

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS
CURSO DE AGRONOMIA BACHARELADO

MÁRIO AUGUSTO PEREIRA JÚNIOR

**ANÁLISE DO MERCADO DE FRUTAS *IN NATURA* DO MUNICÍPIO DE SÃO LUÍS
– MA**

SÃO LUÍS - MA
2021

MÁRIO AUGUSTO PEREIRA JÚNIOR

**ANÁLISE DO MERCADO DE FRUTAS *IN NATURA* DO MUNICÍPIO DE SÃO LUÍS
– MA**

Monografia apresentada ao Curso de Agronomia Bacharelado do Centro de Ciências Agrárias da Universidade Estadual do Maranhão, como requisito para obtenção do título de Engenheiro Agrônomo.

Orientadora: Profa. Dra. Ana Maria Aquino dos Anjos Ottati

SÃO LUÍS

2021

Pereira Júnior, Mário Augusto.

Análise do mercado de frutas *in natura* do município de São Luís – MA /
Mário Augusto Pereira Júnior. – São Luís, 2021.

47 f

Monografia (Graduação) – Curso de Agronomia, Universidade Estadual
do Maranhão, 2021.

Orientador: Profa. Dra. Ana Maria Aquino dos Anjos Otatti.

Elaborado por Giselle Frazão Tavares - CRB 13/665

MÁRIO AUGUSTO PEREIRA JÚNIOR

**ANÁLISE DO MERCADO DE FRUTAS *IN NATURA* DO MUNICÍPIO DE SÃO LUÍS
– MA**

Monografia apresentada ao Curso de Agronomia Bacharelado do Centro de Ciências Agrárias da Universidade Estadual do Maranhão, como requisito para obtenção do título de Engenheiro Agrônomo.

Aprovada em: 06/09/2021

BANCA EXAMINADORA



Profa. Dra. Ana Maria Aquino dos Anjos Otatti – **Orientadora**
DER/CCA/UEMA



Prof. Me. Stalys Ferreira Rocha
DER/CCA/UEMA



Prof. Me. Uelson Serra Garcia
DER/CCA/UEMA

*Dedico este trabalho a Deus, a minha
esposa e aos meus pais.*

AGRADECIMENTOS

A Deus, por ter me ajudado e me abençoado até aqui.

A minha linda esposa Lara Mendes, que me incentivou ao longo da jornada acadêmica.

Aos meus pais Ana Cleide e Mário Augusto, a minha avó Maria José que me apoiaram e me auxiliaram durante todos esses anos.

A Ingrid Raquel Melo Costa, aluna do Curso de Agronomia, pela imensa contribuição na realização desse trabalho e a minha orientadora Profa. Dra. Ana Maria Aquino dos Anjos Otatti.

Porque vivemos por fé, e não pelo que vemos.

(II Coríntios 5:7)

RESUMO

O consumo de frutas no mundo e no Brasil vem crescendo a cada ano, tanto que no país a fruticultura é um dos setores de maior destaque do agronegócio. Por outro lado, o estado do Maranhão, apesar de ter potencial produtivo para frutícolas, ainda é dependente de outros Estados para suprir a demanda de frutas. Diante disso, o objetivo desta pesquisa foi analisar as atuais tendências do mercado de frutas no município de São Luís com base no perfil de seus consumidores e características do mercado atacadista e varejista. A pesquisa é do tipo descritiva e se fez uso de dados primários e secundários. Os dados primários foram obtidos através da aplicação de questionários para os consumidores de forma remota pela ferramenta Google Forms e para atacadistas e varejistas de forma presencial seguindo todos os protocolos de segurança estabelecidos devido a pandemia de Covid 19. Já os dados secundários, foram obtidos através da revisão bibliográfica feita em trabalhos científicos, como artigos e monografias. Todas as análises estatísticas foram realizadas no Programa Excel (Microsoft Office Excel). Os resultados mostraram que os consumidores consomem frutas não somente pelo seu sabor, mas também por sua composição nutricional e para escolha os mesmos consideram outros fatores além do preço como qualidade, aparência e sabor e aroma como sendo determinantes para compra das frutas. E diante dos aspectos apresentados o supermercado é dominante na escolha de local de compra por parte dos consumidores, pois apresenta frutas com boa qualidade e regularidade, além de oferecer maior higiene e conforto aos consumidores. No setor atacadista, observa-se que Cooperativa dos Hortifrutigranjeiros do Maranhão Cohortifrut/Ceasa divide espaço com o Mercado Público do João Paulo. O setor varejista apresentou aumento no número de supermercados, frutarias e sacolões em São Luís possibilitando ao consumidor ter maior possibilidade de compra. De modo geral, o setor produtivo de frutas no Estado apresentou baixo desenvolvimento e estímulo, refletindo na contínua dependência de produtos de outros Estados para aquisição de frutas, o que reforça a necessidade de incentivos para desenvolver a fruticultura maranhense, gerando emprego, renda e menores preços ao consumidor final.

Palavras-chave: Fruticultura. Consumidor. Atacadista. Varejista.

ABSTRACT

The consumption of fruit in the world and in Brazil has been growing every year, so much so that in the country, fruitculture is one of the most prominent sectors of agribusiness. On the other hand, the state of Maranhão, despite having productive potential for fruit, is still dependent on other states to supply the demand for fruit. Given this, the objective of this research was to analyze the current trends of the fruit market in the municipality of São Luís based on the profile of its consumers and characteristics of the wholesale and retail market. The research is descriptive, using primary and secondary data. The primary data were obtained by applying questionnaires to consumers remotely through the Google Forms tool and to wholesalers and retailers in person, following all the safety protocols established due to the Covid 19 pandemic. The secondary data were obtained through a bibliographic review of scientific papers, such as articles and monographs. All statistical analyses were performed using the Excel program (Microsoft Office Excel). The results showed that consumers consume fruit not only for its taste, but also for its nutritional composition and for choice they consider other factors besides price such as quality, appearance and taste and aroma as being determinant for buying fruit. The supermarket is dominant in the consumers' choice of place to buy, because it has fruits with good quality and regularity, besides offering more hygiene and comfort to consumers. In the wholesale sector, it can be observed that the Cooperativa dos Hortifrutigranjeiros do Maranhão Cohortifrut/Ceasa shares space with the João Paulo Public Market. The retail sector presented an increase in the number of supermarkets, fruit stores and grocery stores in São Luís, making it possible for the consumer to have more purchasing possibilities. In general, the fruit production sector in the state showed low development and stimulus, reflecting the continuous dependence on products from other states for the acquisition of fruit, which reinforces the need for incentives to develop the fruit culture of Maranhão, generating jobs, income and lower prices to the final consumer.

Keywords: Fruit growing. Consumer. Retail market. Wholesale market.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Microrregião Aglomeração Urbana de São Luís – Municípios de São Luís, São José de Ribamar, Paço do Lumiar e Raposa	21
Figura 2	Percentual do Gênero dos consumidores de frutas em São Luís – 2008, 2016 e 2021.....	25
Figura 3	Percentual da faixa etária dos consumidores de frutas em São Luís – 2005, 2008, 2016 e 2021.....	25
Figura 4	Percentual do nível de escolaridade dos consumidores de frutas – 2008, 2016 e 2021.....	26
Figura 5	Percentual da renda familiar dos consumidores em São Luís – 2005, 2008, 2016 e 2021.....	27
Figura 6	Percentual do motivo de consumo de frutas dos consumidores em São Luís – 2005, 2008, 2016 e 2021.....	28
Figura 7	Percentual do local de compra de fruta dos consumidores – 2005, 2008, 2016 e 2021.....	29
Figura 8	Percentual do motivo para do local de compra de frutas em São Luís – 2005, 2008, 2016 e 2021.....	30
Figura 9	Percentual da qualidade das frutas em São Luís segundo os consumidores – 2005, 2008, 2016 e 2021.....	31
Figura 10	Percentual da frequência dos consumidores no consumo de frutas em São Luís – 2005, 2008, 2016 e 2021.....	32
Figura 11	Percentual da frequência de compra em São Luís – 2005, 2008, 2016 e 2021.....	32
Figura 12	Percentual dos critérios utilizados para compra de frutas em São Luís – 2005, 2008, 2016 e 2021.....	33
Figura 13	Percentual da escolha das frutas segundo os consumidores – 2005, 2008, 2016 e 2021.....	34
Figura 14	Percentual de informações que os consumidores querem receber das frutas em São Luís – 2005, 2008, 2016 e 2021.....	35

Figura 15	Percentual da forma que o consumidor gostaria de receber informações das frutas – 2005, 2008, 2016 e 2021.....	35
Figura 16	Percentual sobre informação da procedência das frutas em São Luís – 2005, 2008, 2016 e 2021.....	36
Figura 17	Percentual da preferência na forma de apresentação das frutas no momento da compra – 2005, 2008, 2016 e 2021.....	37
Figura 18	Percentual da opinião dos consumidores sobre o que eles consideram uma fruta de qualidade – 2021.....	38

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
2	OBJETIVOS	16
2.1	Objetivo geral	16
2.2	Objetivos específicos	16
3	REFERENCIAL TEÓRICO	17
3.1	Mercado de frutas no Brasil	17
3.2	Mercado de frutas in natura no Maranhão	18
3.3	Perfil do consumidor	19
4	METODOLOGIA	21
4.1	O local do estudo – Município de São Luís - MA	21
4.2	Técnicas de coleta, fonte dos dados e variáveis	21
4.3	Métodos de Análise	22
5	RESULTADOS E DISCUSSÃO	24
5.1	Caracterização dos consumidores de frutas <i>in natura</i> no município de São Luís – MA	24
5.1.1	Gênero do consumidor	24
5.1.2	Faixa etária do consumidor	25
5.1.3	Nível de escolaridade do consumidor	26
5.1.4	Renda familiar	27
5.1.5	Motivo do consumo de frutas	27
5.1.6	Preferência do local de compra	28
5.1.7	Fatores considerados na escolha do local de compra	29
5.1.8	Critérios de qualidade das frutas	30
5.1.9	Frequência de consumo e compra de frutas	31
5.1.10	Critérios para compra	33
5.1.11	Escolha da fruta	34
5.1.12	Quais informações o consumidor gostaria de receber sobre as frutas e qual a forma de recebimento das informações	34
5.1.13	Procedência das frutas	36
5.1.14	Preferência de compra	37
5.1.15	Opinião dos consumidores sobre o que é uma fruta de qualidade ..	37

5.1.16	Sugestões dos consumidores para melhorarias na venda de frutas...	38
5.1.17	Grau de informação dos consumidores sobre os produtos orgânicos.	38
5.2	Caracterização do mercado atacadista e varejista de frutas em São Luís – MA	39
6	CONCLUSÃO	41
	REFERÊNCIAS	42
	Apêndice A - Questionário aplicado ao consumidor	45
	Apêndice B - Questionário aplicado aos atacadistas e varejistas de frutas	47

1 INTRODUÇÃO

É de conhecimento geral que as frutas são ricas em vitaminas, sais minerais, fibras e carboidratos e, segundo especialistas, são consideradas a base para uma alimentação saudável e bem-estar das pessoas por possuírem qualidades funcionais, importantes na prevenção de doenças (ABRAFRUTAS, 2018).

A mudança observada nos hábitos e nas preferências alimentares dos consumidores, o aumento da idade média da população, a busca por uma melhor qualidade de vida e a elevação da renda e nível de escolaridade, são fatores que reforçam a tendência de valorização dos benefícios proporcionados pelas frutas (BUAINAIN; BATALHA, 2007; NEUTZLING et al. 2009).

Mesmo com o aumento no consumo de frutas ao longo dos anos, pesquisas mostram que o brasileiro consome em média 150 g de frutas, legumes e verduras/dia, quando o ideal é consumir 400 gramas/dia por recomendação da Organização Mundial da Saúde (OMS). O mais preocupante é que a quantidade/dia vem diminuindo ao longo dos anos, apesar de o país ser o terceiro maior produtor de frutas do mundo. As causas pelo baixo consumo, em geral, pode ser o hábito, nem tanto os preços. (CNA, 2021).

