



CIBCEM
Círculo Ibérico
de Economía Empresarial



**XIX SEMINÁRIO LUSO-ESPANHOL
DE ECONOMIA EMPRESARIAL**

PROGRAMA E ABSTRACTS

9 >10 NOVEMBRO 2017



UAlg ESGHT

UNIVERSIDADE DO ALGARVE
ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO, HOTELARIA E TURISMO

Editado pela Universidade do Algarve – Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

Campus da Penha, 8005-139 Faro, Portugal

+351 289800100 / Fax: +351 289888413

Website do evento

<http://www.esght.ualg.pt/sleee/sleee2017>

ISBN: 978-989-8859-25-9

Consumo e hábitos de compra de fruta desidratada no Norte de Portugal

Maria Isabel Barreiro **Ribeiro**
IPB-ESA; UTAD-CETRAD; xilote@ipb.pt

António José Gonçalves **Fernandes**
IPB-ESA; UTAD-CETRAD; toze@ipb.pt

A sazonalidade das frutas torna o seu consumo impossível ao longo de todo o ano. A desidratação da fruta surge, assim, como um método de conservação alimentar com qualidade. Esta investigação teve como objetivo identificar o perfil do consumidor de frutas desidratadas e estudar o consumo e hábitos de compra deste produto em consumidores do Norte de Portugal. Para o efeito, desenvolveu-se um estudo transversal, quantitativo, observacional e analítico baseado numa amostra não probabilística, acidental constituída por 766 indivíduos. Os dados foram recolhidos de abril a junho de 2017 através de um questionário anónimo que foi aplicado, diretamente, à população de várias cidades do Norte de Portugal e, também, através da internet, usando o *Google Docs*. Os consumidores inquiridos eram, na sua maioria, da opinião de que a fruta desidratada desempenha um papel importante na dieta alimentar. Dos 766 inquiridos, 690 eram consumidores de fruta desidratada. Tratava-se de indivíduos, maioritariamente, residentes em meio urbano, trabalhadores no ativo do género masculino com idade entre 25 e 64 anos, habilitações literárias ao nível do ensino secundário ou superior que tinham disponível um nível de rendimento mensal do agregado familiar entre 500 e 1500 Euros. Verificou-se que o perfil dos consumidores de fruta desidratada era, estatisticamente, diferente no que diz ia respeito à ocupação, sendo a proporção de consumidores de fruta desidratada inferior quando estes estavam desempregados. As frutas desidratadas mais consumidas foram as uvas/passas, a ameixa e o figo apesar de se tratar de consumo sazonal que ocorria, especialmente, em alturas festivas como a passagem de ano. Verificou-se que o consumo da maçã, banana e morango era mais frequente. A maior parte dos consumidores de frutas desidratadas era indiferente ao tipo de embalagem e consumia este produto ao lanche, entre as refeições (*snacks*), como condimento de doces, nomeadamente, bolos, bolachas, iogurte, gelados e ao pequeno-almoço.

Palavras-chave: Consumidor, comportamentos, fruta desidratada, hábitos, preferências. [ID 9]

Agradecimentos: Este trabalho foi financiado por: Fundos Europeus Estruturais e de Investimento, na sua componente FEDER, através do Programa Operacional Competitividade e Internacionalização (COMPETE 2020) [Projeto nº 006971 (UID/SOC/04011)]; Referência do Financiamento: POCI-01-0145-FEDER-006971]; e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, no âmbito do projeto UID/SOC/04011/2013.