

Estudos
de **Gestão**
e **Empreendedorismo**

Editores:

Carlos Afonso
Célia M.Q. Ramos
Celísia Baptista

Fernanda Matias
José António C. Santos
Margarida Custódio Santos



UAlg ESGHT

UNIVERSIDADE DO ALGARVE

FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS, HOTELEIRAS E TURISMO

ISBN: 978-989-8859-47-1

Estudos de Gestão e Empreendedorismo

Editores

Fernanda Matias

José António C. Santos

Carlos Afonso

Célia M.Q. Ramos

Celísia Baptista

Margarida Custódio Santos

Raúl F. Guerreiro



UAlg ESGHT

UNIVERSIDADE DO ALGARVE

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO, HOTELARIA E TURISMO

Coordenação editorial: Fernanda Matias e José António C. Santos

Editores: Fernanda Matias, José António C. Santos, Carlos Afonso, Célia

M.Q. Ramos, Celísia Baptista, Margarida Custódio Santos, Raúl F. C. Guerreiro

Paginação e apoio à coordenação: Paula Garcia

Design da capa: María Del Mar Cobeña

Copyright © 2016 Universidade do Algarve, Escola Superior de Gestão,

Hotelaria e Turismo, Campus da Penha, 8005-139 Faro, Portugal

ISBN: 978-989-8859-47-1

Impressão: Gráfica Comercial, Loulé

Comité Científico:

Alfonso Vargas-Sánchez, Universidad de Huelva, España
Álvaro Garrido Morgado, Universidad de Salamanca, España
Ana Isabel Gueimonde-Canto, Universidad de Vigo, España
Ana Isabel Martins, Universidade do Algarve - ESGHT, Portugal
Ana Paula Rodrigues, UTAD, Portugal
Ana Rita Silva Faria, Universidade do Algarve, ESGHT, Portugal
António C. Marques, Universidade da Beira Interior, Portugal
António João Coelho Sousa, Universidade de Évora, Portugal
António M. Alinho Covas, Universidade do Algarve, FE, Portugal
Carlos Afonso, Universidade do Algarve, ESGHT, Portugal
Carlos Ferro Soto, Universidad de Vigo, España
Carlos M. Ramos Sousa, Universidade do Algarve, ESGHT, Portugal
Carlos Peixeira Marques, UTAD, Portugal
Célia M.Q. Ramos, Universidade do Algarve, ESGHT, Portugal
Celísia Baptista, Universidade do Algarve - ESGHT, Portugal
Cidália Leal Paço, Universidade do Algarve, ESGHT, Portugal
Cláudia Almeida, Universidade do Algarve, ESGHT, Portugal
Cristina Viegas, Universidade do Algarve, FE, CEFAGE, Portugal
Diego R. Toubes, Universidad de Vigo, España
Elena García de Soto Camacho, Universidad de Huelva, España
Elisa Alen, Universidad de Vigo, España
Fátima Jorge, Universidade de Évora, Portugal
Fernanda Matias, Universidade do Algarve, ESGHT, Portugal
Francisco Parejo Moruno, Universidad de Extremadura, España
Georgette Andraz, Universidade do Algarve - ESGHT, Portugal
Ignacio Requejo Puerto, Universidad de Salamanca, España
Ileana Monteiro, Universidade do Algarve, ESGHT, CIEO, Portugal
Isabel Gallego-Álvarez, Universidad de Salamanca, España
Jesús Fernando Lampón Caride, Universidad de Vigo, España
Jorge Casas Novas, Universidade de Évora, Portugal
José António C. Santos, Univ. Algarve, ESGHT, CIEO, Portugal
José Antonio Fraiz Brea, Universidad de Vigo, España
José M. Hernández-Mogollón, Univ. Extremadura, España
José Biléu Ventura, Universidade de Évora, CEFAGE, Portugal
Juan José Albendín Moya, Universidad de Huelva, España
Juan Manuel Cepeda, Universidad de Huelva, España

Julio Diéguez Soto, Universidad de Málaga, España
Lara Ferreira, Universidade do Algarve, ESGHT, Portugal
Livia Madureira, UTAD, Portugal
Luis Coelho, Universidade do Algarve, FE, Portugal
Luís Nobre Pereira, Univ. Algarve, ESGHT, CIEO, Portugal
Luis Rodriguez-Dominguez, Universidad de Salamanca, España
Manuela Guerreiro, Univ. Algarve, FE, CIEO, Portugal
Margarida Custódio Santos, Univ. Algarve, ESGHT, Portugal
María del Mar Rodríguez Domínguez, Univ. Vigo, España
Maria do Céu Gaspar Alves, Univ. Beira Interior, NECE, Portugal
M^a Isabel Diéguez Castrillón, Universidad de Vigo, España
Maria Leonor Salsa, Universidade do Algarve, ESGHT, Portugal
Marisol B. Correia, Universidade do Algarve, ESGHT, Portugal
Marta Silvério, Universidade de Évora, Portugal
Nelson Matos, Universidade do Algarve, ESGHT, CIEO, Portugal
Pablo A. Muñoz Gallego, Universidad de Salamanca, España
Pablo de Carlos Villamarín, Universidad de Vigo, España
Patrícia Pinto, Universidade do Algarve, FE, Portugal
Patricio Sanchez Fernandez, Universidad de Vigo, España
Paula Serdeira Azevedo, Univ. Algarve, ESGHT, Portugal
Paulo Águas, Universidade do Algarve, ESGHT, Portugal
Paulo Alexandre Duarte, Univ. Beira Interior, Portugal
Pedro Lopes Garcês, Universidade do Algarve, ESGHT, Portugal
Ramiro Gonçalves, UTAD, INESC TEC, Portugal
Raúl Filipe Guerreiro, Univ. Algarve, ESGHT, CEFAGE, Portugal
Ricardo Gouveia Rodrigues, Univ. Beira Interior, NECE, Portugal
Rúben Torcato Peixinho, Universidade do Algarve, FE, Portugal
Rui Quaresma, Universidade de Evora, Portugal
Tomas M. Mazon, Universidad de Alicante, España
Trinidad Domínguez Vila, Universidad de Vigo, España

Prefácio:

Este livro “Estudos de Gestão e Empreendedorismo” inclui uma parte substancial dos estudos, previamente objeto de dupla revisão anónima, apresentados no XIX Seminário Luso-Espanhol (SLE) de Economia Empresarial que se realizou na Universidade do Algarve/Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo em 2017, promovido pelo Círculo Ibérico de Economia Empresarial (CIBECEM). Os estudos são fundamentalmente de natureza empírica, versam sobre temas atuais e, poderão constituir fonte de estímulo para a prossecução da investigação nas diversas áreas científicas.

Este livro está organizado em cinco partes:

Parte I – Gestão Geral

Parte II – Contabilidade e Gestão Financeira

Parte III – Marketing e Empreendedorismo

Parte IV – Economia e Turismo

Parte V - Educação

A Parte I agrega estudos de gestão de diversa natureza. Catarina Cavaco *et al.* analisam a relação entre a inteligência emocional (IE) e o *burnout*, descrevem a importância da IE como forma de prevenção ao burnout com base numa metodologia quantitativa envolvendo profissionais de saúde.

Helder Antunes e Paulo Pinheiro abordam a gestão do conhecimento e a aprendizagem organizacional. Desenvolveram uma revisão sistemática da literatura e propuseram um modelo integrativo. Das bases de dados Web of Science e Scopus, foram analisados 1335 artigos científicos entre 1960 e 2017.

O estudo de caso de Sara Romeiro *et al.* visa identificar e analisar o nível de desenvolvimento das práticas de Responsabilidade Social nas Instituições Particulares de Solidariedade Social, no que diz respeito à sua dimensão interna e externa e nas vertentes ambientais, económicas e sociais, bem como a hierarquia das relações das mesmas com todos os seus *stakeholders*.

Maria José Gomes *et al.* ensaiam uma proposta de investigação sobre a Metodologia *Balanced Scorecard* aplicada a um setor económico (setor vitivinícola) numa região portuguesa (Alentejo) e apresentam uma síntese do *state of art* da Metodologia.

À luz da teoria institucional, Maria do Céu Alves e Margarida Rodrigues através da metodologia de estudo de caso estudaram de que forma os expatriados podem ser considerados um mecanismo de controlo das multinacionais, sobre as suas subsidiárias e analisaram os impactos da distância entre a empresa mãe e as filiais,

da existência ou não de uma linguagem comum e ainda das tensões organizacionais criadas na filial depois da colocação de um expatriado.