Nesse sentido, é fundamental analisar os aspectos relacionados ao processo de compra de frutas *in natura* por parte dos consumidores, para que o produtor, as associações, cooperativas, as agroindústrias e os distribuidores possam adequar sua oferta às necessidades e desejos específicos do público a ser atendido. Para Silva e Batalha (2013), é importante a análise do comportamento do consumidor e, para isso, se faz necessário conhecer dados socioeconômicos, demográficos, pessoais, psicológicos e culturais.

Analisando o comportamento do consumidor mundial, Moda et al. (2019) afirmaram que o consumidor mudou, antes levavam em consideração o preço, sabor e conveniência, atualmente, além desses fatores, também apreciam a saudabilidade e a sustentabilidade da produção. Porém, concluem que no Brasil ainda prevalece como prioridade a marca, o sabor e, principalmente o preço.

Devido as mudanças nas configurações do atacado e varejo em 2020, antes separados, atualmente os denominados “atacarejos” vem conquistando uma parcela cada vez maior do mercado consumidor. Por outro lado, além das lojas físicas, são

fortes concorrentes as lojas virtuais, principalmente a partir do isolamento social necessário para combater a transmissão da Covid-19. Isso denota a essencialidade de adaptação do mercado à possíveis mudanças para atender as exigências do consumidor.

O município de São Luís apresenta uma grande carência de informações atreladas ao mercado varejista de frutas, tais como: procedência, transporte, conservação e volume comercializado. Deste modo, compreender os mecanismos do mercado de frutas e as motivações de compra dos consumidores de frutas em São Luís é indispensável para os produtores, atacadistas e varejistas adequarem da melhor maneira a oferta de frutas à demanda local.

Considerando a importância do comportamento do consumidor para orientar a produção e a comercialização local de frutas, assim como, para o crescimento econômico de uma região, o presente estudo tem por objetivo analisar as atuais tendências do mercado de frutas no município de São Luís com base no perfil de seus consumidores e características do mercado atacadista e varejista.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo geral

Analisar as atuais tendências do mercado de frutas no município de São Luís com base no perfil de seus consumidores e características do mercado atacadista e varejista.

2.2 Objetivos específicos

- a) Caracterizar o perfil dos consumidores de frutas da cidade de São Luís;
- b) Descrever o mercado atacadista e varejista de frutas de São Luís;
- c) Verificar a procedência das frutas comercializadas no mercado de São Luís;
- d) Identificar as mudanças que ocorreram no mercado de frutas de São Luís através da análise dos dados atuais e da realidade encontrada por Mochel Filho (2005), Lisboa (2008) e Santos (2016).

3 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção apresenta-se os pontos importantes para um bom entendimento e compreensão sobre o tema do trabalho proposto.

3.1 Mercado de frutas no Brasil

A fruticultura é um dos setores de maior destaque do agronegócio brasileiro. Através de uma grande variedade de culturas, produzidas em todo o país e em diversos climas, a fruticultura conquista resultados expressivos e gera oportunidades para os pequenos negócios brasileiros e, como afirma Almeida et al. (2020), sendo amplamente comercializadas em feiras livres, mercados e supermercados, além dos grandes centros de distribuição conhecidos como CEASAS (Centrais de Abastecimento), localizadas nas principais capitais do Brasil.

A maior parte da exploração de frutíferas é realizada em pequenas e médias propriedades, geralmente com inclusão da agricultura familiar e com boas possibilidades de expansão do mercado. A produção global e o comércio de frutas tropicais de maior destaque como abacate, abacaxi, mamão e manga, tendem a aumentar em detrimento das alterações de preferências entres consumidores dos grandes e pequenos comércio, e, também, devido ao avanço tecnológico no transporte de hortifrútiis entre países (FAO, 2019).

Segundo a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), o Brasil é o terceiro maior produtor mundial de frutas com cerca de 45 milhões de toneladas ao ano, das quais 65% são consumidas internamente e 35% são destinadas ao mercado externo (EMBRAPA, 2019).

As exportações de frutas no primeiro semestre deste ano apontaram aumento de 29% em volume comparados ao semestre do ano passado. Foram embarcadas mais de 515 mil toneladas de frutas de janeiro a junho de 2021, o que permitiu faturamento de US\$ 440,1 milhões, 40% a mais que em 2020, que rendeu US\$ 314,9 milhões. Ao seguir essa estimativa de aumento, a Associação Brasileira dos Produtores e Exportadores de Frutas e Derivados (Abrafrutas) acredita que este ano a meta do primeiro de bilhão de dólares será alcançada (ABRAFRUTAS, 2021).

3.2 Mercado de frutas *in natura* no Maranhão

Apesar do Estado ter um grande potencial produtivo devido à disponibilidade hídrica, condições climáticas e posição geográfica estratégica para o escoamento da produção, ainda há poucos incentivos para produção frutífera, que vão desde aquisição de mudas de alta produtividade e adaptabilidade às condições climáticas do estado, até o armazenamento e comercialização dos produtos.

No Maranhão, frutas como abacaxi, banana, juçara, melancia, mamão, maracujá e coco anão, são algumas das frutíferas cultivadas que se destacam. Porém, o abacaxi é a fruta que tem maior destaque no Estado, cuja produção registrou crescimento no período de 1990 a 2014, saindo de cerca de 7 mil toneladas para cerca de 30 mil toneladas, com picos entre os anos de 2000 a 2006 em torno de 45 mil a 35 mil toneladas. Cerca de 80% dessa produção é originária do município de São Domingos, que exporta grande parte para São Paulo, via transporte rodoviário e, de lá, atinge os mercados de Buenos Aires e Rosário, na Argentina (MARANHÃO, 2016).

De acordo a Cooperativa dos Hortifrutigranjeiros do Maranhão (COHORTIFRUT/ CEASA), foram comercializados dentro do próprio estado 6.451.295 kg, representando 4,17% do total. Enquanto que a comercialização com outros estados da Federação foi de 148.229.084 kg, configurando 95,83% em 2017. Esses valores representam apenas os produtos que adentraram a CEASA em São Luís, na qual os maiores fornecedores para o Maranhão são os estados da Bahia, Ceará e Pará, respectivamente. Entre as cidades do Maranhão, o maior fornecedor em 2017 para a COHORTIFRUT de São Luís foi o município de São João do Paraíso, situado na porção sul do estado. A banana foi o produto com a maior quantidade em quilogramas, comercializados pelos municípios maranhenses na COHORTIFRUT da capital (MARANHÃO, 2021).

Apesar de cultivar algumas frutíferas, o Maranhão, de modo geral, comercializa internamente várias frutas oriundas de outros estados, devido à sua baixa produção. Nesse sentido, Freitas Júnior et al. (2020) aponta que a comercialização dessas frutas é afetada pela susceptibilidade a danos mecânicos, desordens fisiológicas e contaminações dos produtos.

O município de São Luís apresenta um grande potencial como centro consumidor de produtos agrícolas, no entanto, há uma grande carência de

informações com relação às frutas que se encontram à disposição no varejo, tais como: a procedência, condições de transporte e cuidados adotados para a conservação e volume comercializado. Alguns poucos trabalhos realizados em São Luís, tais como: Mochel Filho (2005), Lisboa (2008) e Santos (2016), verificaram que as maiores reclamações dos consumidores de frutas dizem respeito ao atendimento no ponto de venda, acondicionamento e exposição das frutas e a qualidade do produto oferecido em relação ao preço cobrado.

Entende-se que o Maranhão reúne condições adequadas para a produção de diversas frutíferas, apresenta ainda uma localização geográfica estratégica para realizar o escoamento da produção para todo o país, principalmente para as regiões Norte e Nordeste, além da possibilidade de exportação via portuária para outros países. Outro fator que favorece a fruticultura do estado, é a demanda existente, atualmente, suprida pelo mercado externo, o que demonstra que há um importante nicho mercadológico com perspectiva de ser alcançado.

Portanto, tornam-se necessários estudos de campo e mercado, que englobem todos os aspectos e etapas da cadeia produtiva da fruticultura, desde a aquisição de mudas e implantação dos pomares, até a pós-colheita, transporte e comercialização das frutas, uma vez que esses últimos elos da cadeia são imprescindíveis para a manutenção da qualidade e obtenção de bons valores de venda, bem como para diminuição das perdas pós-colheita. Nesse contexto, levantamentos de perdas pós-colheita de frutas são de fundamental importância, tanto para o fortalecimento da fruticultura maranhense, como para a compreensão do acondicionamento e qualidade das frutas recebidas de outros estados, (ALMEIDA et al. 2020).

3.3 Perfil do consumidor

Mesmo com o desenvolvimento da fruticultura, os brasileiros ainda não consomem a quantidade de frutas recomendada pela Organização Mundial da Saúde (OMS), o que revela um mercado em potencial para o setor. Estima-se que apenas 24,1% dos brasileiros consomem a quantidade de frutas e hortaliças recomendada pela Organização Mundial da Saúde (OMS), de 400g diárias. Entre os homens, apenas 19,3% consomem a quantidade recomendada. Entre as mulheres, o percentual é de 28,3%. Em termos gerais, o consumo médio no país é de 33 kg por

habitante ao ano, muito abaixo do recomendado, de 100 kg por habitante ao ano (SEBRAE, 2015).

Uma pesquisa realizada pelo Sistema de Inteligência de Mercado do SEBRAE em 2015, com base nos dados da Confederação Nacional da Agricultura (CNA) revela que no país, o consumo de frutas é maior entre as classes A e B, onde a classe A e B consome uma média de 50 kg/habitante/ano; a classe C - 32 kg/habitante/ano; e a classe D - 17 kg/habitante/ano (SEBRAE, 2015).

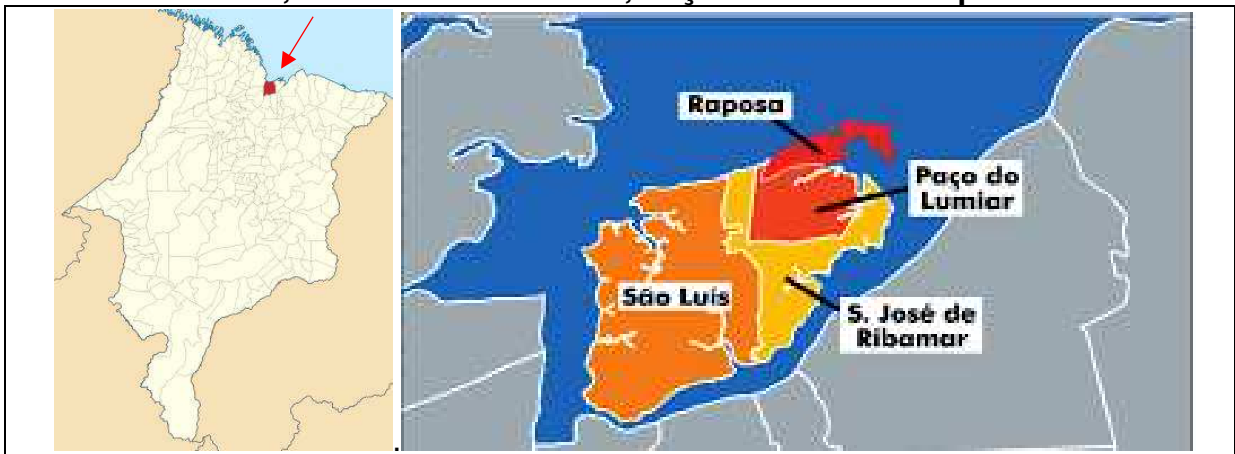
De acordo com uma pesquisa realizada pelo Ministério da Saúde nas 26 capitais dos Estados brasileiros e o Distrito Federal em 2018, a frequência de adultos que consomem a porção diária recomendada variou de 15,9% em Belém a 30,2% em Florianópolis, sendo que em São Luís foi de 21,1%. A mesma pesquisa evidencia que a frequência de consumo regular variou de 23% em Belém a 44,7% em Florianópolis, em São Luís, a frequência foi de 28,1%, ocupando a 22ª posição no país. No conjunto da população adulta das 27 capitais, a frequência de consumo regular de frutas e hortaliças foi de 33,9%, sendo maior entre as mulheres, pessoas a partir de 65 anos e com maior nível de escolaridade. Quanto menor a idade, menor é o consumo de frutas e hortaliças (BRASIL, 2019).

