOSKI³;
DENILSON DE OLIVIERA GUILHERME^{4*}

¹Graduando em agronomia, UCDB, Campo Grande-MS, adrianobarretoleao@gmail.com;

²Doutoranda Programa de mestrado e doutorado em ciências ambientais e sustentabilidade agropecuária, UCDB, Campo Grande-MS, masgnaulin@gmail.com;

³Dr. em Agricultura, Prof. Curso de Agronomia, UCDB, Campo Grande-MS, rf4675@ucdb.br;

⁴Dr. em Produção Vegetal, Prof. Do Programa de mestrado e doutorado em ciências ambientais e sustentabilidade agropecuária, UCDB, Campo Grande-MS, denilsond@gmail.com;

Apresentado no

Congresso Técnico Científico da Engenharia e da Agronomia – CONTECC'2018
21 a 24 de agosto de 2018 – Maceió-AL, Brasil

RESUMO: Este estudo traça um perfil do consumidor de frutas de Campo Grande, Capital de Mato Grosso do Sul. A metodologia utilizada foi o procedimento qualiquantitativo, com aplicação de questionário e análise descritiva/explicativa dos dados. Foram aplicados 240 questionários a consumidores de diferentes classes sociais com objetivo de levantar a renda, nível de escolaridade, frutas mais consumidas e motivo de consumo. Pode-observar que a renda determina a qualidade das frutas adquiridas, ou seja, uma menor renda limita a quantidade e a variedade para o consumo; e quanto maior a renda, mais apto se está para adquirir diferentes frutas.

PALAVRAS-CHAVE: Consumo, fruticultura, Campo Grande.

FRUIT CONSUMERS PROFILE IN THE CITY OF CAMPO GRANDE-MS

ABSTRACT: This study traces a fruit consumer profile of Campo Grande, Capital of Mato Grosso do Sul. The methodology used was the quantitative procedure, with questionnaire application and descriptive / explanatory data analysis. 240 questionnaires were applied to consumers from different social classes with the purpose of raising income, level of schooling, fruits most consumed and reason for consumption. It can be observed that the income determines the quality of the fruits acquired, that is, a lower income limits the quantity and variety for consumption; and the higher the income, the more able one is to acquire different fruits..

KEYWORDS: Consumption, fruticulture, Campo Grande.

INTRODUÇÃO

Um dos parâmetros para tomada de decisões no empreendedorismo é fundamentar-se em estudos de mercados relacionados ao perfil do consumidor. Nesse sentido, pesquisas que revelam hábitos dos consumidores tornam-se pilares importantes para compreender este nicho de mercado.

Entender o consumo dos brasileiros serve de base para definição de estratégias para ampliar e alavancar a produção de setores, como por exemplo, o alimentício. Sabe-se que as transformações no consumo de alimentos têm-se acentuado nas últimas décadas. “Uma das características mais visíveis dessa transformação é a estreita relação entre consumo de alimentos e a questão da saúde” (BARROS et al., 2007). De acordo com Boletim do Sebrae (2015), apenas 4,1% dos brasileiros consomem a quantidade de frutas e hortaliças recomendada pela Organização Mundial da Saúde (OMS), estimada em 400 gramas diárias. Ainda de acordo com a pesquisa, esse consumo de frutas é maior entre as classes A e B.

Estudos realizados no país demonstram que em relação ao comportamento do consumidor de alimentos o viés econômico (renda da população e do preço) tem maior influência se cotejado com as preferências individuais. Entender quais são os hábitos ou comportamentos alimentares torna-se

importante porque determina o retrato do que se é consumido por determinada população, os recursos dispensados, além de auxiliar na formulação de futuros estudos e Políticas Públicas.

Em tal perspectiva, esta pesquisa tem como objetivo analisar esse nicho de mercado, traçar o perfil do consumidor de frutas em Campo Grande/MS e o conhecimento que possuem relacionados as frutas nativas da região do Cerrado, bioma que abrange oito estados do país, entre eles Mato Grosso do Sul.