A Parte II trata de temas das áreas da contabilidade e da gestão financeira. Ana Martins estuda a utilidade da informação financeira com base na indústria bancária. Neste trabalho avalia a normalidade e proporcionalidade dos rácios mais utilizados no setor bancário, através da análise das características das respetivas distribuições.

Vítor Gabriel e Fernanda Matias analisam as dinâmicas de curto prazo e de longo prazo entre as *bond yields* dos seis países fundadores da UE, no período amostral compreendido entre abril de 1986 e maio de 2016, o qual foi subdividido em três subperíodos, de modo a explorar o efeito resultante de diferentes condições de mercado.

A auditoria informática nas grandes empresas espanholas foi o tema do estudo de Alfonso Moro *et al.*. Surgiu na sequência de outro trabalho realizado pelos autores em 2015 sobre a evolução da auditoria informática no setor empresarial espanhol.

Uma incursão pelos sistemas de medição do desempenho dos hotéis é levada a cabo por Ana Rita Faria *et al.* Este estudo pretende contribuir para um conhecimento mais aprofundado dos sistemas de medição do desempenho no setor hoteleiro, dando particular destaque ao *Balanced Scorecard* (BSC). O estudo identifica os sistemas de medição e os indicadores de desempenho mais utilizados e procura estabelecer relações entre as características dos hotéis e a adoção de tais sistemas.

Por sua vez, a eficiência das empresas hoteleiras em Portugal - uma aplicação DEA - foi a temática investigada por Ana Martins *et al.* O estudo analisa a eficiência das empresas hoteleiras portuguesas através de uma metodologia bietápica. Na primeira etapa analisa-se a eficiência das empresas com recurso aos modelos DEA (Data Envelopment Analysis) tradicionais e ao modelo Slack Based Measure (SBM) e na segunda etapa, aplicam-se os modelos complementares da supereficiência, fronteira invertida e eficiência composta.

Maria Casteleiro e Maria do Céu Alves estudaram o impacto do sistema de normalização contabilística (SNC) nas Instituições Particulares de Solidariedade Social (IPSS). O principal objetivo deste estudo consiste em criar um *framework*, que permita aferir a perceção dos Contabilistas Certificados (CC) das IPSS relativamente ao impacto, implicações e qualidade do sistema de normalização contabilística para o setor e também para o prestígio da própria profissão.

Eládio Pedreño e Laura Pascual-Nebred investigam a problemática da denominada manipulação contabilística, que permite, mesmo dentro da lei, modelar a imagem

fiel que as contas anuais devem fornecer. Essa manipulação contábil pode ser realizada por meio de contabilidade criativa ou por meio de gestão de lucros.

Patrícia Quesado e Maria Carlos Lopes apresentam um trabalho que visa implementar o sistema *Activity Based Costing* (ABC) numa empresa que produz carroçarias para diferentes modelos de autocarros.

A mensuração e a gestão dos ativos intangíveis foi objeto do estudo de Susana Rua *et al.* Efetuaram uma análise comparativa da mensuração dos ativos intangíveis no âmbito do SNC (Sistema de Normalização Contabilística) português e do PGC (Plan General de Contabilidad) espanhol.

Por sua vez, Lurdes Silva *et al.* investigam a transparência na prestação de informação de âmbito contabilístico e fiscal das entidades sem fins lucrativos. Trata-se de um estudo de caso de uma entidade do setor não lucrativo no que concerne às suas obrigações contabilísticas e fiscais.

A Parte III é dedicada aos estudos elaborados na área do marketing e do empreendedorismo. O estudo de José Saura e Pedro Palos-Sánchez recai na medição do Marketing Digital na Internet. O principal objetivo da pesquisa consiste em identificar os principais parâmetros do *Web Analytics* (AW) para a mensuração de técnicas de Marketing Digital.

Isabel Ribeiro e António Gonçalves investigam o perfil do consumidor de frutas desidratadas e o consumo e hábitos de compra deste produto em consumidores do Norte de Portugal.

Cláudia Dias *et al.* pretendem consolidar o estado da pesquisa académica na área do Marketing Empreendedor (ME), pelo que a opção metodológica assentou na elaboração de uma análise bibliométrica com recurso à técnica de coocorrência de termos.

Tendências do consumo de mel em Bragança (Portugal) foi a temática estudada por Isabel Ribeiro e António Fernandes. Este trabalho pretende traçar o perfil do consumidor do mel e descrever os seus hábitos de compra e consumo.

Diego R. Toubes *et al.* estudam a relação da cultura com a atitude e a prática empreendedora no Japão e em três países da Europa (Itália, Espanha e Portugal). Através de uma pesquisa com 188 pequenas empresas nestes quatro países, as dimensões culturais associadas a cada país são identificadas a partir da perspetiva do empreendedorismo e a forma como a diversidade de culturas influencia a experiência empreendedora.

As perspetivas de empresários novíços em atividade empreendedora na Extremadura foi a temática desenvolvida por António Sousa *et al.* Os

empreendedores iniciantes são indivíduos com expectativas de se tornarem empreendedores, mas sem experiência prévia em negócios.

Eduardo Aranda e Remédios Linares estudam a orientação empreendedora nas empresas familiares de Mérida. O objetivo geral desta pesquisa é conhecer a importância da Orientação Empreendedora (OE) para as empresas familiares de Mérida, bem como analisar se existem diferenças entre o comportamento empreendedor de empresas familiares e não familiares

Juan Borrero analisa a importância da cultura do país e da universidade na intenção empreendedora dos estudantes universitários. Este estudo analisa as percepções de desejabilidade, viabilidade e intenção para iniciar novos negócios e como essas variáveis influenciam a intenção empreendedora comparando contextos institucionais diferentes, Espanha e Marrocos.

A Parte IV inclui os trabalhos das áreas da economia e do turismo. Vitor Martinho estuda a influência das atividades de investigação e desenvolvimento na importância relativa da produção agrícola. O objetivo deste estudo é analisar a influência da inovação, através das atividades de R&D e de variáveis ambientais na economia agrícola, considerando como base os desenvolvimentos de Cobb & Douglas (1928).

É também estudado o papel das redes comerciais e internacionais para a internacionalização no negócio da cortiça durante o século XIX e apresentado um estudo de caso com base numa empresa familiar.

Raúl Martínez *et al.* comparam o desempenho de dois sistemas de negociação algorítmica de big data na Ibex, de janeiro a agosto de 2017. Estes sistemas utilizam modelos de inteligência artificial baseados no sentimento do investidor.

Pedro Palos-Sanchez *et al.* no seu estudo pretendem determinar a importância que o turismo de produção de azeite e produtos orgânicos relacionados está gradualmente adquirindo. Este turismo alternativo está aumentando significativamente nos países do sul da Europa e é uma alternativa ao turismo sazonal baseado no sol e na areia.

O impacto das peregrinações no turismo religioso, análise e previsão do fenómeno Mariano de Fátima constitui a temática investigada por José Fuinhas *et al.* Os resultados da previsão abrem portas para estudos do impacto económico, político e social das peregrinações ao Santuário.

A Parte V inclui os trabalhos que recaem na área da educação. Carolina Santos *et al.* investiga a lealdade dos *Alumni* dos cursos superiores de 1.º ciclo, apresentando uma proposta de modelo concetual. A compreensão de como a imagem da instituição e a satisfação profissional atuam no binómio satisfação-lealdade foram os construtos base para a construção do modelo concetual proposto.

Nuno Sousa et al. pesquisam a partilha de conhecimento entre docentes do ensino superior através de uma revisão quantitativa da literatura. Neste artigo analisam-se estudos empíricos de natureza quantitativa sobre a partilha de conhecimento entre académicos.

O livro termina com o estudo de Isabel Ribeiro e António Fernandes que recai no comportamento financeiro dos alunos de uma instituição pública de ensino superior portuguesa. Foi aplicado um estudo quantitativo, observacional, transversal e analítico.

Gostaríamos de mencionar que os trabalhos publicados neste livro contribuem para enriquecer o conhecimento das matérias estudadas e especialmente suscitar novas ideias para investigações futuras e de agradecer o empenho dos autores e revisores que contribuíram para esta publicação.