4 METODOLOGIA

4.1 O local do estudo – Município de São Luís - MA

A pesquisa foi realizada com consumidores finais, atacadistas e varejistas de frutas na cidade de São Luís entre os meses de agosto 2020 e julho de 2021. O município de São Luís está localizado na mesorregião Norte do Estado do Maranhão e na microrregião Aglomeração Urbana de São Luís, formando a Grande Ilha juntamente com os municípios de São José de Ribamar, Paço do Lumiar e Raposa (Figura 1). A cidade de São Luís é a Capital maranhense, possui uma área de 583,063 km e a população estimada em 2021 de 1.115.932 pessoas (IBGE, 2021).

Figura 1 – Microrregião Aglomeração Urbana de São Luís – Municípios de São Luís, São José de Ribamar, Paço do Lumiar e Raposa



Fonte: <https://www.google.com/search?q=mapa+da+ilha+de+s%C3%A3o+luis+do+maranh%...> (2020).

4.2 Técnicas de coleta, fonte dos dados e variáveis

Os dados primários foram coletados através de questionários semiestruturados. A coleta de informações sobre os consumidores foi realizada através de um questionário composto por 21 perguntas a partir da plataforma Google Forms. Participaram da pesquisa 252 consumidores distribuídos em 59 bairros de São Luís representando diferentes níveis de renda. Alguns desses bairros foram: São Cristóvão, Ponta do Farol, Cidade Operária, São Francisco, Cohab, Cohatrac, Coroadinho, João Paulo, Jordoa, Calhau, Cohama, Cohafuma e Olho d'Água. Essa

diversidade de bairros fez com que houvesse maior e melhor comparação do modo de consumo, escolaridade e renda entre as famílias de São Luís. Para os atacadistas e varejistas, devido ao número reduzido de empresas e necessidade de observações visuais no estabelecimento, os questionários foram aplicados de forma presencial respeitando todos os protocolos de segurança. Os locais de varejo visitados foram a feira da Cidade Operária (14 questionários), Mercado Público da Cohab (9 questionários) e do João Paulo (15 questionários), frutarias do Bequimão (4), supermercado Mix Pinheiro Bequimão, Supermercado Mineirão, Assaí Atacadista do Turu, Atacadão e Mateus.

O questionário aplicado aos consumidores abrangia: nome do bairro, a idade, o sexo, o nível de escolaridade, a renda mensal, a composição da família, quais frutas são consumidas, o porquê de consumir frutas, local de preferência da compra de frutas, o que leva em consideração na escolha do local de compra, etc., como mostra o apêndice A.

Por considerar que a população da cidade de São Luís apresenta características heterogêneas no que diz respeito à renda, idade, gênero etc. e que haveriam respostas heterogêneas nas perguntas do questionário, seguiu-se as recomendações da tabela de Gomes (2013) de considerar um split de 50/50, o qual determina que seriam necessários a aplicação de 278 questionário. Porém, devido à pandemia e a não possibilidade de aplicar pessoalmente os questionários para os consumidores, atingiu-se um número menor. A população amostral foi escolhida aleatoriamente, considerando um nível de confiança de 95%, um erro amostral de 5%.

4.3 Métodos de Análise

Os métodos quantitativos e qualitativos foram abordados para a análise. Para Dalfovo et al. (2008), o método quantitativo caracteriza-se pelo emprego de quantificação, tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento desses por meio de técnicas estatísticas. O método qualitativo se caracteriza por um maior foco na compreensão dos fatos.

Após a coleta e tabulação dos dados, foi realizada a análise estatística. Todas as análises estatísticas serão obtidas através do Programa Excel (Microsoft Office Excel).

A análise estatística sucedeu através da análise descritiva, a fim de organizar e sintetizar as informações e permitir uma melhor descrição e análise dos dados. Os resultados serão apresentados em tabelas e gráficos com o objetivo de simplificar e tornar os dados mais facilmente perceptíveis. Para esta pesquisa, se fará uso das medidas de localização e das medidas de variabilidade.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com os resultados obtidos de caracterização do mercado de frutas *in natura* em São Luís, foram divididos em dois tópicos, sendo o primeiro referente a caracterização do consumidor local de frutas e o segundo do mercado atacadista e varejista.

5.1 Caracterização dos consumidores de frutas *in natura* no município de São Luís – MA

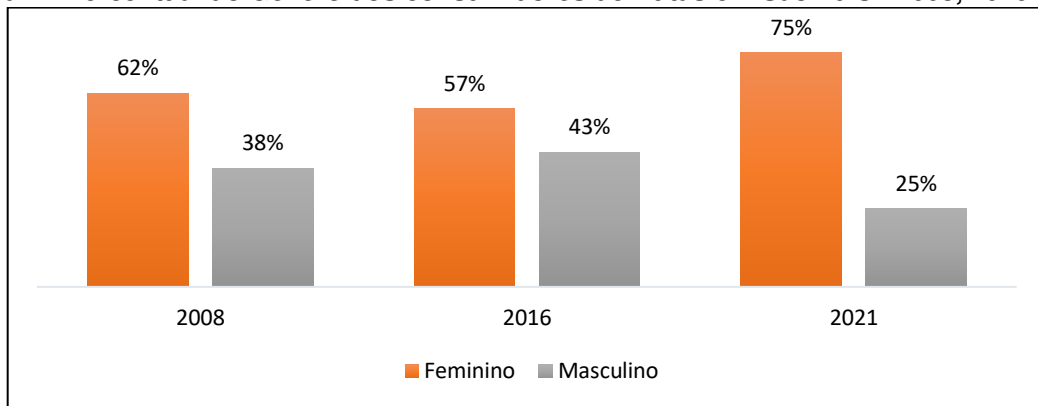
Para o melhor entendimento da pesquisa e discussão dos resultados, foram feitas comparações entre os resultados aqui obtidos e os apresentados em trabalhos anteriores, tais como o de Mochel Filho (2005), Lisboa (2008) e Santos (2016). Com isso, procurou-se observar se houve mudanças no perfil dos consumidores e vendedores (atacadistas e varejistas) de frutas *in natura* em São Luís – MA.

Cabe ressaltar que em algumas variáveis não será possível fazer a comparação com os três trabalhos anteriores por falta de dados, ou seja, algumas variáveis não foram trabalhadas.

5.1.1 Gênero do consumidor

Do total de consumidores participantes da pesquisa, 75% é representado pelo sexo feminino e 25% pelo sexo masculino, como aponta a Figura 2. Verifica-se que as mulheres ainda somam maior número, mas com o percentual bem maior quando comparados aos trabalhos de Lisboa (2008) e Santos (2016). Essa diferença pode ser atribuída ao uso do formulário Google Forms, enquanto as outras foram presenciais, já que a disponibilidade feminina em participar da pesquisa pode ter sido maior.

Figura 2 - Percentual do Gênero dos consumidores de frutas em São Luís - 2008, 2016 e 2021

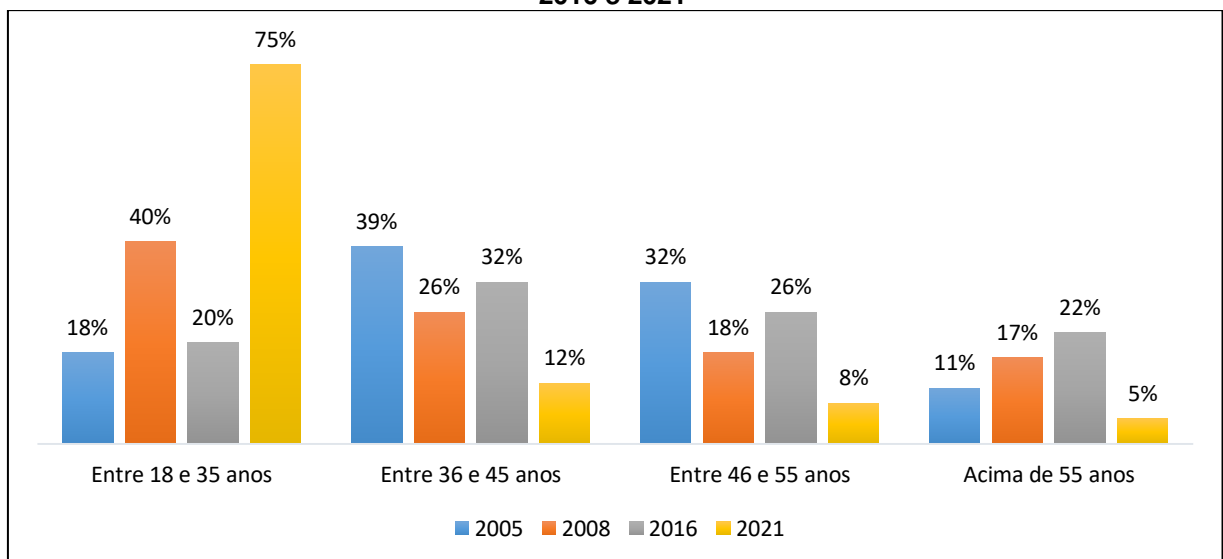


Fonte: Dados de pesquisas (2021).

5.1.2 Faixa etária do consumidor

Os dados mostram que 75% dos entrevistados tem idade entre 18 e 35 anos, 12% entre 36 e 45 anos, 8% entre 46 e 55 anos e apenas 5% acima de 55 anos de idade (Figura, 3). A pesquisa atual mostra a superioridade da faixa etária entre 18 a 35 anos, repete o resultado encontrado por Lisboa (2008), onde 40% dos consumidores encontravam-se nessa faixa etária, porém difere das pesquisas de Mochel Filho (2005) e Santos (2016), onde o maior número de consumidores estavam na faixa entre 36 e 45 anos.

Figura 3 – Percentual da faixa etária dos consumidores de frutas em São Luís – 2005, 2008, 2016 e 2021



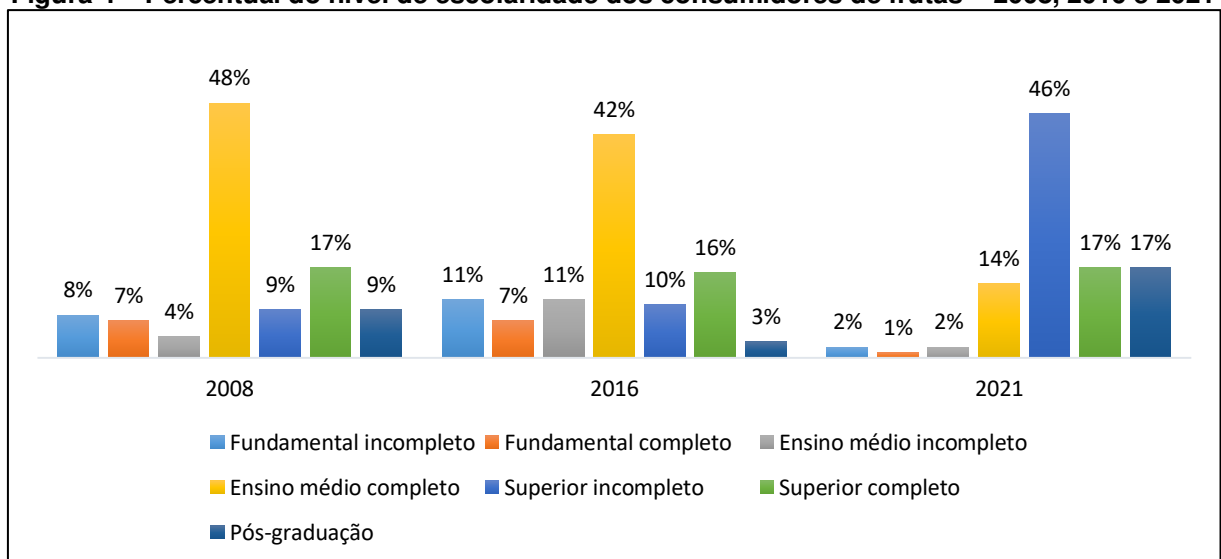
Fonte: Dados de pesquisas (2021).