MATERIAL E MÉTODOS

Nossa investigação foi estruturada com base nos princípios teóricos e metodológicos das pesquisas de abordagem quali-quantitativas. Segundo Gil (2002) representa a combinação de duas modalidades: qualitativa e quantitativa. Nas pesquisas quantitativas, as categorias são frequentemente estabelecidas a priori, o que simplifica sobremaneira o trabalho analítico. Já nas pesquisas qualitativas, o conjunto inicial de categorias em geral é reexaminado e modificado sucessivamente, com vista em obter ideais mais abrangentes e significativos (GIL, 2002). As pesquisas dessa natureza são utilizadas no estudo das percepções e opiniões.

Com esteio nas ideias de Gil (2002) e Martins Junior (2008) encaminhamos nosso trabalho como um estudo descritivo e explicativo, cujo objetivo primordial é a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis, e tem como preocupação central identificar os fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência dos fenômenos.

O instrumento de pesquisa utilizado foi um questionário aberto (Anexo 1) junto aos sujeitos da pesquisa, consumidores de diferentes bairros e classes, com sete questões discursivas sobre o consumo de frutas. O questionário para Gil (2002) é uma técnica composta por um determinado número de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas, ou seja, uma maneira de medir e revelar o que está acontecendo em determinado momento e local.

Ao todo, foram aplicados 60 questionários para cada classe: A (alta), B (média) e C (pobre), divididos em três mercados ou feiras por classe. Assim, totalizando 240 entrevistados em nove pontos da cidade. O período de entrevista se deu entre agosto e setembro de 2017, ou seja, durante o inverno brasileiro.

Para realizar o perfil do consumo e relacionar com a classe social foi questionada a renda mensal familiar, usando como base o Critério de Classificação Econômica Brasil da Associação Brasileira de Empresas e Pesquisas (ABEP).

Os questionários foram aplicados pessoalmente aos participantes. Durante a execução do procedimento, o pesquisador permaneceu junto dos participantes.

A análise dos dados da pesquisa implicou na leitura criteriosa das respostas, para posterior levantamento das categorias de análise e discussão.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com base na análise dos critérios apontados no questionário, foi possível agrupá-los em quatro categorias com as quais operaremos ao longo deste texto: (1) perfil sócio econômico; (2) Hábitos de consumo; (3) Gasto mensal; e (4) Frutas mais consumidas.

Com relação a categoria (1) os resultados obtidos referente ao gênero, foram de 45% dos participantes pertencentes ao sexo masculino e 55% feminino. No Brasil, as mulheres, de fato, são maioria da população, segundo Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio, divulgada pelo IBGE em 2013, indicando uma expectativa de vida maior devido aos cuidados com a saúde.

Quanto à faixa etária dos participantes de um modo geral, a idade está distribuída entre 30 a 59 anos. Cerca de 20% para 30-39, 40-49 e 50-59 anos. Ou seja, os consumidores que mais frequentam mercado e feiras de Campo Grande são pessoas com meia idade. A predominância de consumidores de maior faixa etária, como de 40 a 59 anos, pode ser justificada pelo fato dos jovens ainda não possuírem o hábito da compra, ou por vezes, são os pais que vão aos supermercados.

Enquanto a preocupação dos mais novos para o consumo crescente de frutas seria com a aparência física, os mais velhos sabem dos efeitos benéficos de uma dieta rica em frutas e hortaliças (CERDEÑO, 2006). Para o nível de escolaridade, mais da metade dos consumidores tem nível

superior (Graduação, Mestrado ou Doutorado) seguido de 29% com 2º Grau completo e apenas 19% 1º Grau completo.