Os Editores

Fernanda Matias

José Santos

Carlos Afonso

Celísia Batista

Célia Ramos

Margarida Santos

Raúl F. C. Guerreiro

ÍNDICE

PARTE I: Gestão Geral

Capítulo 1:	21
A pertinência da inteligência emocional perante o <i>Burnout</i> em Profissionais de saúde	
Catarina Isabel Madeira Cavaco, Maria Manuela Neto, Ileana Pardal Monteiro	
Capítulo 2:	39
Knowledge management and organizational learning: A trip to the field of study	
Hélder Jesus Antunes, Paulo Gonçalves Pinheiro	
Capítulo 3:	61
Análise comparativa de dois estudos de caso sobre práticas de responsabilidade social em Instituições Particulares de Solidariedade Social	
Sara Romeiro, Fátima Jorge, Margarida Saraiva	
Capítulo 4:	81
Adaptação do <i>Balanced Scorecard</i> a um setor económico: O caso do setor vitivinícola da Região Alentejo – contexto, revisão bibliográfica e proposta metodológica	
Maria José Gomes, António João Coelho de Sousa, Jorge Luís Casas Novas	
Capítulo 5:	101
O expatriado como mecanismo de controlo nas multinacionais: um estudo de caso	
Maria do Céu Gaspar Alves, Margarida Rodrigues	
PARTE II: Gestão Financeira e Contabilidade	
Capítulo 6:	125
The use(fulness) of sectoral financial information - The case of the Portuguese banking industry	
Ana Isabel Martins	
Capítulo 7:	145
Yields soberanas dos países fundadores da UE: Convergência ou divergência?	
Vítor Manuel de Sousa Gabriel, Fernanda Matias	
Capítulo 8:	167
La auditoría informática en las grandes empresas españolas	
Alfonso Infante Moro, Juan Carlos Infante Moro, Francisco José Martínez López, Mercedes García Ordaz, Manuel Gallardo Fernández	

Capítulo 9:	187
Uma incursão pelos sistemas de medição do desempenho dos hotéis Ana Rita Faria, Leonor Ferreira, Duarte Trigueiros	
Capítulo 10:	219
A eficiência das empresas hoteleiras em Portugal. Uma aplicação DEA Ana Isabel Martins, Sandra Rebelo, Fernanda Matias, Leonor Salsa	
Capítulo 11:	241
Impacto do sistema de normalização contabilística (SNC) nas Instituições Particulares de Solidariedade Social (IPSS). Um instrumento para avaliar a perceção dos contabilistas certificados em Portugal Carla Casteleiro, Maria do Céu Gaspar Alves	
Capítulo 12:	263
Manipulación contabe versus falsedad contable: El caso Gowex Eladio Pascual Pedreño, Laura Pascual-Nebred	
Capítulo 13:	291
A implementação do sistema ABC numa empresa de fabricação de carroçarias Patrícia Rodrigues Quesado, Maria Carlos Lopes	
Capítulo 14:	315
A mensuração e a gestão dos ativos intangíveis: Estudo dos normativos contabilísticos português e espanhol Susana Catarino Rua, Maria de Lurdes Ribeiro da Silva, Patrícia Rodrigues Quesado	
Capítulo 15:	337
Transparência na prestação de informação de âmbito contabilístico e fiscal das entidades sem fins lucrativos: Estudo de caso Lurdes Ribeiro Silva, Liliana Silva Pereira, Cristiana Vendeiro Lopes	
PARTE III: Marketing e Empreendedorismo	
Capítulo 16:	359
Medición de técnicas de marketing digital con analítica web: Revisión sistemática de literatura José Ramón Saura, Pedro Palos-Sánchez	
Capítulo 17:	379
Consumo e hábitos de compra de fruta desidratada no Norte de Portugal Maria Isabel Barreiro Ribeiro, António José Gonçalves Fernandes	

Capítulo 18:	397
Marketing empreendedor: Análise bibliométrica	
Claudia Sofia Lourenço Dias, Ricardo Gouveia Rodrigues, Helena Alves, Paulo Duarte, Arminda do Paço	
Capítulo 19:	419
Tendências do consumo de mel em Bragança, Portugal	
Maria Isabel Barreiro Ribeiro, António José Gonçalves Fernandes	
Capítulo 20:	443
Relación de la cultura con la actitud y práctica emprendedora en Japón y tres países mediterráneos	
Diego R. Toubes, Julio García del Junco, Katsunori Antoku	
Capítulo 21:	463
Novice entrepreneurs' perspectives on entrepreneurial activity in Extremadura	
António Nogueira Sousa, Dusan Schreiber, Benedita Santos	
Capítulo 22:	487
La orientación emprendedora en las empresas familiares emeritenses	
Eduardo Grajera Aranda, Remedios Hernández Linares	
Capítulo 23:	509
The importance of country culture and university on university students' entrepreneurial intention. The case of Morocco and Spain	
Juan Dian Borrero	
PARTE IV: Economía e Turismo	
Capítulo 24:	531
The influence of research and development activities into the relative importance of agricultural output: World countries and Portuguese regions	
Vítor João Pereira Domingues Martinho	
Capítulo 25:	553
El papel de las redes comerciales y puertos internacionales para la internacionalización en negocio corchero durante el siglo XIX. El caso de la empresa familiar Reynolds	
Francisco Manuel Parejo Moruno Correio, Amelia Branco Correio, José Francisco Rangel Preciado Correio	

Capítulo 26:	569
El Ibex tiene amnesia	
Raúl Gómez Martínez, Camilo Prado Román, Francisco Díez Martín, Miguel Prado Román, Beatriz Garcia Costa, Laura García Costa	
Capítulo 27:	589
Demand and production of olive oil versus gastronomic tourism: A relational approach to internet searches	
Pedro R. Palos-Sánchez, José Antonio Folgado-Fernandez, José Manuel Hernández-Mogollon	
Capítulo 28:	605
O impacto das peregrinações no turismo religioso: Análise e previsão do fenómeno Mariano de Fátima	
José Alberto Fuinhas, António Cardoso Marques, Matheus Belucio	
PARTE V: Educação	
Capítulo 29:	631
A lealdade dos Alumni dos cursos superiores de 1.º ciclo: Uma proposta de modelo conceptual	
Carolina Santos, Mário Raposo, Paulo Duarte	
Capítulo 30:	651
Partilha de conhecimento entre docentes do ensino superior: Uma revisão quantitativa da literatura	
Nuno Sousa, Carlos Peixeira Marques, Carmem Leal	
Capítulo 31:	669
Comportamento financeiro dos alunos de uma instituição pública de ensino superior portuguesa	
Maria Isabel Barreiro Ribeiro, António José Gonçalves Fernandes	

Capítulo 17

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

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

Consumption and buying habits of dehydrated fruits in the north of Portugal

Maria Isabel Barreiro Ribeiro, xilote@ipb.pt*, António José Gonçalves Fernandes, toze@ipb.pt*

* Escola Superior Agrária, Instituto Politécnico de Bragança

Resumo: As frutas são uma fonte natural de energia, vitaminas, minerais e fibras alimentares. No entanto, 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*. Posteriormente, os dados foram tratados com o *SPSS 23.0* através do uso de estatística descritiva e do teste do *Qui-quadrado* para comparar o perfil dos inquiridos tendo em consideração se eram ou não consumidores de fruta desidratada. 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 dizia respeito à ocupação, sendo a proporção de consumidores de fruta desidratada inferior quando estes estavam desempregados. As frutas desidratadas mais, frequentemente, 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. Os critérios de escolha de fruta desidratada foram, por ordem de importância, o sabor e a qualidade, a aparência, o cheiro, a fabricação/validação, a durabilidade, a textura, o valor nutricional e o preço. O acondicionamento e a origem, o tamanho da embalagem, a marca e o *design* da embalagem foram critérios de escolha menos valorizados pelos inquiridos. Verificou-se que a satisfação dos consumidores era maior quando adquiriam as frutas desidratadas no comércio tradicional, ao produtor e nas frutarias. Os critérios de escolha do local de compra de frutas desidratadas foram, por ordem de importância, segurança alimentar, qualidade, preço e confiança,

variedade, conforto, agilidade no atendimento e exposição dos produtos. Outros critérios como proximidade da residência, facilidade de estacionamento e forma de pagamento assumiram um papel secundário.

Palavras-chave: Consumidor, comportamentos, fruta desidratada, hábitos, preferências.

