Recital

Revista de Educação,
Ciência e Tecnologia de Almenara/MG.

PERFIL SOCIOECONÔMICO DOS COMERCIANTES E CONSUMIDORES DE FRUTAS DE XIQUE-XIQUE – BA

Socioeconomic profile of fruit traders and consumers in Xique-Xique – BA

César Fernandes AQUINO
Universidade Federal do Oeste da Bahia
cesar.aquino@ufob.edu.br

Linnyk Almeida dos SANTOS
Universidade Federal do Oeste da Bahia
linnyk.santos@ufob.edu.br

Antônia Mirian Nogueira de Moura GUERRA
Universidade Federal do Oeste da Bahia
antonia.guerra@ufob.edu.br

Edimilson Alves BARBOSA
Instituto Federal do Norte de Minas Gerais – Campus Almenara
edimilson.barbosa@ifnmg.edu.br

João Alison Alves OLIVEIRA
Instituto Federal do Norte de Minas Gerais – Campus Almenara
joao.oliveira@ifnmg.edu.br

José Maria Gomes NEVES
Instituto Federal do Norte de Minas Gerais – Campus Almenara
jose.neves@ifnmg.edu.br

DOI: https://doi.org/10.46636/recital.v4i3.309

Resumo

Objetivou-se estudar o hábito de consumidores e comerciantes de frutas de Xique-Xique - BA. Foram entrevistados 120 consumidores e 50 comerciantes. Verificou-se que as mulheres formam a maioria dos consumidores, representando 70,83% do total de entrevistados, tendo a maior parte desse público, 33,33%, entre 36 e 50 anos. Sobre o nível de escolaridade, 48,33%, possuem o ensino médio. Dentre as ocupações profissionais, os aposentados se destacaram com 15,38%. 82,50% dos consumidores têm o hábito de compras semanalmente, e 36,67% afirmam que gastam de 31 a 50 reais por compra. Para 74,17% desse público, as frutas atendem as suas necessidades de modo geral nos aspectos de preço, qualidade e variedade. A feira livre é o principal ponto de aquisição das frutas, representando 69,72%, tendo como os principais atributos o preço (46,67%), a qualidade (23,33%) e a variedade (16,00%). A fruta mais consumida é a banana com 19,06%. As mercadorias são transportadas em caminhão aberto (78,57%) e embaladas em caixas plásticas (47,92%). 92,00% dos comerciantes têm perdas pós-colheita nas frutas e, em sua maioria, fazem o uso de promoções (41,78%) ou realizam doação e alimentação animal (31,63%). O conhecimento sobre a manipulação e a organização dos alimentos promove a redução da depreciação das frutas.

Palavras-chave: Fruticultura. Comércio. Consumo.

Abstract

The objective was to study the habit of fruit consumers and traders in the city of Xique-Xique - BA. 120 buyers and 50 sellers were interviewed. It was observed that women are the major consumers, representing 70.83% of the total number ofthe people interviewed., Most of this public, 33.33%, are between 36 and 50 years old. Regarding the level of education, 48.33% have completed high school. Among the professional occupations, retirees stood out with 15.38%. 82.50% of consumers go shopping weekly, and 36.67% say they spend from 31 to 50 reals per purchase. For 74.17% of this public, the fruit meets their needs in general in terms of price, quality and variety. The open market is the main sales point of fruit, representing 69.72%, with the main attributes being price (46.67%), quality (23.33%) and variety (16.00%). The most consumed fruit is the banana, with 19.06%. Goods are transported in an open truck (78.57%) and packed in plastic boxes (47.92%). 92.00% of traders have post-harvest losses in fruit and most of them make use of promotions (41.78%) or make donations and animal feed (31.63%). Knowledge about food handling and organization promotes the reduction of fruit depreciation.

Keywords: Fruit. Trade. Consumption.

INTRODUÇÃO

A fruticultura é uma atividade do setor agrícola brasileiro que expressa grande potencial econômico-social, em função da geração de emprego e renda na cadeia do agronegócio nacional. Diante desse cenário, os três países que figuram entre os maiores produtores do mundo no ramo da fruticultura são a China, a Índia e o Brasil (FAO, 2021) e, anualmente, são produzidas mais de 40 milhões de toneladas de frutas, com quase a totalidade direcionada ao

mercado interno. A fruticultura também representa 6 milhões de empregos diretos, ou 27% dos empregos gerados pela produção agrícola nacional, ocupando uma área de apenas 2,4 milhões hectares (ABRAFRUTAS, 2022; FACHINELLO *et al*., 2011).

O resultado disso é uma enorme diversidade de frutos que saem do solo brasileiro e chegam à mesa de milhões de pessoas no Brasil e no mundo. Os estados de São Paulo, Bahia, Rio Grandes do Sul e Minas Gerais são os maiores produtores de frutas (IBGE, 2021), sendo a banana, a maçã, a laranja, o mamão e a manga, as cinco frutas mais consumidas no Brasil (ABRAFRUTAS, 2022).

Nesse sentido, pode-se compreender que, nas últimas décadas, a sociedade tem passado por várias adequações devido ao seu novo estilo de vida e hábitos de consumo. Com essas mudanças, foram surgindo outros formatos de convívio comercial para atender as exigências e as demandas do consumidor. Para Paulillo e Pessanha (2002), essas mudanças refletem o aumento de refeições fora de casa, o aumento da qualidade de vida e o aumento da urbanização, entre outros. Ademais, as mudanças em relação às exigências na qualidade e na variedade do produto adquirido e ofertado nos mercados varejistas são notórias ao longo dos anos. Desse modo, as empresas vêm buscando entender e desenvolver produtos que possam atender de forma efetiva os anseios e as necessidades dos clientes antigos e atuais nos momentos da compra (ROSA NETO *et al*., 2006).