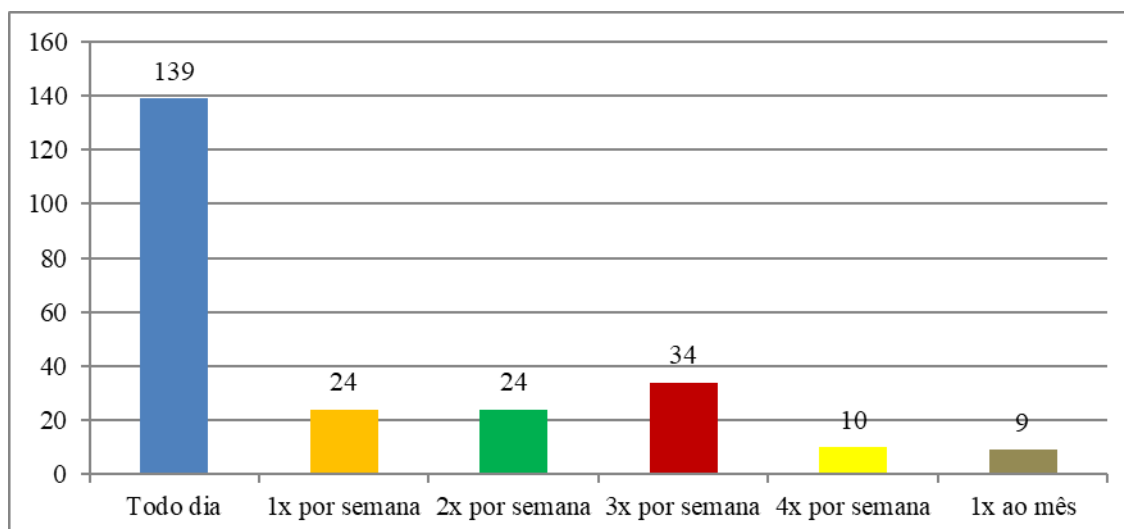
Outro item elencado no questionário foi referente a renda e quantos salários mínimos recebem. Os números demonstram que mais da metade dos entrevistados são da classe média 52%, seguido da classe baixa 41% e alta apenas 7%. A classe média vem crescendo nos últimos anos e impulsionando a economia segundo estudos da Fundação Getúlio Vargas (FGV)¹, intitulado “A Nova Classe Média”.

Na categoria (2) foram levantados os hábitos de consumo dos Campo-grandenses, ou seja, que produtos consome, qual a frequência de consumo, local e quando compra. O consumo de frutas e hortaliças promove não apenas a boa saúde, como previnem doenças. A alimentação inadequada, junto com o sedentarismo por exemplo, contribuem para fatores de risco que provocam a mortalidade. Por este motivo, comer uma grande quantidade de frutas auxilia na promoção e manutenção da saúde e da qualidade de vida. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS) recomenda o consumo de 5 porções de frutas ou 400 gramas por dia.

Quando questionados com que frequência consumiam frutas (Gráfico 1), 58% dos campo-grandenses citaram que comem frutas todos os dias. Cerca de 4% ou 9 pessoas só consomem frutas uma vez no mês. Esse dado demonstra que algumas pessoas ainda não perceberam a importância da ingestão de frutas e podem entrar na estatística futura de portadores de doenças crônicas, como cardiopatias, câncer, diabetes tipo 2 e obesidade.

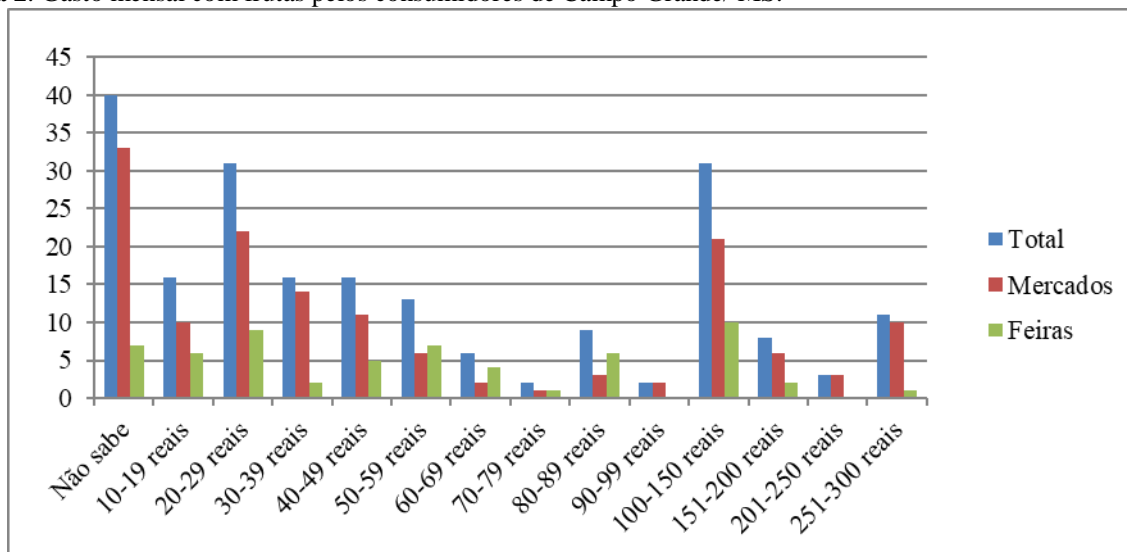
Para entender o porquê das pessoas consumirem frutas, foi questionado o motivo de consumo. Apenas 12% adquirem para seguir uma dieta de emagrecimento, 44 % porque gostam e também 44% por questões de saúde e alimentação saudável.