Abstract: Fruits are a natural source of energy, vitamins, minerals and dietary fiber. However, seasonality of fruit makes its consumption impossible throughout the year. Thus, the dehydration of the fruit emerges as a method of food conservation with quality. This research aimed to identify the consumer profile of dehydrated fruits and to study the consumption and buying habits of this product in consumers from the North of Portugal. For this purpose, a cross-sectional, quantitative, observational and analytical study was developed based on a non-probabilistic sample of 766 individuals. The data were collected from April to June 2017 through an anonymous questionnaire that was applied directly to the population of several cities in North of Portugal and also through the internet using Google Docs. Later, the data were analyzed with SPSS 23.0 using descriptive statistics and Chi-square test to compare the profile of respondents considering whether they were dehydrated fruit consumers. Consumers surveyed were mostly of the opinion that dehydrated fruit plays an important role in the diet. Of the 766 respondents, 690 were consumers this product. These were individuals, mostly residents in urban areas, active workers, male gender, aged between 25 and 64 years old, educational achievement at secondary or higher education that had a monthly income of the household between 500 and 1500 Euros. It was found that the profile of consumers of dehydrated fruit was statistically different with respect to occupation, with an inferior proportion of consumers of dehydrated fruit when they were unemployed. Dehydrated fruits more often consumed were the grapes/raisins, plums and figs. However, it was a seasonal consumption that occurred especially during festive times such as New Year. It was found that the consumption of apple, banana and strawberry was more frequent. Most consumers of dehydrated fruit was indifferent to the type of packaging and consumed this product between meals (snacks), namely, cakes, biscuits, yogurt, ice cream and also at breakfast. The criteria for choosing dehydrated fruit were, in order of importance, flavor and quality, appearance, smell, manufacturing/validation, durability, texture, nutritional value and price. The packaging and the origin, the size of the packaging, the brand and the design of the packaging were less valued by the respondents. It was found that consumer satisfaction was greater when they acquired the dehydrated fruits at the traditional commerce, producer and fruit shop. The criteria for choosing the place to buy dehydrated fruits were, in order of importance, food safety, quality, price and reliability, variety, comfort, prompt service and merchandising. Other criteria such as proximity to the residence, easy parking and payment form had a secondary role.

Keywords: Consumer, behavior, dehydrated fruit, habits, preferences.

1. Introdução

As frutas são uma fonte natural de energia, vitaminas, minerais e fibras alimentares. Normalmente, contêm entre 10,0% a 25,0% de hidratos de carbono, menos de 1,0% de proteínas e uma quantidade muito pequena

(menos de 0,5%) de gordura (Orrego, Salgado & Botero, 2014). Do ponto de vista nutricional, as frutas são uma parte essencial de uma dieta equilibrada que, por sua vez, desempenha um papel primordial na prevenção de doenças crônicas. Na opinião de Omolola, Jideani e Kapila (2017), as frutas desidratadas não são apenas fontes importantes de vitaminas, minerais e fibras, mas também fornecem uma ampla gama de componentes bioativos ou fitoquímicos. Estes compostos desempenham um papel fundamental na saúde e longevidade. Embora o processamento possa conduzir a uma perda significativa de compostos bioativos, as frutas desidratadas podem ainda ser uma fonte valiosa não só de energia, fibras e minerais dietéticos, mas também de antioxidantes (Jesionkowska, Sijtsema, Konopacka, & Symoneaux, 2009). Evidências científicas sugerem que os indivíduos que consomem regularmente quantidades generosas de frutas desidratadas têm menores taxas de doenças cardiovasculares, vários tipos de cancro, obesidades, diabetes tipo 2, entre outras doenças crônicas. Por outro lado, o consumo de frutas desidratadas permite uma dieta de maior qualidade, menor peso corporal e medidas de adiposidade mais reduzidas (Keast, Carol, O'Neil, & Jones, 2011; Rwubatsé, Akubor & Mugabo, 2014).

Normalmente, os consumidores associam à fruta uma imagem saudável, especialmente, quando é fresca (Briz, Sijtsema, Jasiulewicz, Kyriakidi, Dolors Guàrdia, & Van den Berg, 2008). Embora a preferência dos consumidores recaia sobre a fruta fresca em detrimento da fruta desidratada no que diz respeito ao gosto, saúde, preço, doçura e naturalidade (mais natural tem menos conservantes), a fruta desidratada pode ser um bom substituto da fruta fresca sobretudo quando há menos disponibilidade. Por outro lado, a fruta desidratada pode ser, também, uma boa opção para consumir no lanche uma vez que é mais saudável do que a maioria dos lanches convencionais (Sijtsema, Jesionkowska, Symoneaux, Konopacka, & Snoek, 2012). De acordo com Rwubatsé, Akubor e Mugabo (2014), as frutas desidratadas são, nutricionalmente, equivalentes às frutas frescas embora em porções menores.

A sazonalidade das frutas torna impossível consumi-las e utilizá-las ao longo de todo o ano (Figiel & Michalska, 2017). A desidratação da fruta é uma opção fundamental para a conservação alimentar com qualidade, permitindo não só aumentar o tempo de conservação, mas também promover a exportação de produtos desidratados (Catarina, Nunes, Ribeiro, & Nunes, 2015; Sontakke & Salve, 2015). A redução do teor de humidade e da atividade da água em níveis seguros inibe o crescimento microbiano e a atividade enzimática, aumentando a vida útil dos produtos (Zotarelli, Porciuncula & Laurindo, 2012; Sontakke, & Salve, 2015). Por outro lado, a redução de peso e volume, minimiza os custos de embalagem, armazenamento e de transporte e permite o armazenamento do produto à temperatura ambiente (Zhang, Zhang & Mujumdar, 2011; Sontakke & Salve, 2015).

Neste contexto, esta investigação teve como objetivos obter uma melhor perceção do consumo e hábitos de compra de frutas desidratadas no Norte de Portugal e definir o perfil destes consumidores. 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*. Posteriormente, os dados foram tratados com recurso ao *software Statistical Package for Social Sciences 23.0* através do uso de estatística descritiva e do teste do *Qui-quadrado* (variáveis qualitativas) e o teste de *Mann-Whitney* (variáveis quantitativas) para comparar o perfil dos inquiridos tendo em consideração se eram ou não consumidores de fruta desidratada.

A estrutura do corpo do texto divide-se em quatro secções, nomeadamente introdução, metodologia, resultados e discussão e conclusão. Na primeira secção justifica-se o tema através de uma breve revisão da literatura de forma a enquadrar teoricamente o tema, apresentam-se os objetivos, faz-se uma breve referência à metodologia usada no estudo e estrutura-se o trabalho. A segunda secção diz respeito à metodologia usada nesta investigação, designadamente no que diz respeito a participantes, instrumento, procedimentos e ética. Na terceira secção, apresentam-se e discutem-se os resultados. E, finalmente, na quarta secção, tecem-se as considerações finais, faz-se alusão às limitações do estudo e apresentam-se futuras linhas de investigação.

2. Material e métodos

Para atingir os objetivos referidos anteriormente, foi desenvolvido um estudo do tipo *cross-section* no Norte de Portugal baseado numa amostra não probabilística, acidental constituída por 766 respondentes residentes em várias localidades Norte de Portugal. Como pode ver-se no Quadro 1, a maioria dos respondentes era do género masculino (51,6%), tinha entre 25 e 64 anos de idade (68,9%), tinha habilitações literárias ao nível do ensino secundário (31,1%) ou superior (36,3%), estava no ativo (70,5%), um nível de rendimento mensal do agregado familiar entre 500 e 1000 Euros (36,8%) ou entre 1001 e 1500 Euros (26,6%) e residia em meio urbano (63,3%).