Um outro fator que não se pode ser desconsiderado nos resultados atuais que pode ter contribuído para esse percentual da participação da população mais jovem é o uso da internet, ou seja, o uso do Google Forms. O aumento considerável de consumo entre a população mais jovem, pode estar associada ao maior número de pessoas dessa idade frequentando academias e buscando a prática de exercícios físicos. De acordo com Souza et al (2019) alguns estudos com os idosos mostram que o aumento no consumo de frutas ocorre entre os indivíduos que praticam de algum tipo de atividade física no lazer.

5.1.3 Nível de escolaridade do consumidor

A Figura 4 aponta que o nível de escolaridade dos entrevistados apresentou crescimento. Sendo 46% com ensino superior incompleto, 17% com ensino superior completo, 17% pós-graduados, 14% com ensino médio completo, 2% com ensino médio incompleto, 2 e 1% possuem ensino fundamental completo e incompleto respectivamente. Logo, em relação aos trabalhos anteriores o nível de escolaridade dos consumidores era maior no ensino médio completo que correspondia a 48% na pesquisa de Lisboa (2008) e 42% na pesquisa de Santos (2016), isso reflete nos dados da pesquisa atual onde os consumidores o público da entrevista frequenta universidade.

Figura 4 – Percentual do nível de escolaridade dos consumidores de frutas – 2008, 2016 e 2021

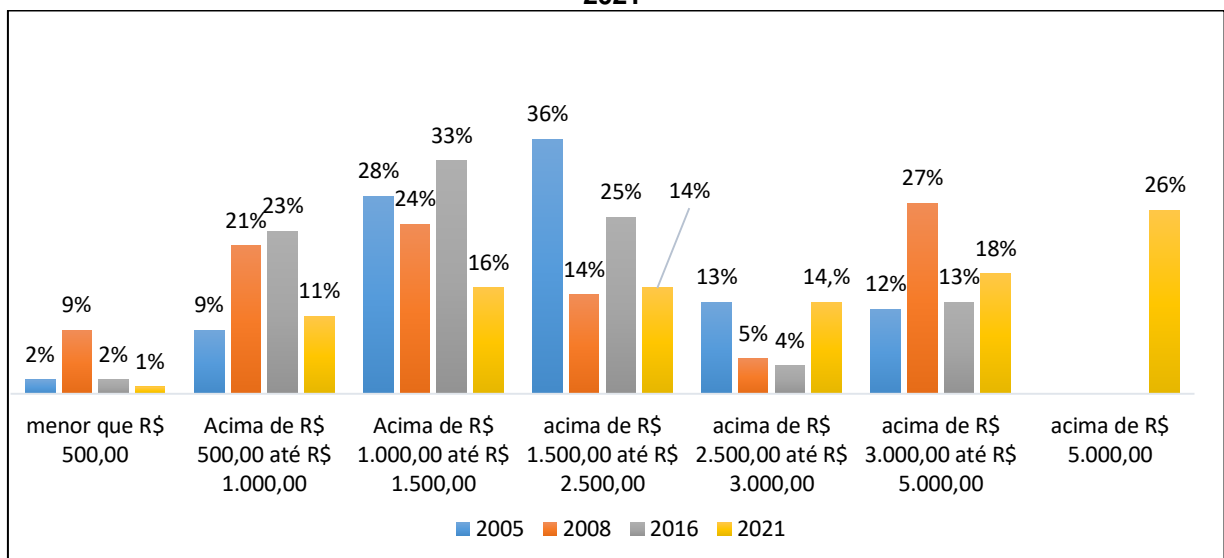


Fonte: Dados de pesquisas (2021).

5.1.4 Renda familiar

Com relação à renda familiar, os dados mostram que 12% dos consumidores ganham até R\$ 1.000,00; 16% ganham acima de R\$ 1.000,00 até R\$ 1.500,00; 28% ganham acima de R\$ 1.500,00 até R\$ 3.000,00; 18% ganham acima de R\$ 3.000,00 até R\$ 5.000,00 e; 26% têm renda superior a 5.000,00 reais (Figura 5). Portanto, houve um crescimento na renda quando comparado aos dados de Mochel Filho (2005), Lisboa (2008) e Santos (2016), onde a concentração de renda estava até R\$ 2.500,00. O aumento da renda e a melhora do nível educacional, influenciam positivamente o consumo de frutas. Observa-se que nos últimos anos houve um aumento significativo nas taxas de frequência à escola em todos os níveis de escolaridade. Além disso, a partir da educação o indivíduo consegue alcançar melhores postos de trabalho, o que segundo a teoria econômica, resultará em maiores rendimentos (BEZERRA, 2019).

Figura 5 – Percentual da renda familiar dos consumidores em São Luís – 2005, 2008, 2016 e 2021



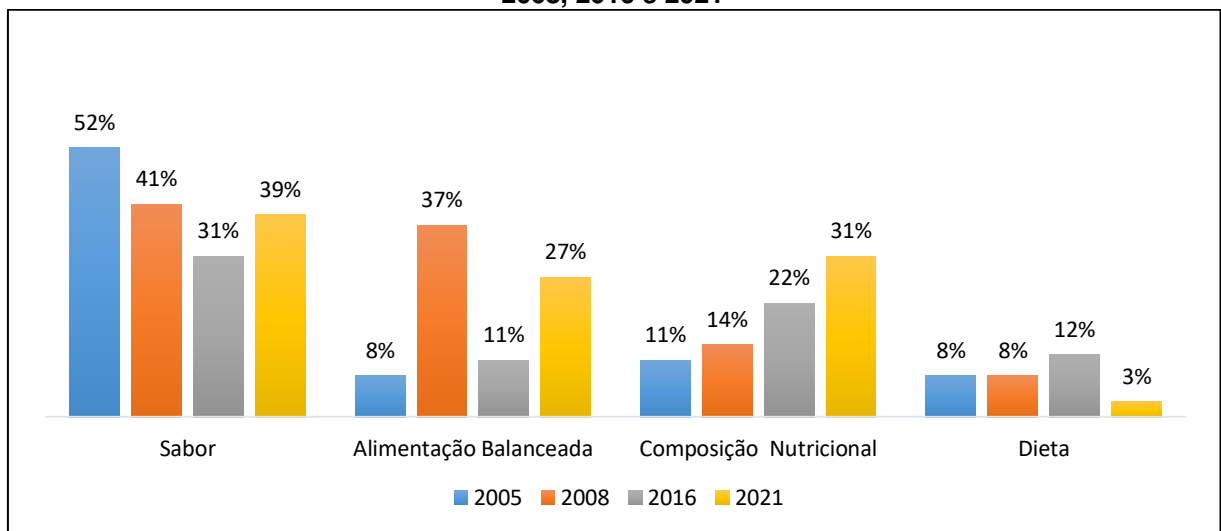
Fonte: Dados de pesquisas (2021).

5.1.5 Motivo do consumo de frutas

A respeito da motivação ao consumo de frutas, o sabor surge como quesito predominante, representando 39% do motivo de consumo, enquanto 31% consomem pela composição nutricional, 27% para manter uma alimentação balanceada, e outros 3%, por motivo de dieta como mostra (Figura 6). Os quesitos que tiveram um aumento

interessante foram devido ao consumidor buscar uma alimentação balanceada e conseqüentemente o interesse em buscar alimentos que apresentem uma boa composição nutricional. Na comparação dos trabalhos quanto à composição nutricional esses dados evidenciam esta tendência, sendo que no trabalho de Mochel Filho (2005) representava 11% dos consumidores preocupados com este quesito, no trabalho de Lisboa (2008) e Santos (2016) teve um aumento de 14 e 22% respectivamente neste quesito.

Figura 6 – Percentual do motivo de consumo de frutas dos consumidores em São Luís – 2005, 2008, 2016 e 2021



Fonte: Dados de pesquisas (2021).

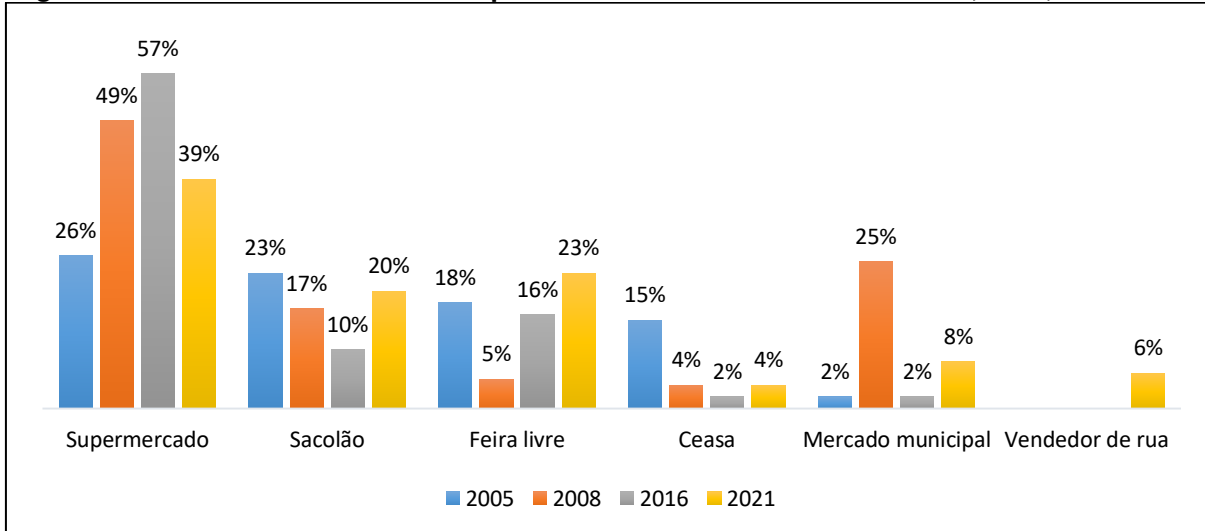
De modo geral, tem aumentado o interesse no consumo de frutas na busca por hábitos saudáveis, mesmo que o consumidor não tenha tanta preferência palatável por determinada fruta. Além disso o número de pessoas com comorbidade tem aumentado nos últimos anos e dietas a base de frutas tem sido cada vez mais utilizada por serem fonte de vitaminas e nutrientes. Outro ponto importante para este aumento do motivo de consumo, está muito relacionado ao momento de pandemia da covid-19 em que estamos vivendo, pois, a população de modo geral está preocupada em aumentar sua imunidade e passou a consumir e pesquisar mais sobre a composição e benefícios das frutas.

5.1.6 Preferência do local de compra

Dentre os locais de compra de frutas, em todas as pesquisas a preferência é pelos supermercados, mesmo mostrando queda nos dados atuais (39%) e aumento

da preferência pelas feiras livres (20%) e sacolões (20%). Chama atenção a redução ao longo dos anos a compra na Ceasa, mercados públicos e a venda na rua, hábitos que muitos consumidores apresentavam, mesmo estando na Capital maranhense (Figura 7).

Figura 7 – Percentual do local de compra de fruta dos consumidores – 2005, 2008, 2016 e 2021



Fonte: Dados de pesquisas (2021).

O supermercado é escolhido devido a outros fatores que são cômodos aos consumidores, pois apresenta um ambiente mais limpo e higiênico, possibilidade de aquisição de vários produtos em um único local. Outro ponto que chama a atenção é ocasionado pela pandemia da covid-19, sendo assim os consumidores optam pela compra em locais com maior diversificação de produtos, espaços maiores, evitando saídas demoradas e pontos de aglomeração.