Diante do exposto, o presente trabalho objetivou estudar o perfil socioeconômico dos consumidores e comerciantes de frutas de Xique-Xique - BA, para verificar o comportamento dos consumidores, assim como as dificuldades, as preferências e a percepção sobre o comércio local. Já para os comerciantes, o estudo visa conhecer o perfil do consumidor, possibilitando definir estratégias mais adequadas para promover o incentivo ao consumo e melhorias ao atendimento e comércio. Acredita-se que as informações acerca do consumo e comércio na cidade de Xique-Xique - BA sejam escassas, e o estudo dessa natureza pode gerar dados informativos para subsidiar as possíveis melhorias e exploração na infraestrutura, demais atributos e relações comerciais da cidade estudada.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

As frutas e hortaliças apresentam um papel fundamental no bom funcionamento do organismo humano, devido à presença de fibras, nutrientes e outros compostos com propriedades funcionais (JAIME *et al*., 2009). Além desses benefícios nutricionais, o consumo de porções adequadas de frutas pode auxiliar na proteção contra doenças cardiovasculares, diabetes tipo II, hipertensão, câncer, obesidade, entre outras (BASTOS *et al*., 2010). Apesar do conhecimento dos benefícios desses alimentos para a saúde, o consumo tem sido abaixo do recomendado em diversos países. Segundo Castro (2011), os fatores, como os preços altos, sistemas de produção inadequados, distribuição e comercialização e o desconhecimento de parte da população sobre as propriedades nutricionais desses alimentos para a saúde, podem justificar o baixo consumo das frutas e hortaliças.

Sobre isso ainda, estudo realizado em todas as capitais do país por Vigitel Brasil (2019), com consumidores de faixa etária de 18 a 65 (ou mais) anos, demonstrou que a frequência do consumo recomendado de frutas e hortaliças é maior entre as mulheres, representando 26,8% em comparação aos homens 18,4%, que não obteve variação no consumo ao longo do tempo.

RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, v.4, n. 3, set/dez 2022.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: https://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

Nessa mesma pesquisa, foi constatado ainda que o nível de escolaridade influencia o aumento do consumo de frutas e hortaliças em ambos os sexos. Da mesma maneira, o consumo de frutas, legumes e verduras em adultos da cidade de São Paulo foi fortemente influenciado por fatores como idade, nível de escolaridade e opções de dieta (FIGUEIREDO *et al*., 2008). Ademais, as principais razões que influenciam os consumidores no momento da compra de frutas estão ligadas às características intrínsecas como sabor, saúde e qualidade, seguidos por preço juntamente com acessibilidade na compra do produto (PEROSA *et al*., 2012).

A partir disso, o levantamento de dados acerca das preferências e da necessidade dos consumidores é bastante importante para consumidores, comerciantes e setor público com vistas ao planejamento de ações que possam possibilitar as melhorias nesse seguimento do comércio, a fim de proporcionar melhores condições para todos os envolvidos nos distintos elos da cadeia de frutas.

2 METODOLOGIA

A pesquisa foi direcionada para a avaliação do perfil dos comerciantes e consumidores de frutas do município de Xique-Xique – BA, situado à margem direita do Rio São Francisco, região nordeste do país e no noroeste da Bahia, com coordenadas 9° 31’ 34” S e 43° 36’ 15” W (IBGE, 2021). O clima predominantemente é o semiárido e o bioma é a caatinga. O município tem uma população estimada em 46.523 habitantes e possui uma área territorial que se estende em torno de 5.079.662 km² (IBGE, 2021).

A técnica empregada na pesquisa constituiu-se por comunicação direta com os entrevistados, por meio de questionários socioeconômicos estruturados e padronizados, incluindo questões abertas e fechadas, sendo aplicado no comércio varejista de frutas e feiras livres da cidade, tendo como público-alvo os proprietários desses estabelecimentos e os consumidores presentes nesses locais no momento das entrevistas.

Os questionários foram planejados de forma a coletar informações referentes aos hábitos de consumos, formas de comercialização de frutas, bem como a caracterização socioeconômica de comerciantes e consumidores de frutas. A coleta dos dados foi realizada no decorrer dos meses de julho e agosto de 2021. Para que a obtenção dos dados fosse o mais fiel possível da realidade, foram realizadas entrevistas nos períodos matutino, vespertino e noturno. Sobremaneira, salienta-se que foram tomados todos os cuidados relacionados ao contato com os entrevistados, como uso de máscara de proteção, distanciamento de 1,5 m e uso de álcool em gel nos utensílios utilizados na pesquisa.

O questionário voltado para os consumidores foi constituído pelas seguintes questões: 1 – Sexo; 2 – Faixa etária; 3 – Nível de escolaridade; 4 – Ocupação/profissão; 5 – Qual frequência que compra frutas; 6 – Em quais locais, costuma adquirir frutas; 7 – Por que compra nesse estabelecimento; 8 – Quanto gasta, em média, com frutas por compra; 9 – Frutas que costuma comprar; 10 – Frutas que não encontram no mercado e desejaria adquirir; 11 – Compraria/consumiria uma fruta diferentes/desconhecida; 12- Sobre a qualidade das frutas adquiridas; 13 – Qual(is) principais defeitos encontrados nas frutas nos locais que costuma comprar; 14 - O que precisa mudar para atender a qualidade desejada.

Os questionários direcionado aos comerciantes foi composto pelas seguintes questões: 1 – Sexo; 2 – Faixa etária; 3 - Nível de escolaridade; 4 – Há quanto tempo trabalha com venda de

frutas; 5 – Produz alguma fruta que comercializa; 6 – Quais frutas produzem e comercializam; 7 – Onde adquire as frutas que comercializa; 8 – Por que não compra frutas produzidas no município? Como manga, banana, etc; 9 – Como é a forma de embalagens para transporte das frutas; 10 – Veículo para transporte das frutas; 11 - Quais as dificuldades que encontra para comercializar frutas; 12 – Qual o tempo médio (dias) a fruta permanece na prateleira para venda; 13 – Tem perdas pós-colheita das frutas; 14 - Quanto em %; 15 – O que faz para reduzir as perdas.