Quadro 1: Características dos participantes (N = 766)

Variável	Grupos	Frequências	
		%	n
Género	Masculino	51,6	395
	Feminino	48,4	371
Idade	18 a 24 anos	27,2	208
	25 a 64 anos	68,9	528
	65 ou mais anos	3,9	30
Habilitações literárias	Sabe ler e escrever	3,7	28
	1º ciclo	5,6	43

	2º ciclo	5,6	43
	3º ciclo	17,8	136
	Secundário	31,1	238
	Superior	36,3	278
Ocupação	Estudante	20,4	156
	Reformado	3,4	26
	Desempregado	1,2	9
	Trabalhador	70,5	540
	Doméstica	2,5	19
	<i>Missing</i>	2,1	16
Nível de rendimento mensal do agregado familiar	< 500 €	10,2	78
	500 a 1000 €	36,8	282
	1001 a 1500 €	26,6	204
	1501 a 2000 €	15,9	122
	> 2000 €	10,4	80
Local da residência	Rural	36,6	280
	Urbano	63,3	485
	<i>Missing</i>	0,1	1

Para a recolha de dados, que decorreu de abril a junho de 2017, foi utilizado, como instrumento de recolha de dados, um questionário desenvolvido com base na revisão da literatura e inspirado no trabalho desenvolvido por Cerjak e Tomié (2013). O questionário estava estruturado em duas seções. A primeira seção contemplava variáveis sociodemográficas que permitiam caraterizar o inquirido, tais como, género, idade, local de residência, nível de escolaridade, profissão e rendimento mensal do agregado familiar. A segunda secção era constituída por questões sobre os hábitos de consumo e compra de frutas desidratadas tais como:

- Frequência de consumo de figos, ameixas, uvas/passas, tâmaras, bananas, damascos, maçã, morango, abacaxi, cereja, coco, gengibre, kiwi, manga, pêsego, melão, mamão, laranja, pera, amora, framboesa, entre outras.
- Fatores que estão na base da escolha das frutas desidratadas, nomeadamente, preço, origem, marca, tamanho da embalagem, *design* da embalagem, acondicionamento, qualidade, aparência, sabor, valor nutricional, durabilidade, cheiro, fabricação/validação e textura.
- Nível de importância que o consumidor atribuía à fruta desidratada na dieta alimentar.
- Preferência e nível de satisfação com os locais de compra, designadamente, hipermercados/supermercados, lojas tradicionais, feiras convencionais, feiras ecológicas, produtor e produção própria.
- Nível de importância atribuído pelo consumidor a fatores decisivos na escolha do estabelecimento onde adquire a fruta desidratada, designadamente, qualidade, variedade, preço, exposição dos produtos, segurança alimentar, confiança, conforto, proximidade da residência,

facilidade de estacionamento, forma de pagamento e agilidade no atendimento.

- Tipo de embalagem preferida pelo consumidor e formas de consumo das frutas desidratadas.

O questionário foi administrado na rua, em cafés, à saída dos hipermercados e supermercados, em mercados locais e via *internet*, utilizando o *Google Docs*. Posteriormente, os dados foram editados e tratados com recurso ao *software* SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versão 23. O tratamento estatístico dos dados envolveu o uso da estatística descritiva com o objetivo de caracterizar a amostra, nomeadamente, cálculo de frequências absolutas e relativas sempre que as variáveis eram nominais; e, cálculo de medidas de tendência central, nomeadamente, média e mediana e de medidas de dispersão, designadamente, desvio-padrão, máximo e mínimo, sempre que as variáveis eram ordinais ou superiores. Envolveu, ainda, o uso do teste do *Qui-quadrado* (variáveis qualitativas) e teste de *Mann-Whitney* (variáveis quantitativas) para comparar o perfil dos inquiridos tendo em consideração se eram ou não consumidores de fruta desidratada (Maroco, 2007; Pestana & Gageiro, 2014).

Relativamente ao teste do *Qui-quadrado* foi acautelada a verificação da regra prática do teste, nomeadamente, $N \geq 20$ e frequências esperadas ≥ 5 (Maroco, 2007). Sempre que as frequências esperadas foram inferiores a 5 e superiores a 1, o teste do *Qui-quadrado* pôde ser utilizado com confiança desde que a situação descrita não representasse mais do que 20,0% das células da tabela de contingência. Quando violada a regra prática do teste, utilizou-se a simulação de *Monte Carlo* (Maroco, 2007). O teste do *Qui-quadrado* permite testar as seguintes hipóteses: $H_0: \theta_{sim} = \theta_{n\grave{a}o}$ versus $H_1: \theta_{sim} \neq \theta_{n\grave{a}o}$ em que θ é a proporção.

Foi necessário recorrer ao teste de *Mann-Whitney* pois quando testadas as condições de aplicação dos testes paramétricos, nomeadamente, a normalidade dos dados com recurso ao teste de *Kolmogorov-Smirnov* com a correção de *Lilliefors*; e, a igualdade de variâncias com recurso ao teste de *Levene*, verificou-se a violação da normalidade dos dados ($p\text{-value} \leq 0,05$). O teste do *Mann-Whitney* permite testar a hipótese nula das medianas da idade serem iguais contra a hipótese alternativa da idade do consumidor de fruta desidratada ser diferente da idade daqueles que não são consumidores desse produto ($H_0: \eta_{sim} = \eta_{n\grave{a}o}$ versus $H_1: \eta_{sim} \neq \eta_{n\grave{a}o}$ em que η é a mediana).

Para a execução do estudo analítico foi utilizado um grau de confiança ($1 - \alpha$) de 95,0% a que corresponde um nível de significância (α) de 5,0%. Segundo Maroco (2007), a regra de decisão estatística é rejeitar a hipótese nula (H_0) quando o $p\text{-value}$ ou probabilidade de significância for inferior ou igual ao nível de significância, ou seja, quando $p\text{-value} \leq \alpha$. Probabilidade de significância ou

p-value é o nível mais baixo de α para o qual é possível rejeitar H_0 (Maroco, 2007).

Quando convidados a participar no estudo, os inquiridos foram informados sobre o objetivo do estudo e de que os dados seriam tratados de forma anónima, sendo garantida a confidencialidade dos mesmos. Os respondentes participaram, voluntariamente, após o seu consentimento informado e esclarecido.

3. Resultados e discussão

Como pode ver-se no Quadro 2, o grupo de respondentes que consumia fruta desidratada era constituído por 690 indivíduos. Eram, maioritariamente, indivíduos do género masculino (52,0%), tinham entre 25 e 64 anos de idade (68,4%), tinham habilitações literárias ao nível do ensino secundário (30,3%) ou superior (36,8%), estava no ativo (71,0%), usufruíam de um nível de rendimento mensal do agregado familiar entre 500 e 1000 Euros (35,9%) ou entre 1001 e 1500 Euros (26,8%) e residiam em meio urbano (63,3%).

Quadro 2: Características dos consumidores de fruta desidratada (N = 690)

Variável	Grupos	Frequências	
		Relativas (%)	Absolutas (n)
Género	Masculino	58,0	359
	Feminino	42,0	331
Idade	18 a 24 anos	27,2	188
	25 a 64 anos	68,4	488
	65 ou mais anos	4,3	30
Habilitações literárias	Sabe ler e escrever	3,9	27
	1º ciclo	5,1	35
	2º ciclo	5,8	40
	3º ciclo	18,1	125
	Secundário	30,3	209
	Superior	36,8	254
Ocupação	Estudante	20,4	139
	Reformado	3,3	23
	Desempregado	0,7	5
	Trabalhador	71,0	490
	Doméstica	2,6	18
	<i>Missing</i>	2,2	15
Nível de rendimento mensal do agregado familiar	< 500 €	9,7	67
	500 a 1000 €	35,9	248
	1001 a 1500 €	26,8	185
	1501 a 2000 €	14,0	117
	> 2000 €	10,6	73
Local da residência	Rural	36,5	252
	Urbano	63,3	437
	<i>Missing</i>	0,1	1

Quando comparado o perfil dos respondentes tendo em conta se consumiam ou não fruta desidratada, verificou-se a existência de diferenças,

estatisticamente, significativas em apenas uma característica, nomeadamente, a ocupação (p -value = 0,019), como pode ver-se no Quadro 3. Assim, pode afirmar-se, com um grau de confiança de 95,0%, que a proporção de consumidores de fruta desidratada é mais baixa quando estes estão desempregados.

Quando utilizado o teste de *Mann-Whitney* para comparar a idade, verificou-se que a mediana da idade dos respondentes que consumiam fruta desidratada (30 anos) não era, estatisticamente, diferente da dos alunos que não consumiam fruta (33 anos) pois p -value = 0,427.