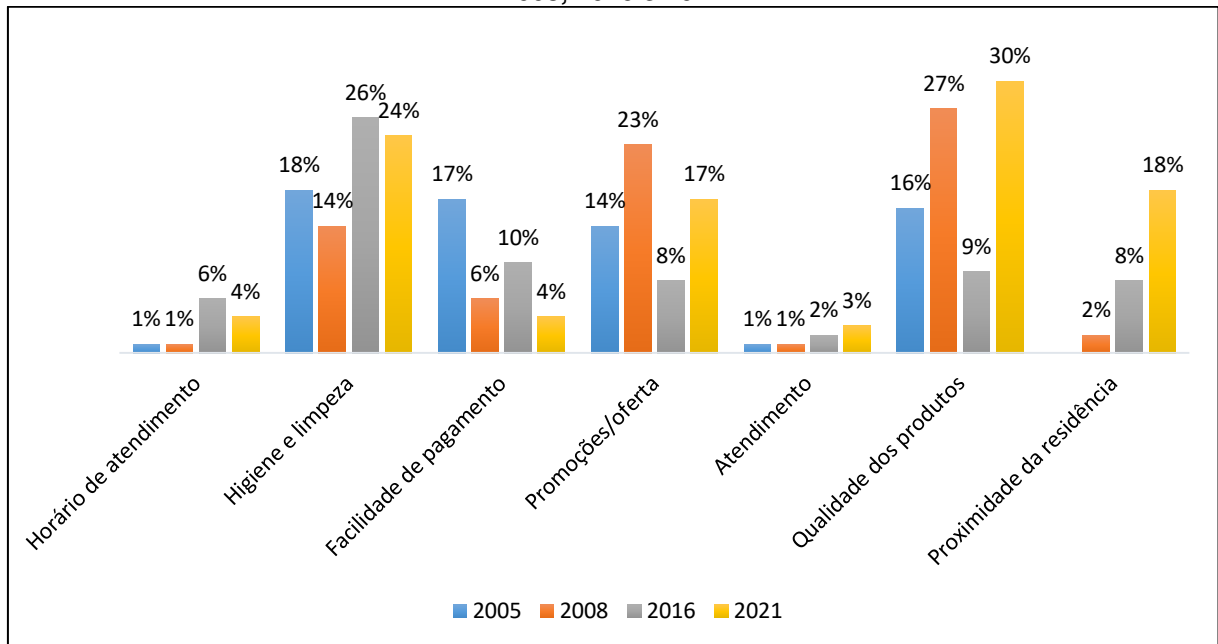
5.1.7 Fatores considerados na escolha do local de compra

Para 30% dos entrevistados a qualidade dos produtos é fator principal para escolha do local de compra dos produtos, 24% se preocupam com a higiene e limpeza, 18% apenas com a proximidade do local da sua residência, 17% com promoções e ofertas, 4% com facilidade de pagamento, 4% com horário de atendimento e 3% com o atendimento (Figura 8).

Esses dados reafirma a escolha da compra em supermercados, pois neles os consumidores têm maior disponibilidade do horário de atendimento, higiene e limpeza, facilidade de pagamento, promoções e ofertas, melhor atendimento, qualidade de

produtos, além de ter maior proximidade das residências já que na cidade de São Luís muitos supermercados e atacarejos de grandes redes de varejo foram abertos em diversos bairros. Estes dados coincidem com os encontrados por Mochel Filho (2005), Lisboa (2008) e Santos (2016). O percentual da qualidade dos produtos do trabalho atual é igual ao encontrado no trabalho de Lisboa (2008) com 27% dos entrevistados afirmarem que este fator os atrai para compra de frutas.

Figura 8 – Percentual do motivo para escolha do local de compra de frutas em São Luís – 2005, 2008, 2016 e 2021



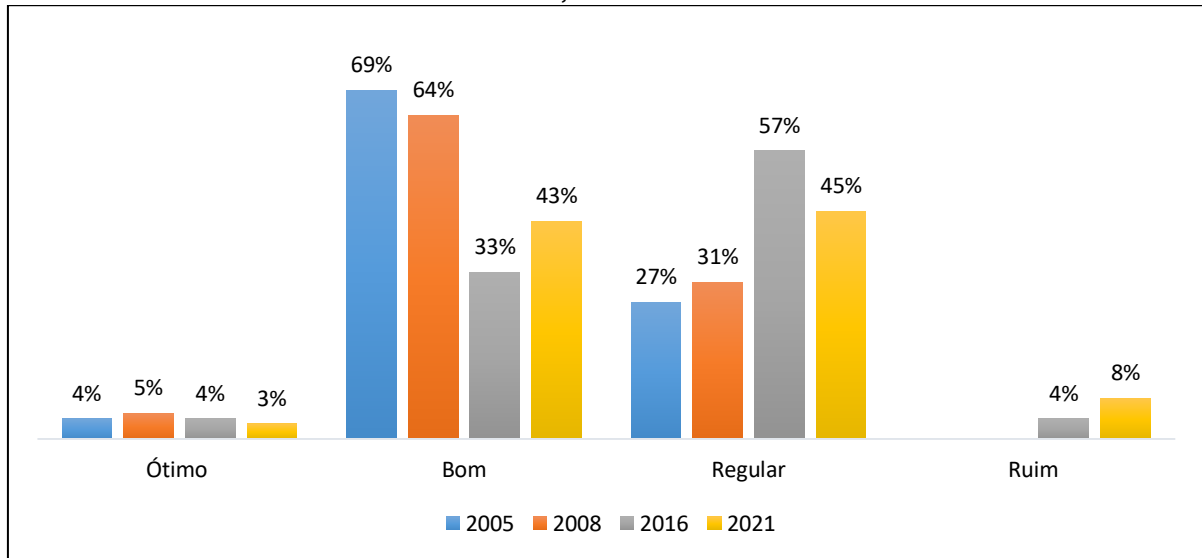
Fonte: Dados de pesquisas (2021).

5.1.8 Critérios de qualidade das frutas

Em relação a qualidade das frutas encontradas nos locais de compra apenas 3% dos consumidores consideram que as frutas estão em ótimo estado, 43% consideram em boa qualidade, 45% com a qualidade regular e 8% consideram o estado das frutas ruins nos locais de compra (Figura 9). Percebe-se que em todas as pesquisas anteriores a qualidade das frutas na visão dos consumidores vem diminuindo: Mochel Filho (2005), Lisboa (2008) e Santos (2016) encontraram os valores de 69%, 64% e 33%, respectivamente. Outro ponto que chama atenção é na comparação do quesito qualidade ruim, onde em Santos (2016) esse dado representava apenas 4%, na pesquisa atual, representa 8%. Este dado reflete o quanto o consumidor está mais observador fazendo uma análise mais sucinta da

qualidade das frutas. O fator predominante para que as frutas sejam expostas em ótimas condições se dá através do transporte e manuseio, pois, podem sofrer muitos danos até chegar ao consumidor.

Figura 9 – Percentual da qualidade das frutas em São Luís segundo os consumidores – 2005, 2008, 2016 e 2021



Fonte: Dados de pesquisas (2021).

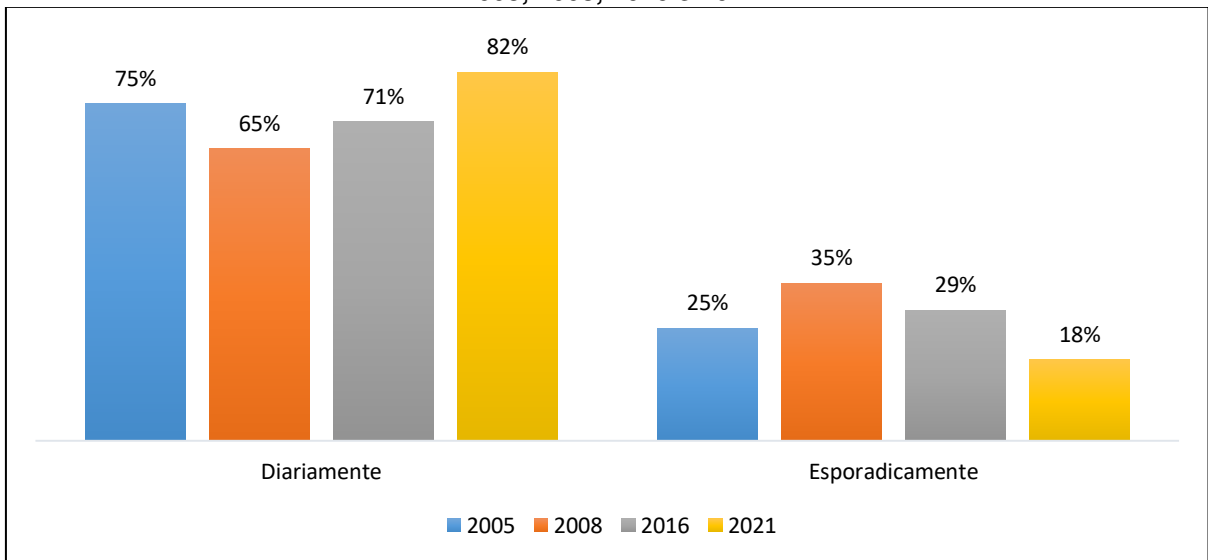
5.1.9 Frequência de consumo e compra de frutas

Quanto a frequência do consumo houve apenas aumento percentual do consumo diário, atualmente 82% dos consumidores que participaram da pesquisa, o que confirma que os consumidores de São Luís estão consumindo mais frutas (Figura 10). O aumento do consumo se torna maior quando comparado aos dados de Lisboa (2008) quando correspondia 65% do consumo diário. Vários fatores podem influenciar esse aumento do consumo, como exposto anteriormente, população mais jovem que praticam esportes; aumento da renda; melhor escolaridade; praticidade de lanche e sobremesa no trabalho, já que muitas pessoas adotaram levar sua refeição de casa e; claro, sua importância nutricional, principalmente, trazer benefícios a saúde em época de pandemia da covid-19.

Quando se refere a frequência de compra, 69% dos consumidores afirmaram comprar semanalmente, 15% diariamente, 12% quinzenalmente e 4% mensalmente (Figura, 11). Dados que corroboram com os trabalhos de Mochel Filho (2005), Lisboa (2008) e Santos (2016), onde mais de 70% dos consumidores afirmam comprar frutas semanalmente. Esses resultados podem ser fruto da mudança do comportamento do

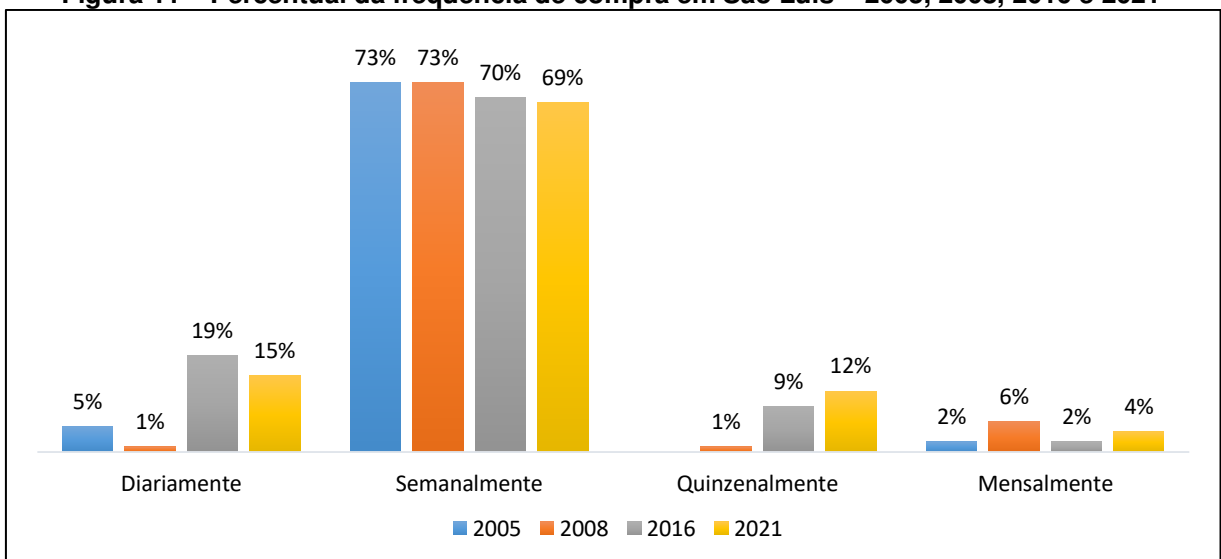
consumidor em não ir em feiras, supermercados etc. diariamente, concentram suas compras, na maioria das vezes, em um único dia da semana, até mesmo, por falta de tempo. Também, isso pode estar relacionado à alta perecibilidade das frutas que acabam sendo consumidas mais rápido, induzindo os consumidores à compra com mais frequência. Além disso, as formas de utilização das frutas como sucos, doces, etc., podem resultar numa frequência maior de compra.