A amostra foi constituída por 120 consumidores, selecionados de forma arbitrária, por estarem frequentando o local de comércio de frutas no momento da aplicação dos questionários. Para os estabelecimentos, foram feitos levantamentos de todos os comércios varejistas de frutas, totalizando 50 amostras, que foram constituídas por sacolões, barracas da feira livre e supermercados na zona urbana do município.

Os dados obtidos com a aplicação dos questionários foram tabulados no software Microsoft Excel, em que se considerou como variáveis cada uma das questões fechadas, bem como as abertas e os resultados expressos em frequência relativa. Assim, a frequência simples foi utilizada como base de cálculo das frequências relativas, sendo submetidas à estatística descritiva e sistematizadas em gráficos e tabelas.

3 RESULTADOS

Dentre os 120 consumidores entrevistados, contatou-se que 70,83% do público é do sexo feminino e 29,17% do sexo masculino (Tabela1). Em relação à faixa etária entre os entrevistados, nota-se que 33,33% correspondem às idades entre 36 e 50 anos, seguida de 28,33% do público consumidor entre 20 a 35 anos. Outro público que mostrou uma frequência significativa foram as pessoas com a idade maior que 60 anos, com 20,00%. Já para as idades de 50 a 60 anos, o percentual foi de 16,67% (Tabela 1).

Tabela 1 - Frequência relativa do perfil socioeconômico de consumidores de frutas nos comércios e feiras livres da cidade de Xique-xique - BA.

Sexo	**%**
Feminino	70,83
Masculino	29,17
Faixa etária	
<20 anos	1,67
20-35 anos	28,33
36-50 anos	33,33
50-60 anos	16,67
>60 anos	20,00
Nível de Escolaridade	**%**
Analfabeto	6,67
Ensino Fundamental	30,00
Ensino Médio	48,33
Curso Superior	15,00
Ocupação Profissional	

RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, v.4, n. 3, set/dez 2022.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: https://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

Aposentado	15,38
Pescador	11,67
Dona de Casa	9,17
Autônomo	9,15
Lavrador	8,33
Professor	8,33
Estudante	5,00
Comerciante	4,16
Vendedor	4,15
Doméstica	3,33
Enfermeira	2,50
Serviços Gerais	2,50
Outras Profissões	16,33

Fonte: Dados de pesquisa.

Observa-se que o público jovem 1,67% (Tabela 1) é minoria nos estabelecimentos de frutas da cidade estudada. Sobre o nível de escolaridade, 48,33% dos entrevistados alegaram já ter concluído o ensino médio, seguido do ensino fundamental com 30,00%, e logo após o ensino superior com 15,00% e apenas 6,67% são analfabetos (Tabela 1). Durante as entrevistas, foram citadas várias ocupações profissionais, como policial, vigilante, psicóloga, microempreendedor, recepcionista, açougueiro, atendente, caminhoneiro e auxiliar operacional, e outas mais, sendo que essas profissões obtiveram uma porcentagem inferior a 1%, e, fazendo um somatório delas, representam 16,33% do público entrevistado, seguido pelos aposentados, com 15,38% (Tabela 1). Isso deve estar ligado à maior preocupação desse público com a saúde, como também à maior disponibilidade de tempo para escolher e negociar os preços dos produtos desejados. Em seguida, aparecem os pescadores com 11,67%, logo após as donas de casa com 9,17% e com 9,15% os autônomos (Tabela 1). Lavradores e professores representam 8,33% cada, 5,00% corresponderam aos estudantes, 4,16% são comerciantes, 4,15% vendedores, 3,33% domésticas, e 2,50% representam enfermeiras e prestadores de serviços gerais (Tabela 1).

O presente estudo constatou que a maioria desses consumidores possui o hábito de compras semanalmente, o que representa 82,50% dos entrevistados. Já 14,17% preferem realizar as compras quinzenalmente, e apenas 3,33% realizam as compras todos os dias (Tabela 2). No que se referem aos gastos médios na compra de frutas, 36,67% dos consumidores afirmam que gastam de R$31 a 50, 27,50% alegaram que gastam mais de R$50 na compra de frutas, já para 25,00% dos entrevistados esse gasto vai de R$ 21,00 a 30,00, e 10,83% gastam em média R$ 10,00 a 20,00 (Tabela 2). A maior parte dos consumidores afirmam que a qualidade das frutas adquiridas atende as suas necessidades, o que representa a opinião de 74,17%. Já para 25,00% dos entrevistados, o consumo atende parcialmente e, para apenas 0,83% desse público, as frutas não atende as suas necessidades (Tabela 2). A qualidade e aparência das frutas são características que não somente interfere na escolha do produto, como também na preferência do local de compra.

RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, v.4, n. 3, set/dez 2022.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: https://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

Tabela 2 **-** Frequência relativa do consumo de frutas nos comércios e feiras livres do município de Xique-xique - BA.

Frequência que compram frutas	**%**
Todos os dias	3,33
Semanal	82,50
Quinzenal	14,17
Local que costuma comprar frutas	
Sacolão	10,56
Supermercado	19,72
Feira	69,72
Gasto em nédia na compra de frutas	
RS 10 - 20	10,83
RS 21 - 30	25,00
RS 31 - 50	36,67
> RS 50	27,50
Sobre a qualidade das frutas adquiridas	
Atende	74,17
Atende Parcialmente	25,00
Não Atende	0,83
Principais defeitos encontrados nas frutas	
Murcha	29,41
Podridão	15,38
Cortes	4,71
Amassado	33,53
Coloração inadequada	5,88
Imaturo	10,59

Fonte: Dados de pesquisa.