Quadro 3: Comparação do perfil dos consumidores de frutas desidratadas

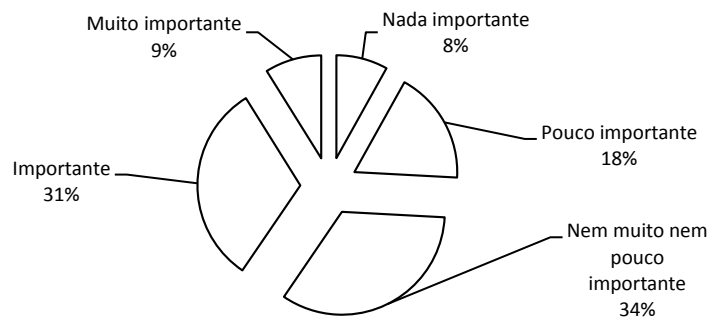
Variável	Categorias	Consumidores (%)		p -value
		Não (n = 76)	Sim (n = 690)	
Género (N = 766)	Masculino	10,8	89,2	0,440
	Feminino	9,1	90,9	
Habilitações literárias (N = 766)	Sabe ler e escrever	3,8	96,4	0,168 ^b
	1º ciclo	18,6	81,4	
	2º ciclo	47,0	93,0	
	3º ciclo	8,1	91,9	
	Secundário	12,2	87,8	
	Superior	8,6	91,4	
Ocupação (N = 750)	Estudante	10,9	89,1	0,019 ^{*b}
	Reformado	11,5	88,5	
	Desempregado	44,4	55,6	
	Trabalhador	9,3	99,7	
	Doméstica	5,3	94,7	
Nível de rendimento mensal do agregado familiar (N = 766)	< 500 €	14,4	85,9	0,099
	500 a 1000 €	12,1	87,9	
	1001 a 1500 €	9,3	90,7	
	1501 a 2000 €	4,1	95,9	
	> 2000 €	8,8	91,2	
Local da residência (N = 765)	Rural	10,0	90,0	0,963
	Urbano	9,9	90,1	

^b Com simulação de *Monte Carlo*

* Existem diferenças significativas, ao nível de significância de 5,0%.

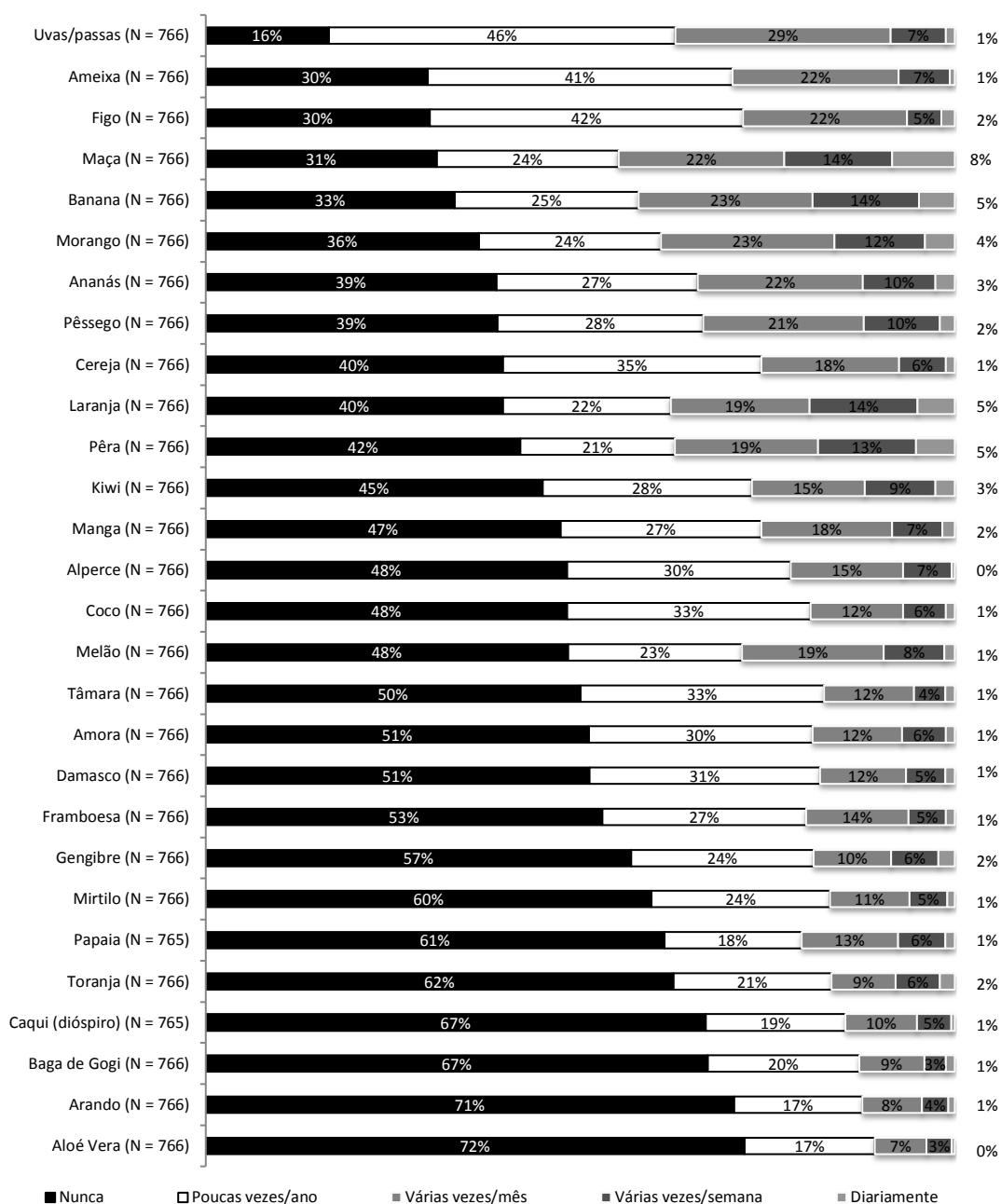
A Figura 1 mostra o grau de importância da fruta desidratada na dieta alimentar. Na opinião dos inquiridos esse papel é importante ou muito importante (40,0%). No entanto, para 34,0% dos inquiridos, esse papel é indiferente; e, para 26,0% dos inquiridos, é nada ou pouco importante. No estudo desenvolvido por Cerjak e Tomié (2013), o consumo de frutas desidratadas era fundamental para a prática de uma dieta alimentar equilibrada e saudável (52,0%).

Figura 1: Grau de importância da fruta desidratada na dieta alimentar (N = 766)



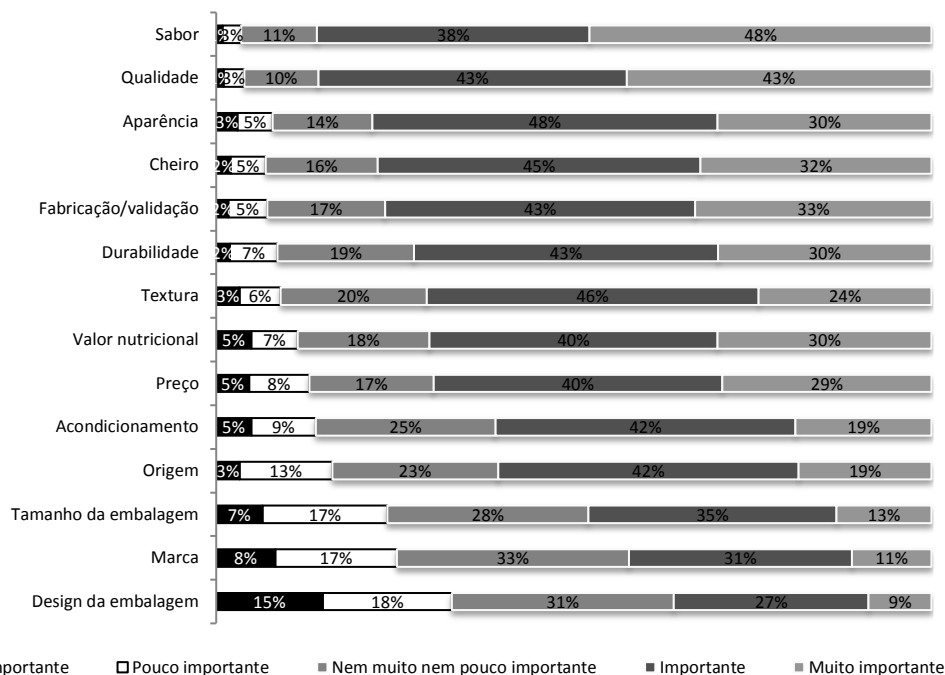
As frutas desidratadas mais, frequentemente, consumidas são as uvas/passas apesar de 46,0% dos inquiridos referirem que a consomem poucas vezes por ano. Provavelmente, por se tratar de um consumo sazonal que ocorre, especialmente, na passagem de ano. A ameixa e o figo seguem um padrão de consumo semelhante. De facto, cerca de 40,0% dos inquiridos referiram consumir estas frutas desidratadas poucas vezes por ano. Já, a maçã, a banana e o morango são consumidas de forma mais frequente (Figura 2). Resultados semelhantes foram obtidos por Cerjak e Tomié (2013) num estudo que envolveu consumidores de Zagrebe.