Figura 1. Frequência de consumo de frutas dos Campo-grandenses.



Acompanhando as categorias propostas, com relação ao gasto mensal (3) com frutas, tanto para os frequentadores do mercado, como das feiras, a maioria dos participantes não sabem ao certo quanto gastam com fruta no mês (figurag 2).

Figura 2. Gasto mensal com frutas pelos consumidores de Campo Grande/ MS.



Na sequência nota-se que 13% acredita que gasta entre R\$ 100 e R\$ 150,00. Os frequentadores de mercado, que costumam adquirir as frutas no mercado, também não sabem, a maioria, quanto gasta. Outros 9% disseram gastar entre R\$ 20 e R\$ 29 reais com frutas por mês. Já, os que compram frutas em feiras gastam, em sua maioria, de R\$ 100 a R\$ 150 por mês, seguidos daqueles que despendem R\$ 20 a R\$ 29 ao mês.

Os consumidores com renda menor, que adquirem frutas em feiras, gastam menos devido sua baixa renda familiar. Já, os consumidores de classe média/alta adquirem mais devido a maior renda e hábito de consumo, assim como a preocupação com a saúde. Como destacado por Hoffmann (2013), “uma fruta não alimenta tanto quanto um quilo de arroz”.

Os gastos observados reforçam a ideia de que, à medida que se eleva a faixa de renda, aumenta o consumo, uma vez que o consumo está condicionado às condições socioculturais da população, ou seja, o crescimento nos níveis de consumo está associado à elevação da renda da população (IBGE, 2008). Segundo pesquisa de Cerdeño (2006), na Espanha, o consumidor gastou em média, em 2005, 115,3 (R\$ 298,23) em frutas. Cotejando, em nível internacional, o consumo espanhol de frutas em mesmo ano foi de 93,2kg de frutas/ano. Um consumo bem elevado em relação ao Brasil.

Com esteio no item 4 dos critérios estabelecidos de análise, as frutas mais consumidas pelos Campo-grandenses encontram-se em destaque no quadro 1.

Quadro 1. Frutas mais consumidas pelos Campo-grandenses.

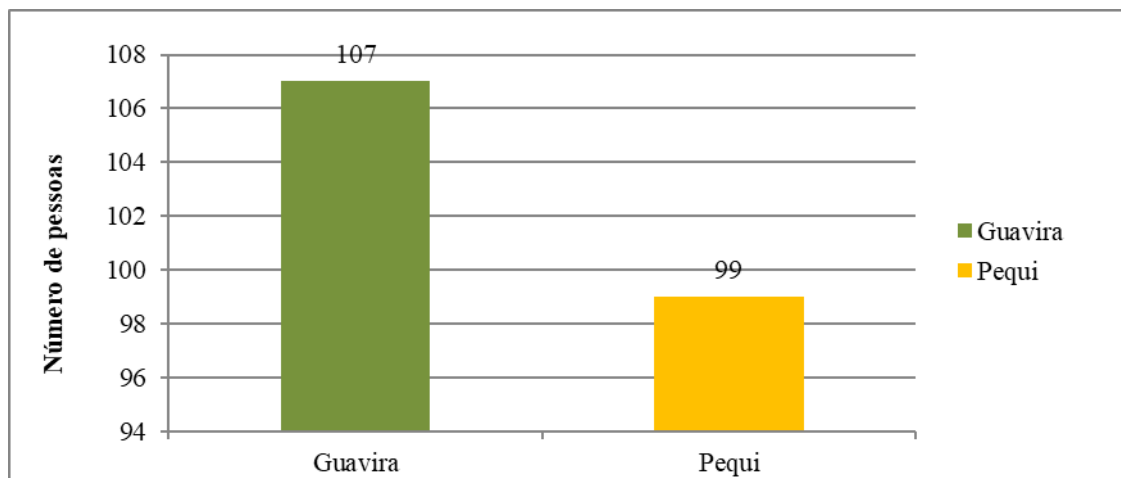
Frutas destacadas	Total
Banana	193
Maça	137
Laranja	121
Uva	74
Mamão	69

A banana é a fruta mais consumida, tanto na classe alta, média, como na baixa (preferida devido ao preço, seguido do Limão). O resultado corrobora com IBGE (2008), que destaca a fruta líder de consumo no país. Na classe média e alta a maçã entra como segunda opção e a laranja em terceira posição.