Figura 10 – Percentual da frequência dos consumidores no consumo de frutas em São Luís – 2005, 2008, 2016 e 2021



Fonte: Dados de pesquisas (2021).

Figura 11 – Percentual da frequência de compra em São Luís – 2005, 2008, 2016 e 2021

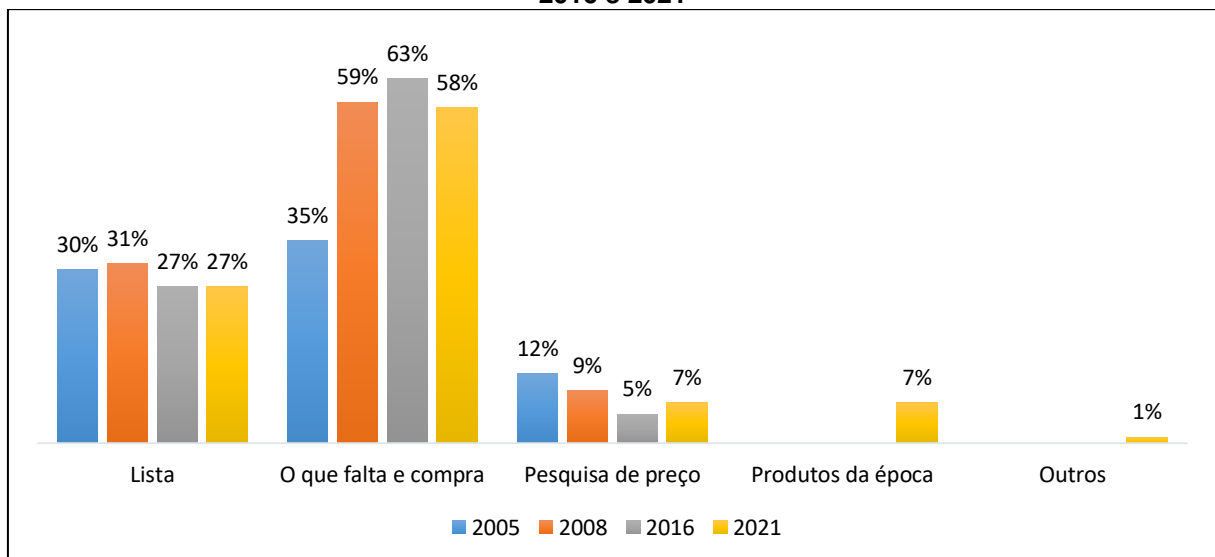


Fonte: Dados de pesquisas (2021).

5.1.10 Critérios para compra

Para fazer compra, 58% dos consumidores afirmaram que apenas olham o que está faltando para poder comprar, outros 27% sempre fazem uma lista para ir as compras, 7% faz pesquisa de preço para comprar mais barato, 7% compram produtos da época de produção e 1% representa os outros critérios para compras (Figura 12). Observa-se que há uma estabilidade nos critérios adotados pelos consumidores quando comparados aos trabalhos de anos anteriores como de Mochel Filho (2005), Lisboa (2008) e Santos (2016), onde a média de consumidores que utilizam lista é de 29%, e a média dos consumidores que olham o que está faltando para poder comprar é de 54% e a média dos que fazem pesquisa de preço é de apenas 8%. Pode-se perceber que os consumidores estão cada vez mais preocupados em economizar, assim evitando desperdício de frutas que perecem facilmente, por isso, a preocupação de olhar primeiro o que está faltando em casa para poder comprar. Por outro lado, a falta de uma lista pode ocasionar a compra de produtos repetidos, a quantidades que podem levar ao desperdício e a falta de diversificação das frutas, pois o hábito da compra é que direciona a escolha

Figura 12 – Percentual dos critérios utilizados para compra de frutas em São Luís – 2005, 2008, 2016 e 2021



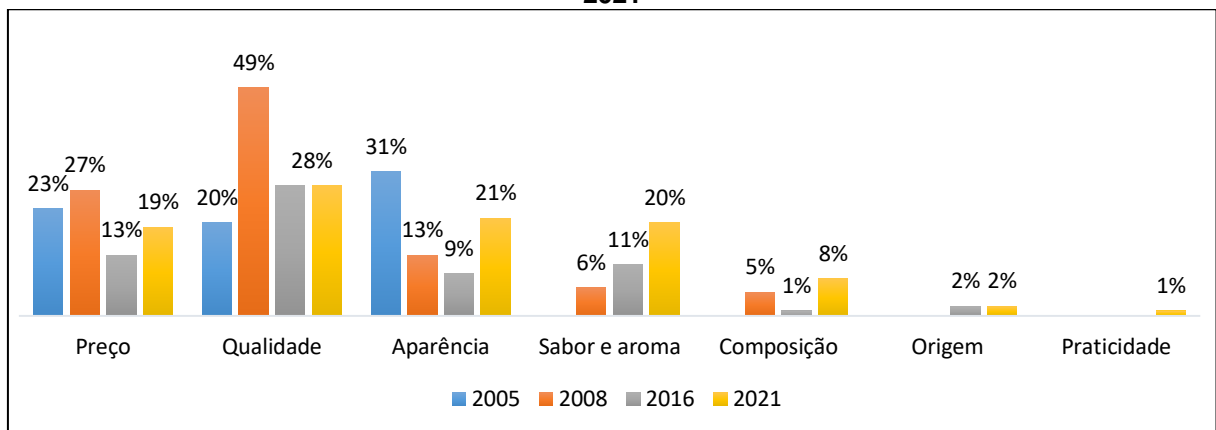
Fonte: Dados de pesquisas (2021).

5.1.11 Escolha da fruta

Como mostra a Figura 13, para 28% dos consumidores a qualidade da fruta é fator principal na escolha do produto, 21% afirmam que a aparência que faz a diferença para escolha, 20% escolhem devido ao sabor e aroma, 19% se preocupam com o preço, 8% com a composição nutricional, 2% com origem dos produtos e 1% com a praticidade da fruta.

Com o avanço da tecnologia e divulgação de informações, os consumidores tornaram-se mais exigentes ao adquirir um produto e não é diferente para os alimentos. Logo o mercado busca sempre se adequar as exigências do consumidor, expondo produtos de qualidade para atrair os mesmos. Então os consumidores não hesitariam em comprar frutas de origem orgânica mesmo que tivesse maior valor, pois estão em busca de frutas de qualidade.

Figura 13 – Percentual da escolha das frutas segundo os consumidores – 2005, 2008, 2016 e 2021



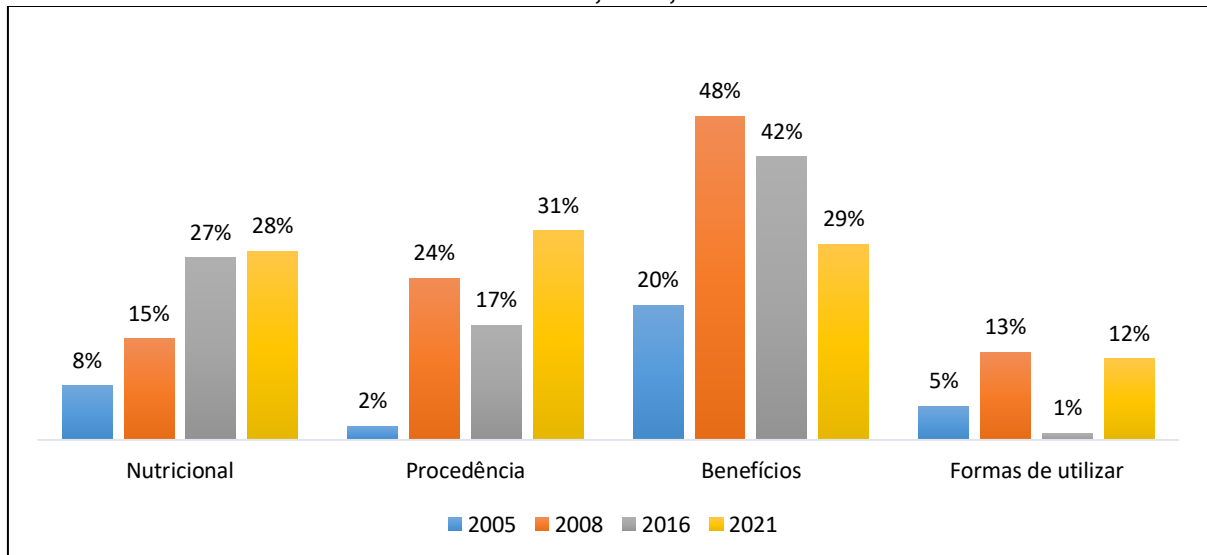
Fonte: Dados de pesquisas (2021).

5.1.12 Quais informações o consumidor gostaria de receber sobre as frutas e qual a forma de recebimento das informações

De acordo com a Figura 14, observa-se que com o passar dos anos a procura por uma alimentação mais saudável, fez com que os consumidores se tornassem cada vez mais preocupados em adquirir produtos de qualidade, por isso 31% dos consumidores gostariam de saber a procedência das frutas, 29% com os benefícios que elas têm, 28% com a composição nutricional e 12% com a forma de utilizar. Estes dados diferem com os de Mochel Filho (2005) onde 2% não se importavam em saber

a procedência das frutas, já a partir dos dados de Lisboa (2008) e Santos (2016) esse percentual aumentou para 24% e 17%, respectivamente.

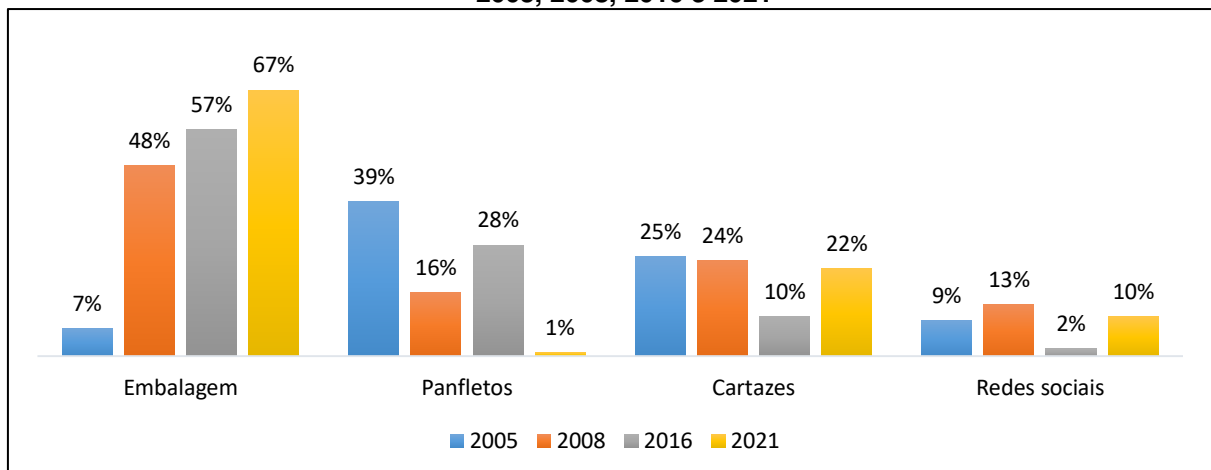
Figura 14 – Percentual de informações que os consumidores querem receber das frutas em São Luís – 2005, 2008, 2016 e 2021



Fonte: Dados de pesquisas (2021).