Constatou-se que os principais defeitos observados pelos entrevistados são amassamento com 33,53%, em seguida murcha com 29,41%, logo após podridão com 15,88% e imaturo com 10,59%. Sendo as menos citadas neste quesito, a coloração inadequada com 5,88% e cortes com 4,91% (Tabela 2). O transporte inadequado e embalagens impróprias são as principias causas de danos às frutas, como também o apalpamento por parte dos consumidores na escolha da fruta no momento de compra. Nota-se que a feira livre municipal de Xique-Xique – BA é o principal ponto de venda de frutas, com uma porcentagem de 69,72% da preferência dos consumidores, seguido dos supermercados 19,72% do público consumidor e, por fim, os sacolões com 10,56% (Tabela 2).

Além dos hábitos culturais adotados pela população Xiquexiquense, outros motivos se mostram de grande relevância para a aquisição de frutas comercializadas na feira livre municipal, que são preço para 46,67%, qualidade 23,33% e variedade para 16,00% dos entrevistados (Tabela 3). Isso pode ser atribuído a maior satisfação dos consumidores em adquirir esses produtos, uma vez que a maior parte dos consumidores gasta em média de 31 a 50 reais por compra de frutas semanalmente. Já os principais atributos que fazem os consumidores procurarem o supermercado para a aquisição dessas frutas é a qualidade do produto (32,61%) e a proximidade

RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, v.4, n. 3, set/dez 2022.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: https://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

do comércio (29,41%), como também os atributos ligados ao preço e à higiene (13,04%) (Tabela 3). Entre as principais razões, que levam os consumidores Xiquexiquenses preferirem realizar as compras nos sacolões, são qualidade (29,63%), preço (25,93%) e proximidade (14,81%) (Tabela 3). A qualidade encontrada tanto nos supermercados como em sacolões pode ser justificada por esses locais possuírem climatização e profissionais mais capacitadas no manuseio e logística dessas mercadorias.

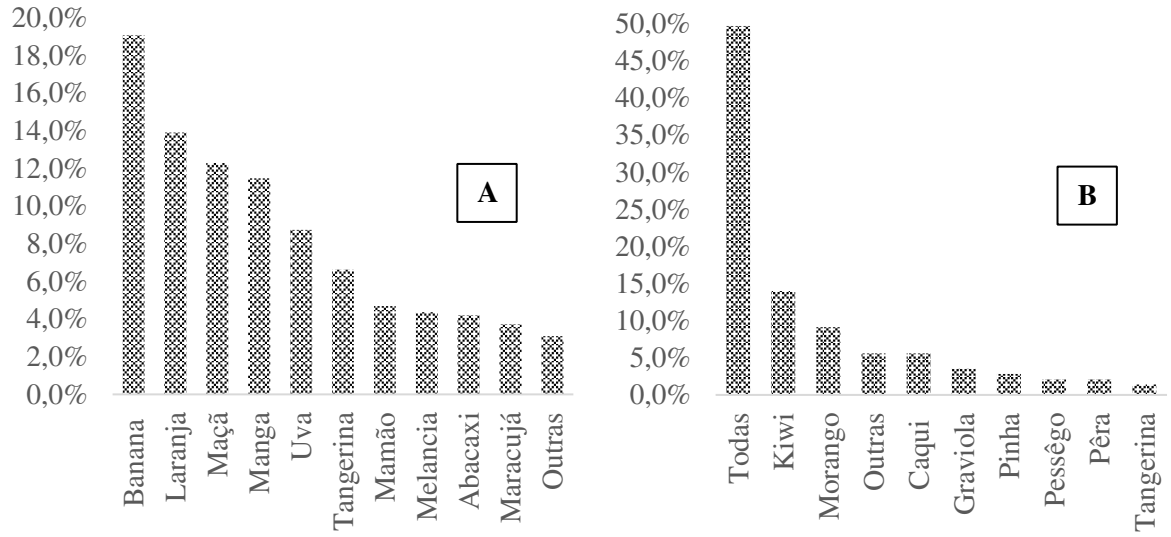
Tabela 3 - Principais motivos apontados pelos consumidores pela compra de frutas em sacolões, supermercados e feira livre da cidade de Xique-xique - BA.

Motivos	**Sacolão%**	**Supermercado%**	**Feira%**
Proximidade	14,81	23,91	5,33
Preço	25,93	13,04	46,67
Higiene	7,41	13,04	2,00
Qualidade	29,63	32,61	23,33
Costume	7,41	2,17	3,33
Variedade	0,00	4,35	16,00
Compra a qualquer hora	3,70	0,00	0,00
Freguesia	3,70	0,00	0,67
Confiança	3,70	2,17	0,67
Conforto	0,00	4,35	0,67
Facilidade	0,00	2,17	0,00
Organização	3,70	0,00	0,00
Bom Atendimento	0,00	2,17	1,33

Fonte: Dados de pesquisa.

As principais frutas que a população de Xique-Xique – BA compra são a banana com 19,06% da preferência, seguida de laranja 13,89%, maçã 12,28% e manga com 11,47% dos entrevistados (Figura 1A).

Figura 1 – Percentual das principais frutas adquiridas (A) e não encontradas (B) pelos consumidores da cidade de Xique-Xique - BA.



RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, v.4, n. 3, set/dez 2022.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: https://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

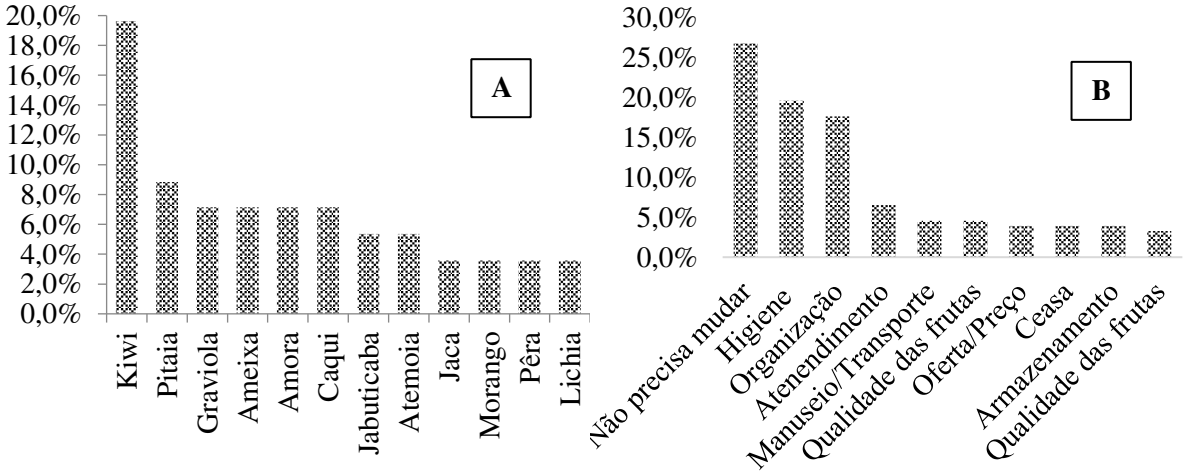
Fonte: Autoria própria.

Outro parâmetro observado na pesquisa é que 50,35% dos entrevistados afirmam que não encontram todas as frutas que gostariam de comprar, já 49,65% do público assegura encontrar todas as frutas que desejam comprar (Figura 1B). Sendo o kiwi com 13,99%, o morango 9,09%, e o caqui e outras frutas, com 5,59% das amostras (Figura 1B), como as principais frutas não encontradas no município de Xique-Xique – BA e que os clientes gostariam de adquirir. Com isso, pode-se certificar que o comércio local tem possibilidade de ampliar as vendas com essas frutas e garantir maior circulação de capital e manter a satisfação dos clientes em potencial.

Sobre o consumo de frutas diferentes ou desconhecidas, 68,33% dos consumidores alegaram que não consumiriam, tendo como justificativa a questão financeira e a falta de hábito de consumo, pois as frutas mais populares são mais baratas e consequentemente cabem no orçamento familiar, conseguindo, assim, maior abrangência entre essa classe social (Figura 2A). Para os 31,67% dos entrevistados que afirmaram que gostariam de consumir essas frutas, as principais razões estão atribuídas em maior parcela o fator curiosidade (86,84 %), em sequência o atributo de poder ter a possibilidade de variar o paladar (13,16%). As frutas mais demandadas que podem ter uma possível saída no mercado xiquexiquense são kiwi (19,64%), pitaia (8,93%), (7,14%) com as referidas frutas graviola, ameixa, amora e caqui (Figura 2A).

Para 26,80% dos entrevistados, não há necessidade de mudanças nos comércios da cidade de Xique-Xique - BA para atender a qualidade das frutas desejadas. Contudo, para certa parcela, existem alguns atributos que devem sofrer mudanças no comércio local para que possa atender a qualidade das frutas desejadas pelos fregueses como: higiene (19,61%), organização (18,95%), atendimento (6,54%) (Figura 2B).

Figura 2 - Frutas diferentes ou desconhecidas que os consumidores da cidade de Xique-Xique - BA consumiriam. (A), opinião dos consumidores acerca das mudanças nos comércios para atender a qualidade de frutas desejada (B).



Fonte: Autoria própria.

Além desses atributos mencionados, foram apontadas pelos entrevistados a realização de algumas melhorias no manuseio/transporte (6,14%), armazenamento (5,22%), qualidade das frutas (4,58%) e oferta/preço (4,57%). Também foi citada a possibilidade da cidade ter um

Ceasa (3,92%) para promover a organização e a segurança da feira. Outras melhorias apontadas foram em relação ao aumento da variedade de produtos (1,96%), como também a redução no uso de agrotóxicos (1,71%) (Figura 2B). Nesse sentido, é de suma importância que os comerciantes conheçam as preferências e limitações dos consumidores para que possam traçar as melhores estratégias para permanência e atração de novos fregueses, de modo que se possa obter boa lucratividade no seu negócio.

Foram realizadas entrevistas em 50 comércios na cidade de Xique-Xique - BA, onde a maior parte dos comerciantes é do sexo masculino 54,00% e 46,00% do sexo feminino (Tabela 3). A maior parcela dos comerciantes concentra-se nas faixas etárias de 20 a 35 anos 42,00%, e de 36 a 50 anos com 26,00%. Sendo as menores amostras encontradas entre os comerciantes com as idades de 50 a 60 (14,00%), 20 anos (10,00%) e, por último, os comerciantes com idade superior a 60 anos com (8,00%) (Tabela 4). Sobre o nível de escolaridade, 46,00% dos comerciantes possuem o ensino médio, e 40,00% possuem o ensino fundamental, 10,00% não são alfabetizados, 4,00% apresentam o nível superior.

Em relação ao questionamento sobre o tempo em que trabalham com a venda de frutas, a maioria dos entrevistados (36,00%) alegaram que trabalham a menos de 5 anos e 32,00% trabalham a mais de 15 anos no ramo. Entre os entrevistados, 20,00% declararam trabalhar entre 5 a 10 anos e 12,00% estão no mercado de venda de frutas por 10 a 15 anos (Tabela 4).