Figura 2: Frequência de consumo de frutas desidratadas



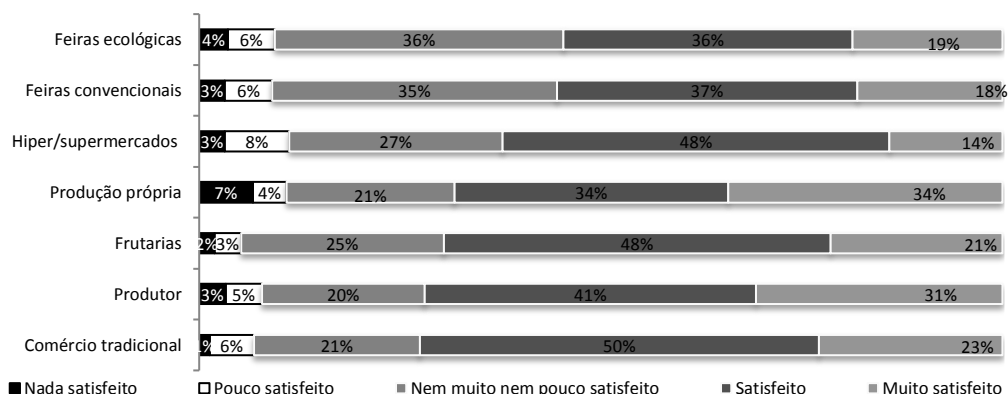
Como pode ver-se na Figura 3, os critérios de escolha de fruta desidratada são, segundo a opinião dos respondentes, por ordem de importância, o sabor e a qualidade (86,0%), a aparência (78,0%), o cheiro (77,0%), a fabricação/validação (76,0%), a durabilidade (72,0%), a textura (71,0%), o valor nutricional e o preço (70,0%). O acondicionamento e a origem (61,0%), o tamanho da embalagem (48,0%), a marca (42,0%) e o *design* da embalagem (36,0%) são critérios de escolha menos valorizados pelos inquiridos (Figura 3).

Figura 3: Grau de importância dos critérios de escolha de fruta desidratada (N = 690)



A Figura 4 mostra o nível de satisfação com os locais de compra de frutas desidratadas. Como pode ver-se, segundo os respondentes, o nível de satisfação é mais elevado junto do comércio tradicional (73,0%), do produtor (72,0%) e das frutarias (70,0%). A mesma figura mostra que o nível de satisfação é um pouco mais baixo na produção própria (68,0%), nos hipermercados (62,0%), feiras convencionais (56,0%) e feiras ecológicas (55,0%). Contrariamente ao que acontece relativamente aos locais de compra de frutas frescas uma vez que que, habitualmente, os consumidores optam pelos hipermercados e supermercados (Souza, Arbage, Neumann, Froehlich, Diesel, Sulveira, Silva, Corazza, Baumhardt, & Lisboa, 2008).

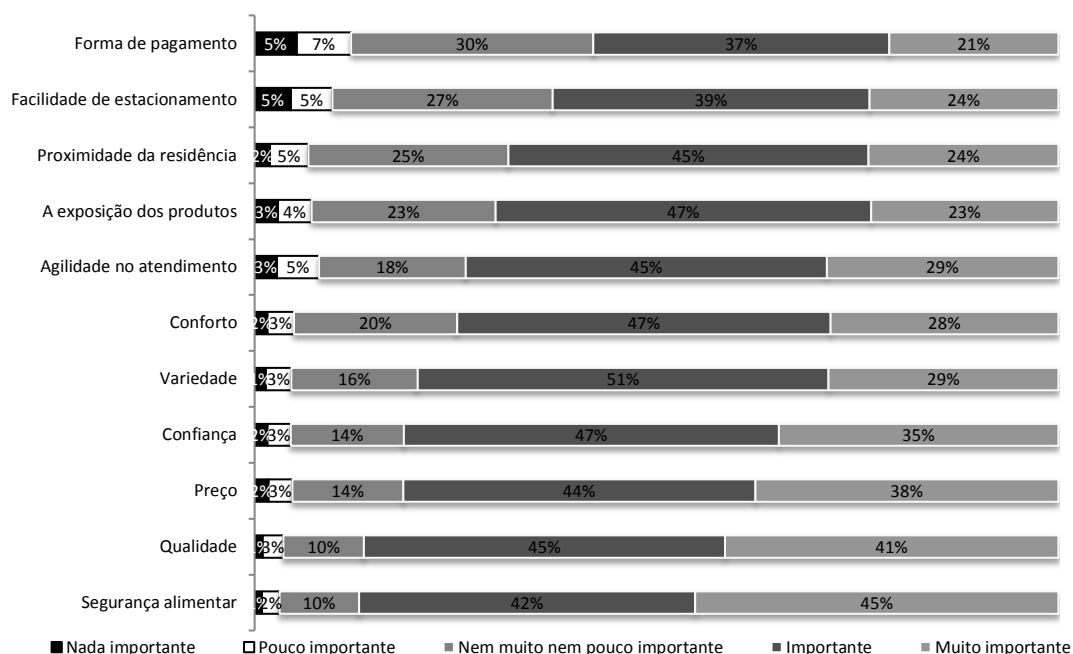
Figura 4: Nível de satisfação com os locais de compra de frutas desidratadas (N = 690)



Como pode ver-se na Figura 5, os critérios de escolha do local de compra de frutas desidratadas são, por ordem de importância, a segurança alimentar (87,0%), a qualidade (86,0%), o preço e a confiança (82,0%), a variedade

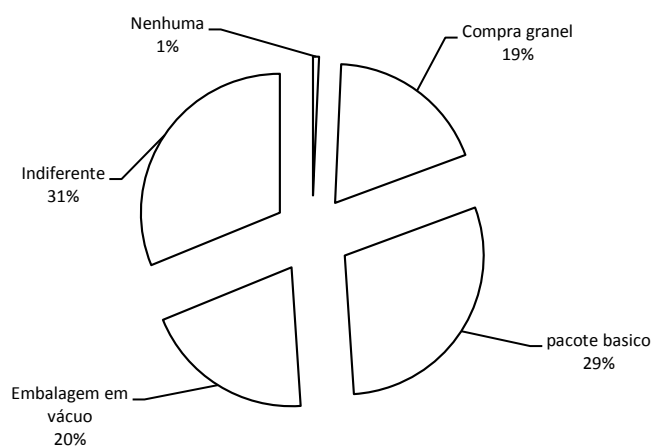
(80,0%), o conforto (75,0%), a agilidade no atendimento (74,0%) e a exposição dos produtos (64,0%). Outros critérios como a proximidade da residência (69,0%), a facilidade de estacionamento (63,0%) e a forma de pagamento (58,0%), apesar de importantes, são critérios secundários na escolha do local de compra das frutas desidratadas. No estudo desenvolvido por Cerjak e Tomié (2013) o preço foi considerado o fator com maior peso na escolha do local de compra. A qualidade, a variedade de produtos, a segurança alimentar e o preço continuam a ser fatores que se destacam na decisão de compra de produtos alimentares (Souza *et al.*, 2008).

Figura 5: Critérios de escolha do local de compra de frutas desidratadas (N = 690)



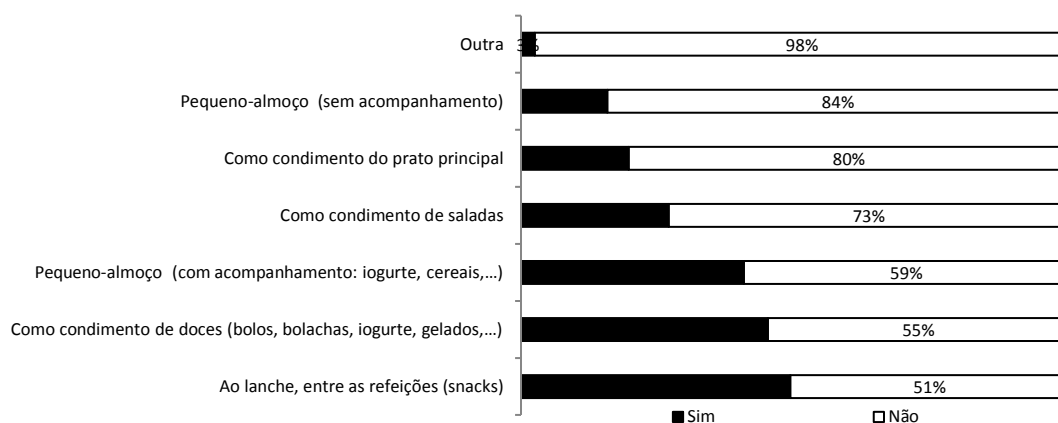
Como pode ver-se na Figura 6, para a maior parte dos consumidores de fruta desidratada é-lhes indiferente o tipo de embalagem (31,0%). Para os restantes, o pacote básico é o preferido por 29,0% dos consumidores; 20,0% preferem a embalagem em vácuo; e, 19,0% preferem comprar a granel. De acordo com os resultados do estudo desenvolvido por Cerjak e Tomié (2013), para a maioria dos consumidores, o tipo de embalagem não é relevante (52,0%).