Para receber as informações, os consumidores preferem que viessem na embalagem (67%), em forma de cartaz (22%), através das redes sociais (10%) e 1% em forma de panfleto. Estas preferências estão muito relacionadas com os hábitos dos consumidores que preferem maior praticidade e comodidade na aquisição de informações (Figura 15). Chama a atenção que os consumidores não querem mais receber panfletos, opção em alta até a pesquisa de Santos (2016).

Figura 15 – Percentual da forma que o consumidor gostaria de receber informações das frutas – 2005, 2008, 2016 e 2021



Fonte: Dados de pesquisas (2021).

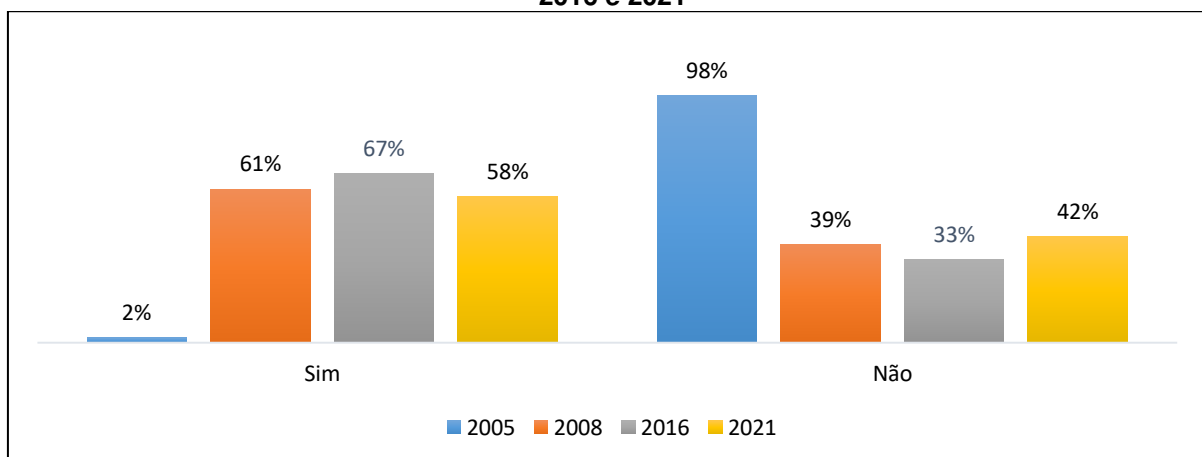
Há pouco interesse por parte do mercado em ofertar frutas prontamente embaladas e com informações, isso ocorre por conta dos hábitos culturais de apalpar as frutas para poder comprar. Além disso, o mercado que investe em embalagens atinge um público de classe de renda maior, devido aos custos embutidos.

As informações expostas em cartazes poderiam ser uma boa alternativa para estimular o consumo e democratizar o acesso às informações sobre as frutas, pois muitos consumidores não conhecem algumas frutas, principalmente, se considerar que no mercado de São Luís, atualmente, encontramos muitas frutas que não são comuns na cidade.

5.1.13 Procedência das frutas

A procedência dos alimentos é um ponto importante para os consumidores que buscam alimentação saudável, portanto, estão cada vez mais interessados em saber a procedência dos alimentos, fato que se confirma com os dados expostos na Figura 16, em que 58% dos consumidores de frutas em São Luís procuram informações sobre a procedência das frutas. Percebe-se que houve uma mudança muito grande dos resultados do trabalho de Mochel Filho (2005) para os mais recentes, onde em 2005, 98% dos consumidores não se interessavam por essa informação. Com a mudança do comportamento dos consumidores, cada vez mais busca-se por mais informações, o que mostra que o setor de atacado precisa se adequar a essa nova realidade.

Figura 16 – Percentual sobre informação da procedência das frutas em São Luís – 2005, 2008, 2016 e 2021

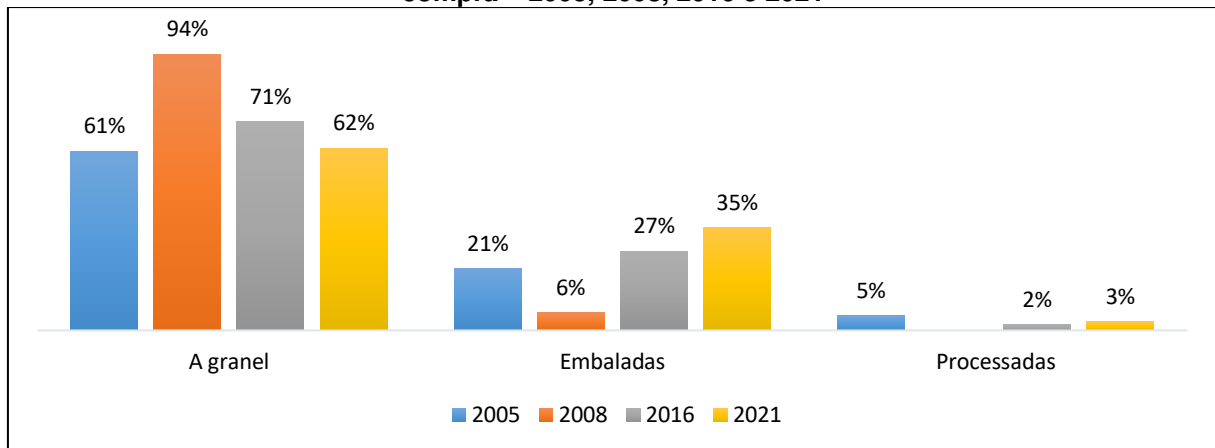


Fonte: Dados de pesquisas (2021).

5.1.14 Preferência de compra

Nos dados expostos na Figura 17, os consumidores que preferem comprar as frutas a granel correspondem a 62%, 35% têm preferência por frutas embaladas e 3% por frutas processadas. Esse hábito não mudou ao longo dos anos, mas já se percebe um aumento na compra de frutas embaladas. Culturalmente, os consumidores gostam de apalpar as frutas para saber se estão prontas para consumo ou se poderão consumir em alguns dias. Alguns pontos negativos existem nessa prática de apalpar as frutas: provoca danos físicos nas frutas, não é uma forma higiênica e aumenta a quantidade de frutas danificadas, sem condições de venda no varejo.

Figura 17 – Percentual da preferência na forma de apresentação das frutas no momento da compra – 2005, 2008, 2016 e 2021

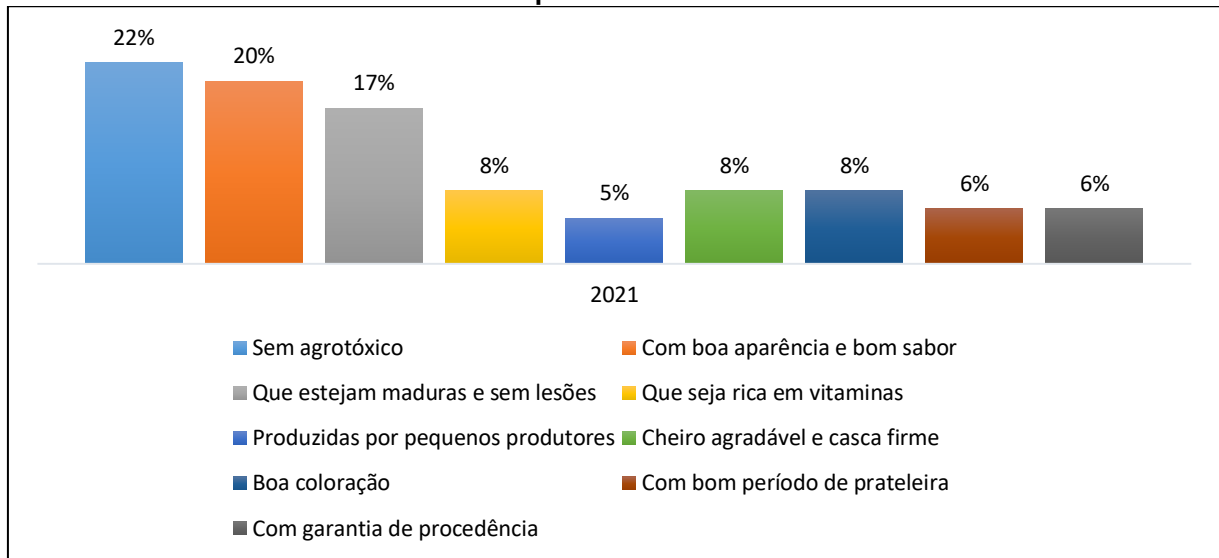


Fonte: Dados de pesquisas (2021).

5.1.15 Opinião dos consumidores sobre o que é uma fruta de qualidade

Segundo os dados, 22% consideram uma fruta de qualidade aquelas que não possuem agrotóxico, 20% com boa aparência e bom sabor, 17% considera uma fruta madura e sem lesões como sendo de qualidade, 8% se preocupa com a composição nutricional e considera uma fruta de qualidade aquela que seja rica em vitaminas, 5% considera frutas produzidas por pequenos produtores como aquelas que tem mais qualidade, 8% diz que uma fruta de qualidade precisa ter boa coloração que tenha a casca firme e cheiro agradável respectivamente, para 6% com bom período de prateleira, ou seja aqueles que tenham frequência de reposição, 6% que tenham uma garantia de procedência sendo possível saber de onde o produto vem, como é sua forma de produção e se utiliza agroquímicos na sua produção (Figura 18).

Figura 18 – Percentual da opinião dos consumidores sobre o que eles consideram uma fruta de qualidade – 2021



Fonte: Dados de pesquisas (2021).

5.1.16 Sugestões dos consumidores para melhorias na venda de frutas

A principais melhorias citadas foram no lugar da venda, são elas: higiene, limpeza, forma de armazenamento, forma de exposição, informações de procedência e diversificação de produtos, mas também, se referiram à redução dos preços. Todos são fatores importantes para aumento de consumo de frutas. A higiene dos locais está relacionada às feiras livres e sacolões, onde apresentam má condição de conservação e exposição das frutas. Essas sugestões reforçam a escolha por realizar as compras nos supermercados. Percebe-se que ao longo dos anos as melhorias feitas no local de venda ainda não foram suficientes na maioria dos estabelecimentos, pois todas as pesquisas anteriores já apontavam todos esses problemas.

5.1.17 Grau de informação dos consumidores sobre os produtos orgânicos

Os consumidores de São Luís sabem algumas informações sobre produtos orgânicos, mais da metade apontou como sendo um produto sem agrotóxico e que a produção não agride o meio ambiente. Estes fatores estão relacionados a pouca oferta de produtos de origem orgânica na Capital, por isso, os consumidores não se interessam em buscar mais informações. Toda a produção orgânica da cidade vem de outros Estados, principalmente, Ceará.

5.2 Caracterização do mercado atacadista e varejista de frutas em São Luís – MA

O mercado de frutas de São Luís é abastecido principalmente por dois estados que são a Bahia e o Ceará, apresentando apenas três culturas que se destacam na produção maranhense: coco verde do município de Paço do Lumiar; banana, com grande produção localizada em Itinga do Maranhão e; abacaxi que é produzido principalmente no município de São Domingos e Turiaçu. Com isso, o mercado de frutas de São Luís se torna totalmente dependente de outros Estados, pois a produção maranhense não consegue suprir a demanda.