No presente estudo, a maioria dos comerciantes (82,00%) não produz as frutas que comercializa, e 18,00% afirmaram produzir e comercializar o mamão, o coco, a manga, a goiaba, e o melão, que são em maior parte cultivados no sistema orgânico. Dentre os motivos que não levam esses comerciantes a adquirirem os produtos oriundos do município de Xique-Xique, assumiram que a cidade não produz (60,71%), e que a produção se apresenta insuficiente (19,64%) (Tabela 4). Outros motivos mencionados que impossibilitam a compra e a venda desses produtos são a falta da mercadoria desejada (14,29%) e o preço da mercadoria (5,36%), que muitas vezes se mostra mais elevado do que as adquiridas em cidades circunvizinhas (Tabela 4).

Tabela 4 - Distribuição percentual de comerciantes de frutas em Xique-Xique - BA.

Sexo	**%**
Masculino	54,00
Feminino	46,00
Faixa etária	
<20 anos	10,00
20 – 35 anos	42,00
36 – 50 anos	26,00
50 – 60 anos	14,00
>60 anos	08,00
Nível escolar	
Analfabeto	10,00
Ensino Fundamental	40,00
Ensino médio	46,00
Curso Superior	4,00
Há quanto tempo trabalha com a venda de frutas	
< 5 anos	36,00

RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, v.4, n. 3, set/dez 2022.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: https://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

5 a 10 anos	20,00
10 a 15 anos	12,00
> 15 anos	32,00
Produz alguma fruta que comercializa	
Não	82,00
Sim	18,00
Porque não compra frutas produzidas no município	
Não produz	60,71
Produção insuficiente	19,64
Preço	5,36
Não encontra	14,29

Apesar das variedades dos produtos cultivados no município, a produção ainda não é suficiente para abastecer o mercado local, levando os comerciantes a adquirirem frutas de outras regiões que possuem centros de distribuição. Diante disso, um dos grandes entraves que desfavorece a agricultura local é a falta de incentivo de políticas públicas que os impedem de alcançar um melhor padrão tecnológico e uma melhor competitividade no setor econômico da região.

As mercadorias são transportadas em maior parte em caixas plásticas (47,92%) seguido de caixa de papelão (21,88%), sacos de nylon (12,71%) e, por fim, a embalagem de caixa de madeira (12,50%) (Tabela 5). Dentre as embalagens para o transporte de frutas, a caixa plástica é a melhor opção, quando comparada com os demais recipientes. Segundo Oliveira *et al*. (2020), o uso dessas caixas plásticas possui vários benefícios como fácil higienização, redução dos danos mecânicos, facilidade na organização e no transporte dos produtos não perecíveis. A maior parte da mercadoria que chega para os comerciantes de frutas na cidade de Xique-Xique - BA é transportada em carroceria aberta (78,57%), logo após surgem outras unidades transportadoras de frutas como baú fechado e baú refrigerado (8,93%) e outros meios de transporte aparecem por último com apenas (3,57%) (Tabela 5).

Em relação às principais dificuldades enfrentadas pelos comerciantes de Xique-Xique - BA, a concorrência foi a mais citada com (32,36%), seguida por prejuízo (20,97%), custo com transporte/deslocamento (16,32%), e os comerciantes que não relataram dificuldades representam 14,52% (Tabela 5). Outros problemas também foram citados pelos comerciantes, porém em menor porcentagem, como crise financeira (8,06%), mão de obra/mercadoria (6,46%) e preço (1,61%) (Tabela 5).

Tabela 5 - Classificação percentual relativo aos comerciantes de frutas em Xique-Xique - BA.

Formas de embalagens para o transporte das frutas	**%**
Caixa de Papelão	21,88
Caixa de Madeira	12,50
Caixa Plástica	47,92
Sacos de Nylon	17,71
Unidade transportadora de frutas	
Baú Refrigerado	8,93
Baú Fechado	8,93
Carroceira Aberta	78,57

RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, v.4, n. 3, set/dez 2022.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: https://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

Outros	3,57
Dificuldade que encontra para comercializar as frutas	
Concorrência	32,36
Prejuízo	20,97
Transporte/Deslocamento	16,33
Não tem Dificuldades	14,52
Crise Financeira	8,06
Mão de Obra/Mercadoria	6,46
Preço	1,61
O que faz para reduzir as perdas	
Promoção	41,78
Doação/Alimentação Animal	31,63
Reduz a Compra	21,52
Refrigeração	3,80
Não Faz Nada	1,27

Fonte: Dados de pesquisa.

Dentre os 50 comerciantes entrevistados, 92,00% alegaram ter perdas pós-colheita das frutas. Quanto a isso, as medidas mais empregadas para reduzir as perdas das mercadorias foram: promoção (41,78%), doação e alimentação animal (31,63%) e redução da compra da mercadoria (21,52%). Em relação às boas práticas de manejo, uma pequena parcela conta com refrigeração (3,80%) e 1,27% desconhecem o que deve ser feito para reduzir as perdas.

A maior parte das frutas que abastece o comércio de Xique-Xique - BA é proveniente da cidade de Irecê, o que representa 62,4%. Apesar da pouca produção, a cidade estudada aparece em segundo lugar com 21,73% dos entrevistados, logo em seguida vem a cidade de Juazeiro com 14,02%. Também foram mencionadas outras cidades que ajudam no abastecimento de frutas na cidade de Xique-Xique - BA, como Itaguaçu da Bahia - BA (1,08%), Barra – BA (0,46%) e Gentio do Ouro – BA com (0,31%).

Quando se perguntou sobre o tempo médio em dias em que as frutas permanecem na prateleira, as frutas mais citadas foram banana (3 dias), mamão (2 dias), goiaba (4 dias), manga (5 dias), uva (3 dias), maçã (5 dias), laranja (4 dias), maracujá (5 dias). O tempo médio dessas frutas é pequeno na prateleira, pois geralmente são as mais procuradas pelos consumidores.