Figura 6: Tipo de embalagem (N = 690)



A Figura 7 revela a forma como os inquiridos gostam de consumir frutas desidratadas. Como pode ver-se, dos 689 inquiridos que consomem este produto, a maior parte fá-lo ao lanche, entre as refeições (*snacks*) (49,0%), como condimento de doces (bolos, bolachas, iogurte, gelados, ...) (45,0%), ao pequeno-almoço (com acompanhamento: iogurte, cereais, ...) (41,0%) e, ainda, como condimento de saladas (27,0%). Os mesmos resultados foram obtidos por Cerjak e Tomié (2013). As frutas desidratadas são, também, consumidas como condimento do prato principal (20,0%), ao pequeno-almoço (sem acompanhamento) (16,0%) e em outras ocasiões (3,0%), sempre que apetece.

Figura 7: Consumo de frutas desidratadas (N = 689)



Conclusão

Esta investigação teve como objetivo estudar o consumo e hábitos de compra de frutas desidratadas no Norte de Portugal. Para o efeito foi recolhida uma amostra não probabilística, acidental constituída por 766 indivíduos. O grupo de respondentes que consumia fruta desidratada era constituído por 690 indivíduos. Eram, maioritariamente, indivíduos do género masculino, tinham entre 25 e 64 anos de idade, tinham habilitações literárias ao nível do ensino secundário ou superior, estava no ativo, usufruíam de um nível de rendimento

mensal do agregado familiar entre 500 e 1000 Euros ou entre 1001 e 1500 Euros, residiam em meio urbano e considerava que a fruta desidratada tem um papel importante na dieta alimentar.

Quando comparado o perfil dos respondentes tendo em conta se eram consumidores de fruta desidratada, verificou-se a existência de diferenças, estatisticamente, significativas no que dizia respeito à ocupação sendo que o consumo de fruta desidratada era menor quando estes estavam desempregados.

As frutas desidratadas mais, frequentemente, consumidas foram as uvas/passas apesar de esse consumo ser ocasional para 46% dos inquiridos. O consumo de ameixa e figo seguiu um padrão de consumo semelhante. De facto, cerca de 40% dos inquiridos referiram consumir estas frutas desidratadas poucas vezes por ano. Já, relativamente à maçã, banana e morango verificou-se que o seu consumo era mais frequente.

Os critérios de escolha de fruta desidratada foram, segundo a opinião dos respondentes, por ordem de importância, o sabor e a qualidade, a aparência, o cheiro, a fabricação/validação, a durabilidade, a textura, o valor nutricional e o preço. O acondicionamento e a origem, o tamanho da embalagem, a marca e o *design* da embalagem foram critérios de escolha menos valorizados pelos inquiridos.

Verificou-se que o nível de satisfação com os locais de compra de frutas desidratadas era maior junto do comércio tradicional, do produtor e das frutarias. Os critérios de escolha do local de compra de frutas desidratadas foram, por ordem de importância, a segurança alimentar, a qualidade, o preço e a confiança, a variedade, o conforto, a agilidade no atendimento e a exposição dos produtos. Outros critérios como a proximidade da residência, a facilidade de estacionamento e a forma de pagamento assumiram um papel secundário na escolha do local de compra das frutas desidratadas. A maior parte dos consumidores de frutas desidratadas é indiferente ao tipo de embalagem e consome este produto ao lanche, entre as refeições (*snacks*), como condimento de doces, nomeadamente, bolos, bolachas, iogurte, gelados e ao pequeno-almoço.

Uma das limitações deste estudo está relacionada com o facto de se tratar de um estudo do tipo *cross-section*. Esta limitação é suscetível de ser superada em investigações futuras que permitam acompanhar a evolução dos hábitos de compra e consumo deste tipo de produto. Por outro lado, os resultados poderão estar enviesados devido ao facto de se tratar de uma amostra não-probabilística, acidental. Para colmatar esta lacuna, estudos futuros deverão ter em consideração a necessidade da amostra ser aleatória.

Agradecimentos

Este trabalho é 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 financiamento: POCI-01-0145-FEDER-006971]; e por Fundos Nacionais, através da FCT - Fundação Portuguesa para a Ciência e Tecnologia no âmbito do projeto UID/SOC/04011/2013.

Referências

- Briz, T., Sijtsema, S., Jasiulewicz, A., Kyriakidi, A., Dolors Guàrdia, M., & Van den Berg, I. (2008). Barriers to fruit consumption: Driving forces behind consumer behaviour. *Scripta Horticulturae*, 8, 7-18.
- Cerjak, M. & Tomié, M. (2013). Dried fruit consumer behavior regarding in the Zagreb market. *Polomogija Croatica*, 19(1-4): 63-74.
- Figiel, A. & Michalska, A. (2017). Overall quality of fruits and vegetables products affected by the drying processes with the assistance of Vacuum-Microwaves. *Int. J. Mol. Sci.*, 18(71), 1-18. doi: 10.3390/ijms18010071
- Keast, D., Carol E. O'Neil, C., & Jones, J. (2011). Dried fruit consumption is associated with improved diet quality and reduced obesity in US adults: National health and nutrition examination survey, 1999-2004. *Nutrition Research*, 31, 460-467.
- Maroco, J. (2007). *Análise estatística com utilização do SPSS*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Nunes, C., Ribeiro, T. & Nunes, J. (2015). Comparative analysis of dehydration methods for apple fruit. *Revista de Ciências Agrárias*, 38(3), 282-290.
- Omolola, A., Jideani, A. & Kapila, P. ((2017) Quality properties of fruits as affected by drying operation. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 57(1), 95-108. <http://dx.doi.org/10.1080/10408398.2013.859563>.
- Orrego, C., Salgado, N. & Botero, C. (2014) Developments and trends in fruit bar production and characterization. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 54(1), 84-97. doi: 10.1080/10408398.2011.571798.
- Pestana, M. & Gageiro, J. (2014). *Análise de dados para ciências sociais: A complementaridade do SPSS*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Rwubatshe, B., Akubor, P. & Mugabo, E. (2014). Effect of drying methods on functional and pasting properties of orange fruit (*Citrus sinensis*, L.) peel flour and wheat flour blends. *Journal of Environmental Science, Toxicology and Food Technology (IOSR-JESTFT)*, 8(9), 52-56.
- Sijtsema; S., Jesionkowska, K., Symoneaux, R., Konopacka, D., & Snoek, H. (2012). Perceptions of the health and convenience characteristics of fresh and dried fruits. *LWT - Food Science and Technology*, 49, 275-281
- Sontakke, M. & Salve, S. (2015). Solar drying technologies: A review. *International Refereed Journal of Engineering and Science (IRJES)*, 4(4), 29-35.
- Souza, R., Arbage, A., Neumann, P., Froehlich, J., Diesil, V., Sulveira, P., Silva, A., Corazza, C., Baumhardt, E., & Lisboa, R. (2008). Comportamento de compra dos consumidores de frutas, legumes e verduras na região central do Rio Grande do Sul. *Ciência Rural*, 38(2), 511-517.
- Zhang, F., Zhang, M. & Mujumdar, A. (2011). Drying characteristics and quality of restructured wild cabbage chips processed using different drying methods. *Drying Technology*, 29(6), 682-688.

Zotarelli, M., Porciuncula, B. & Laurindo, J. (2012). A convective multi-flash drying process for producing dehydrated crispy fruits. *Journal of Food Engineering*, 108, 523-531.

Como citar este capítulo:

Ribeiro, M. I. B. & Fernandes, A. J. G. (2017). Consumo e hábitos de compra de fruta desidratada no Norte de Portugal. In: F. Matias, José António C. Santos, C. Afonso, C. Baptista, C. M. Q. Ramos, & M. C. Santos (Eds.), *Estudos de Gestão e Empreendedorismo* (pp. 379-394). Faro: Universidade do Algarve.