



II Congresso das Agrárias

16 - 18 de Novembro 2017 | Elvas

LIVRO DE RESUMOS

Ficha Técnica

Título: Livro de Resumos do II Congresso Nacional das Escolas Superiores Agrárias

Editores: Comissão Especializada das Escolas Superiores Agrárias do CCISP

Tiragem: 240 exemplares

ISBN: 978-989-8806-23-9

Depósito Legal: 433984/17

P 1549 | PERCEÇÃO DO CONSUMO E HÁBITOS DE COMPRA DE FRUTA DESIDRATADA NO NORTE DE PORTUGAL

Maria Isabel Ribeiro^{1,2}; António José Fernandes^{1,2}

1 - Departamento de Ciências Sociais e Exatas, Escola Superior Agrária, Instituto Politécnico de Bragança; 2 - Centro d Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento, Universidade de Trás-os-Montes e alto douro, Vila Real PORTUGAL.

Resumo: As frutas são uma fonte natural de energia, vitaminas, minerais e fibras alimentares. No entanto, 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.

CTA1.4