Em relação à porcentagem de perdas, nota-se que a banana e o mamão (9%), e a goiaba (8%), sofrem as maiores porcentagens de perdas. Ao mesmo tempo, as frutas como manga, uva e maçã com 7% e laranja e maracujá (5%) também apresentam perdas. Observa-se que as perdas relatadas são unânimes entre os diferentes nichos de mercado voltados para a venda de frutas, sobretudo a feira. A falta de conhecimento, informações técnicas e recursos mostram-se como fatores limitantes para os feirantes conseguirem atrair e permanecer competitivos com os novos canais de comercialização. Nesse quesito, um dos grandes problemas dessa cadeia são as perdas econômicas atribuídas aos danos físicos geradas no momento de transporte até a exposição da mercadoria no local de venda. Esses prejuízos na mercadoria acabam sendo transferidos em maior parte para o consumidor, o que gera desistência na compra e abre a possibilidade de concorrência com comércios mais bem estruturados.

RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, v.4, n. 3, set/dez 2022.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: https://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Em relação ao sexo dos consumidores, dados semelhantes a esses foram obtidos em pesquisa realizada na cidade de Colinas - TO, onde se observou que o maior público de consumidores provém do sexo feminino (PACHECO *et al*., 2019). Ainda de acordo com esses autores, a mulher tem um papel fundamental no aumento do consumo de frutas e isso está associado à maior aquisição na compra e no preparo desses produtos.

Para Jaime *et al*. (2009), a procura por alimentos mais saudáveis entre o público mais velho está associada à forma do hábito alimentar, que foi adotado desde as fases iniciais da vida, sem o uso de alimentos processados, diferente das gerações atuais. Ainda de acordo com esses autores, o aumento do consumo de produtos naturais com o aumento da idade pode ser atribuído aos cuidados com a saúde e orientação médica, visto que pessoas da terceira idade são propícias a desencadear doenças crônicas não transmissíveis. Além disso, existe uma maior preocupação entre as mulheres e em especial as mais velhas (50 a 59 anos) em buscar melhorias na qualidade de vida, associando e valorizando a relação dos alimentos naturais com a saúde (MONDINI *et al*., 2010).
Em relação ao público jovem frequentar pouco os locais de comercialização de frutas, isso pode estar associado à falta de hábito dos mais jovens na compra desses alimentos, sendo a maior parte dos alimentos consumidos e adquiridos pelos seus responsáveis (CAZANE *et al*., 2010). Para Lermen (2017), esse fato pode ser justificado também devido às limitações das condições econômicas que moldam as necessidades e desejos desse grupo.

Resultados encontrados por Alves *et al.* (2014), constataram que as pessoas com o ensino médio são os maiores consumidores de hortícolas no complexo Ver-o-Peso, Pará. Para Perosa *et al*. (2012), estudos feitos em algumas cidades do interior de São Paulo demostraram que o hábito de consumo desses produtos pode ser adquirido de forma natural ao longo do tempo, ou através do grau de escolaridade dos consumidores. Já para Lermen (2017), o hábito de consumo sofre interferência constantemente, devido às influências do meio em que as pessoas estão inseridas.

A maioria dos consumidores entrevistados possuem o hábito de comprar as frutas semanalmente, semelhantes ao observado na cidade de Barra - BA, em que a maioria dos consumidores preferem realizar a compra semanalmente, acompanhada de quinzenalmente e todos os dias da semana (OLIVEIRA *et al*., 2020). A motivação pela compra semanalmente pode estar ligada à chegada de novas mercadorias na cidade, visto que a qualidade e as características intrínsecas podem atender os anseios desejados pelos consumidores ou até mesmo pela questão do preço. Isso comprova que o consumo de frutas pela população é significativo, uma vez que as pessoas buscam esses alimentos pelo preço e pela oferta na cidade. De acordo com Perosa *et al*. (2012), a visão do consumidor melhora quando ele faz uma combinação de preço, praça, promoção e produto.

Segundo Farias *et al*. (2014), os consumidores estão progressivamente mais exigentes devido aos meios de comunicação e às campanhas que influenciam o estilo de vida mais saudável. Nesse caso, informações acerca do perfil do consumidor podem traçar as melhores tomadas de decisões quanto ao conhecimento dos principais anseios desses grupos de consumidores. Segundo Lermen (2017), os principais entraves enfrentados por esse setor estão atrelados ao desconhecimento e à dificuldade em definir as preferencias do seu público alvo.

RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, v.4, n. 3, set/dez 2022.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: https://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

A maior parte dos consumidores alegaram que o principal defeito encontrado nas frutas é o amassamento. De acordo com Zaro (2018), fatores como a distância percorrida, o tipo de produto a ser transportado, como também o transporte a ser utilizado são as principais causas de danos nos produtos hortícolas, o que pode influenciar no tempo de prateleira e venda para os consumidores.

Notadamente, a feira livre ainda é a preferida pelos consumidores entrevistados. Da mesma forma, para Santos (2005), a feira livre torna-se um local mais atrativo para o público alvo em comparação aos comércios desse porte, devido à facilidade de negociar o preço da mesma mercadoria entre diferentes comerciantes. Já para Castro *et al*. (2013), o próprio setor de frutas e verduras é um importante setor que determina a preferência na escolha dos pontos de vendas pelos consumidores. Assim, as razões pelas quais supermercados e sacolões têm ganhado mais adeptos estão ligadas à demanda mais ampla de alimentos e com o maior tempo de funcionamento desses estabelecimentos (AMOR *et al*., 2012).