Os produtos são trazidos da Bahia (manga, mamão, banana), Ceará (mamão formosa, mamão papaia e banana), Pernambuco (melancia e banana), Sergipe (laranja), Paraíba (abacaxi pérola), Goiás (melancia), Piauí (coco verde), Pará (laranja e maracujá), São Paulo (manga, Goiaba, caqui, kiwi, laranja), Rio Grande do Norte (melão), Rio Grande do sul e Santa Catarina (maçã).

O mercado atacadista é dominado por dois centros de distribuição: a Cooperativa dos Hortifrutigranjeiros do Maranhão (Cohortifrut/Ceasa) e o Mercado Público do João Paulo, este último ganhando destaque nos últimos anos. Ambos abastecem desde pequenos varejos como sacolão e frutaria, até as grandes redes de supermercados presentes na Capital.

O mercado varejista de frutas teve um aumento significativo, principalmente com a pandemia de Covid 19, o desemprego fez muitas pessoas abrirem pequenos pontos de vendas de frutas, legumes e verduras, bom para o consumidor, ganhou mais opções e aproximou o varejo de frutas de casa.

Importante ressaltar que, mesmo havendo uma dominância de uma rede de supermercados no Estado, outros atacarejos de redes nacionais se instalaram nos últimos anos, o que favorece a concorrência de preços.

Outro ponto que se diferencia das pesquisas anteriores é o número de lojas da rede dominante em bairros de classe baixa, média e alta, claro que adaptando a variedade de frutas a cada faixa de renda, como por exemplo, alguns bairros que são habitados por moradores de maior poder aquisitivo, dispõem de uma variedade maior de frutas.

Constatou-se o aumento do mercado varejista de frutas em São Luís devido a novas aberturas de sacolões, frutarias e supermercados, deixando as frutas mais acessíveis aos consumidores pela aproximação em relação à moradia, isso, junto com a busca de uma alimentação saudável, aumento da renda e do nível educacional, pode trazer boas perspectivas para o setor.

6 CONCLUSÃO

A partir dos dados analisados foi observada algumas mudanças no perfil socioeconômico dos consumidores de frutas da cidade de São Luís, entre elas o aumento da renda e da escolaridade, variáveis que podem estar diretamente associadas ao aumento do consumo de frutas entre os jovens e adultos de até 35 anos.

Apesar de haver uma rede de supermercado dominante em São Luís, o mercado varejista vem apresentando boa flexibilidade e possibilidades de locais de compra que vão de supermercado à sacolões e frutarias disponíveis em diversos bairros da cidade, dando a opção do consumidor comprar em locais onde os preços são mais baixos sem deixar de levar em conta a qualidade das frutas, item muito importância na escolha das frutas. Porém, tal variação de varejo e distribuição em bairros com rendas diferentes, influencia a diversificação, tipos e preços das frutas.

As redes de atacado e varejo precisam melhorar a qualidade das frutas, a exposição nas gôndolas, a higiene e limpeza do ambiente, o atendimento, a diversificação das frutas e o preço, insatisfações presentes em todas as pesquisas, desde a de Mochel Filho (2005), Lisboa (2008), Santos (2016), até a atual. Portanto, o mercado de frutas em São Luís precisa melhorar os aspectos qualitativos das frutas e do estabelecimento para atender às exigências e atrair mais consumidores.

De modo geral, o setor frutícola no Estado apresenta baixo desenvolvimento e estímulo, refletindo na contínua dependência de outros Estados para aquisição de frutas, somente com investimentos e incentivos a fruticultura no Estado poderá suprir a demanda local.

REFERÊNCIAS

ABRAFRUTAS. Associação Brasileira dos Produtores Exportadores de Frutas e Derivados. **Fruticultura: setor em expansão**. 2018. Disponível em: <<https://abrafrutas.org/2018/08/14/fruticultura-setor-em-expansao>>. Acesso em: 02 de mai. 2021.

ALMEIDA Edmilson Igor Bernardo et al. **Perdas pós-colheita de frutas e hortaliças no Maranhão: estimativas, causas, impactos e soluções** —São Luís: EDUFMA, 2020.

BRASIL. Ministério da Saúde (Secretaria de Vigilância em Saúde - Departamento de Análise em Saúde e Vigilância de Doenças não Transmissíveis). **Vigitel Brasil 2018: vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico e estimativas sobre frequência e distribuição sociodemográfica de fatores de risco e proteção para doenças crônicas nas capitais dos 26 estados brasileiros e no Distrito Federal em 2018**. Brasília: Ministério da Saúde, 2019. 132 p.

BUAINAIN, Antônio Márcio; BATALHA, Mário Otávio. **Cadeia Produtiva de Frutas**. 2007. Disponível em: <<https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7743/BVE19040051p.pdf;jsessionid=E4A513FEB770267B535203812C7D0526?sequence=1>>. Acesso em: 15 fev. 2021.

CNA. Confederação Nacional da Agricultura. **O brasileiro precisa criar o hábito de consumir frutas e hortaliças – Dourados Agora**. 2021. Disponível em: <<https://soudesprendida.com/2021/09/11/o-brasileiro-precisa-criar-o-habito-de-consumir-frutas-e-hortalicas-dourados-agora/>>. Acesso em: 02 de set. 2021.

DALFOVO, Michael Samir et al. **Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico**. 2008. Disponível em: <http://www.ca.unisc.br/portal/upload/com_arquivo/metodos_quantitativos_e_qualitativos_um_resgate_teorico.pdf>. Acesso em: 02 fev. 2021. Disponível em: <<https://oimparcial.com.br/cidades/2016/10/agronegocio-da-fruticultura-brasileira-em-debate/>> Acesso: 13 de Jun. 2021.

EMBRAPA. Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. **Frutas e Hortaliças**. 2019. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/grandes-contribuicoes-para-a-agricultura-brasileira/frutas-e-hortalicas>>. Acesso em: 30 de jun. 2021

FREITAS JÚNIOR, F. G. B. F. et al. Uso de embalagem plástica e comestível para conservação de goiaba sob diferentes condições de armazenamento. **Revista Ibero-Americana de Ciências Ambientais**, v. 11, 2020.

GOMES, Isabela Motta. **Como elaborar uma pesquisa de mercado**. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2013.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Cidades. 2021. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ma/sao-luis/panorama>>. Acesso em 20 de ago. 2021.

LISBOA, Eliane Pereira. **Perfil dos consumidores e aspectos da comercialização de frutas no município de São Luís – MA**. 2008. 50 f.. 2005 Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Agronomia) – Universidade Estadual do Maranhão, São Luís, 2008.

Maranhão. Secretaria de Estado da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **A importação de hortifrut na capital Maranhense**. 2021. Disponível em: <<https://sigite.sagrima.ma.gov.br/a-importacao-de-hortifrut-da-capital-maranhense/>>. Acesso em 30 jun. 2021.

MOCHEL FILHO, William de Jesus Ericeira. **Perfil dos consumidores de frutas no município de São Luís – MA**. 2005. 38 f. Trabalho de Conclusão do Curso Especialização (Fruticultura Comercial) – Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2005.

MODA, Laleska Rossi et al. O consumidor de frutas. **Hortifrut Brasil**, p. 10-13, março, 2019

NEUTZLING, Marilda Borges et al. Fatores associados ao consumo de frutas, legumes e verduras em adultos de uma cidade no Sul do Brasil. **Cad. Saúde Pública**, v. 25, n.11, p.2365-2374, nov. 2009.

SANTOS, Nilcyane Chaves dos. **Análise dos consumidores, atacadistas e varejistas presentes no mercado de frutas do município de São Luís-MA**. São Luís, 2016. (Relatório Final PIBIC/UEMA).

SEBRAE. Sistema de Inteligência de Mercado (SIM). **Agronegócio/Fruticultura**. Boletim de Inteligência outubro 2015. Disponível em;<[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/64ab878c176e5103877bfd3f92a2a68f/\\$File/5791.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/64ab878c176e5103877bfd3f92a2a68f/$File/5791.pdf)>. Acesso em 30 de jun. 2021

SILVA, Andrea Lago da; BATALHA, Mário Otávio. **Marketing estratégico aplicado ao agronegócio**. In: BATALHA, Mário Otávio (Coord.). **Gestão Agroindustrial**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2013, v. 1.

SOUZA, Bianca Bittencourt de et al. Consumo de frutas, legumes e verduras e associação com hábitos de vida e estado nutricional: um estudo prospectivo em uma coorte de idosos. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 24, p. 1463-1472, 2019.

APÊNDICES

Apêndice A - Questionário aplicado aos consumidores de frutas – São Luís/MA

Bairro: _____

1) Faixa etária:

Entre 18 35 anos Entre 36 e 45 anos Entre 46 e 55 anos Acima de 55 anos

2) SEXO: M F

3) Porque você consome frutas?

Sabor composição nutricional Dieta Alimentação balanceada

4) Quantos membros compõem a sua família?

5) Renda Familiar:

Menor que R\$ 500,00; Acima de R\$ 500,00 até R\$ 1.000,00; Acima de R\$ 1.000,00 até R\$ 1.500,00; Acima de R\$ 2000,00 até R\$ 2.500,00; Acima de R\$ 2.500,00 até R\$ 3.000,00; Acima de R\$ 3.000,00 até R\$ 5.000,00 ; Acima de R\$ 5.000,00

6) Nível de escolaridade:

Ensino fundamental incompleto; Ensino fundamental completo; Ensino médio incompleto; Ensino médio completo; Ensino superior incompleto; Ensino superior completo; Pós - graduação.

7) Onde costuma comprar suas frutas?

Supermercado Sacolão Ceasa Feira livre
 Mercado municipal (feira) Vendedor de rua

8) O que você leva em consideração na escolha do local de compra? Poderá marcar até três opções.

Horário de atendimento Higiene e limpeza Facilidade de pagamento
 Promoções / Ofertas Atendimento Qualidade dos produtos
 Proximidade da residência

9) O que você acha da qualidade das frutas no estabelecimento?

Péssimo Ruim Regular Bom Ótimo

10) Qual a frequência de consumo da família?

Diariamente Semanalmente Quinzenalmente Mensalmente

11) Qual a frequência de compra de frutas?

Diariamente Esporadicamente

12) Quais os critérios utilizados na compra:

Utiliza uma lista de compras Olha o que falta e compra Faz pesquisa de preço e compra o mais barato Compra produtos de época Outros

12.1) Quais são os outros critérios?

13) Em sua opinião, o que é uma fruta de qualidade?

14) O que você leva em consideração na escolha da fruta:

Preço Qualidade Aparência Sabor e aroma Origem Praticidade de uso Composição nutricional

15) Você se interessa em saber a procedência e a composição nutricional da fruta que compra?

Sim Não

16) Quais as informações que você gostaria de receber sobre as frutas que consome:

Composição nutricional Procedência Benefícios para a saúde Formas de utilização

17) Forma preferida para receber essas informações:

Na embalagem Panfletos Cartazes no local de compra Redes sociais

18) Você prefere comprar frutas:

A granel Embaladas Minimamente processadas (Cortadas e embaladas)

19) O que poderia ser melhorado na venda de frutas em São Luís?

20) O que você entende por produtos orgânicos?

Apêndice B - Questionário aplicado aos atacadistas e varejistas de frutas

LOCAL: _____

PRODUTO	ORIGEM	DE QUEM COMPRA	PARA QUEM VENDE
ABACATE			
ABACAXI PEROLA			
ABACAXI TURIAÇU			
BANANA MAÇA			
BANANA NANICA			
BANANA PACOVAN			
BANANA PRATA			
COCO VERDE			
CUPUAÇU			
GOIABA			
LARANJA			
LIMA			
MAÇÃ FUJI			
MAÇÃ GALA			
MAMÃO FORMOSA			
MAMÃO PAPAIA			
MANGA ROSA			
MANGA TOMMY			
MARACUJÁ			
MELANCIA			
MELÃO COMUM(AMARELO)			
MELÃO ORANGE			
PITAYA			
TANGERINA			
UVA			