Nos meses pesquisados, a amora e a jaca foram as frutas que os entrevistados mais desejavam consumir e não encontravam para comprar. Vale ressaltar que a pesquisa foi realizada nos meses de safra da amora. Para a classe baixa, a jaca e a jabuticaba também estavam entre as desejadas. Já, para as classes média e alta, a escolha era pitaya, seguida da ameixa.

Quanto às frutas nativas do Cerrado, a Guavira (45%) e o pequi (41%) são as mais consumidas pela população Campo-grandense (Figura 3).

Figura 3. Frutas nativas mais consumidas pelos Campo-grandenses.



Por ser um fruto específico do Cerrado, a guavira possui alta resistência às condições adversas e cresce bem em terreno com baixa fertilidade (SANTOS et al., 2012). No entanto, apesar de ser encontrada na cidade de Campo Grande e regiões, a guavira não é consumida com frequência, exceto pelas populações locais que costumam consumi-la *in natura* (SANTOS et al., 2012). Este fato se repete com o pequi. Estes dados podem ser explicados devido à falta de hábito deste público regional e por não estarem à venda nas gôndolas dos mercados e hortifrutis. Mesmo a guavira sendo um fruto típico e símbolo (Lei Estadual 5.082/2017) do Estado do Mato Grosso do Sul, ainda não é facilmente encontrada neste nicho de mercado.

CONCLUSÃO

O estudo realizado evidenciou que, em geral, os consumidores entrevistados têm entre 30 e 59 anos, a maioria é formada por mulheres. A compra acontece por motivos/fatores pessoais, como sabor, saúde e renda. O consumo depende basicamente da renda, ou seja, os números permitem compreender que os consumidores entrevistados gastam conforme sua renda, ou seja, adquirem mais quando ganham mais. Com relação as frutas nativas, os resultados apontam para um melhor planejamento (produção e venda) para atender a demanda de mercado já existente.

REFERÊNCIAS

- Barrs, M. A. B.; Lopes, G. M. B.; Wanderley, M. B. Tipologia do consumo de frutas: um estudo sobre o comportamento do consumidor de banana. Revista Produção On Line, Florianópolis, 2007. Disponível em: <<https://producaoonline.org.br/rpo/article/view/49>>. Acesso em: 11 out. 2017.
- Cerdeño, V.J.M. Hábitos de compra y consumo de frutas y hortalizas – Resultados del Observatorio del Consumo y La Distribución Alimentaria. Rev Distribución y Consumo, n.88, p.5-28, 2006. Disponível em: <http://www.mercasa.es/nueva/revista/08_dyc_88.php>. Acesso em: 19 out. 2017.
- Gil, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- Hoffmann, R. Elasticidade renda das despesas com alimentos em regiões metropolitanas do Brasil em 1995-6. Informações Econômicas, SP, v.30, n.2, fev. 2000. Disponível em: <<http://www.iea.sp.gov.br/ftp/iea/ie/2000/tec2-fev2000.pdf>>. Acesso em: 02 nov. 2017.
- IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa de Orçamentos Familiares. 2002. Disponível em: <<http://www.abeso.org.br/uploads/downloads/70/553a2408c2702.pdf>>. Acesso em: 03 nov. 2017.
- Martins Junior, Joaquim. Como escrever trabalhos de conclusão de curso: Instruções para planejar e montar, desenvolver, concluir, redigir e apresentar trabalhos. Petrópolis: Ed. Vozes, 2008.
- Santos, M.S. et al. Antioxidant and fatty acid profile of guavira seed (Campomanesia Xanthocarpa Baerg). Ciência Tecnológica de Alimentos. Campinas, v.32, n.2, p. 234-238, abr/jun, 2012.