Por conseguinte, a feira livre é um exemplo de comércio antigo que contribui e impulsiona o desenvolvimento social e econômico de pequenos municípios do interior do país (AMOR *et al*., 2012), sendo caracterizada como um espaço dinâmico que abrange todas as classes sociais, idades, origens e interesses, e que se alinha através da cooperação, competividade e do comércio (ROCHA *et al*., 2013). Além disso, a feira garante a circulação de capital adquirido pelos feirantes em outros setores econômicos da cidade em compras à vista em lojas de roupas e sapatos, supermercados, farmácias, e entre outros (COUTINHO *et al*., 2006). Ainda de acordo com os autores, o dia da feira livre possibilita o aumento de prestação de serviços de outras atividades como o uso de transporte para locomoção de mercadorias, fregueses e feirantes cujos profissionais da área são favorecidos. Com isso, pode ser constatado que a cidade possui poucos sacolões e supermercados destinados à venda de frutas e hortaliças, tornando a feira livre um local de maior procura tanto por consumidores como comerciantes.

Sobre as frutas preferidas pelos consumidores, destacam-se a banana seguida da laranja. Do mesmo modo, os consumidores do complexo do Ver-o-Peso apresentaram maior preferência na compra de banana, laranja e maçã (ALVES *et al*., 2014). Em outro estudo realizado em Rondônia, Rosa Neto *et al*. (2006) constataram o consumo predominantemente das mesmas frutas na mesma ordem, com o acréscimo do mamão, melancia, uva, do abacaxi e melão. De acordo com Farias *et al.* (2014), as razões pelas quais essas frutas são as mais procuradas estão relacionadas à acessibilidade, pois são ofertadas o ano todo e também são encontradas em maior parte dos estabelecimentos com preços mais acessíveis em comparação as outras frutas.

Ademais, foi constatado por Pacheco *et al*. (2019) que as famílias com menor recurso financeiro tendem a planejar suas compras e comprar frutas mais baratas, em comparação àquelas que possuem maior poder aquisitivo. Também foi apurado que, mesmo melhorando o poder aquisitivo, muitas dessas famílias acabam não diversificando o seu paladar com frutas diferenciadas devido à falta de hábito (PACHECO *et al*., 2019).

Em virtude dos dados citados anteriormente, a feira livre foi o local de maior procura e, portanto, deve ser o local de maior mudança na cidade. Igualmente, essas características foram apontadas na feira do Ver-o-Peso, justamente por ser um dos entraves enfrentados pelos feirantes e consumidores no período da compra (ALVES *et al*. 2014). Para Coutinho *et al*., (2006), as feiras livres, em sua grande maiori,a apresentam má condição de higiene, má estrutura das barracas, desorganização, falta de segurança e a venda de produtos não permitidos.

RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, v.4, n. 3, set/dez 2022.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: https://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

No entanto, a feira não deve figurar só como um comércio ultrapassado, anti-higiênico e sem inovações tecnológicas que possam atender a exigências modernas, mas como um local de subsistência e tradições que necessita de um maior incentivo de políticas públicas e ações governamentais (AMOR *et al*., 2012). Para isso, é necessário que sejam realizados treinamentos com os feirantes para serem adotadas boas práticas de manejo desde o campo até a exposição desses produtos nas prateleiras dos estabelecimentos comerciais, para que assim não haja o descontentamento dos consumidores e possíveis desperdícios, que podem resultar em grandes prejuízos econômicos (OLIVEIRA *et al*., 2020).

Sobre a faixa etária e o sexo dos comerciantes, Guerra *et al*. (2018) verificaram maior concentração de comerciantes do gênero feminino para o comércio de hortaliças no Município de Barra – BA, da mesma forma como observado no presente estudo. Dados semelhantes em relação ao grau de instrução dos comerciantes na cidade de Barra/BA foram obtido por Oliveira *et al*. (2020). Os mesmos autores justificaram que as razões que levam o abandono dos estudos de alguns manipuladores, sobretudo os feirantes, estão ligadas ao ingresso precoce no mercado de trabalho para ajudar a família. Sobre isso, é notório que os comerciantes com o melhor grau de instrução tendem a buscar mais informações para melhorar a gestão do seu negócio e assim garantir maior lucro com competitividade mais justa.

Sobre o transponde das frutas dos centros de distribuição aos estabelecimentos comerciais, observa-se que transporte em carroceria aberta não é o mais adequado, pois pode ocasionar abrasões na mercadoria, promovendo a redução da qualidade e o aumento nas perdas pós-colheita (ZARO, 2018). Essa concorrência se dá pela chegada de novos nichos comerciais na cidade que, por terem melhor infraestrutura e comodidade, acabam atraindo mais consumidores. Segundo Coutinho *et al*. (2006), a concorrência contribui para equilibrar os mercados (feiras, supermercados e sacolões), pois, em dias de feira, os comércios alternativos oferecem promoções atrativas que ofertam frutas e verduras com preços mais acessíveis para a população.

Igualmente foi evidenciado tanto por Oliveira *et al*. (2020), em um estudo voltado para o nicho de frutas na cidade de Barra - BA, como também por Guerra *et al*. (2018), no setor de hortaliças na mesma cidade, que as técnicas mais frequentes adotadas pelos comerciantes para tentar amenizar essas perdas constitui-se basicamente na realização de promoção, limitação na quantidade de mercadoria revendida e no uso de doações ou alimentação dos animais.

Resultados semelhantes a esses foram observados por Guerra *et al*. (2018), em estudos sobre hortaliças na cidade de Barra – BA, onde o principal fornecedor de hortaliças é o município de Irecê. Em outro estudo por Oliveira *et al*. (2020), a principal fornecedora de frutas no município de Barra - BA também foi a cidade de Irecê.

Diante disso, mostra-se imprescindível o papel dos comerciantes e dos funcionários de frutas e hortaliças, pois são responsáveis pela seleção, organização e oferta desses alimentos, podendo contribuir consequentemente para o aumento do consumo pela população. De acordo com Amor *et al*. (2012), os manipuladores nesses setores também implicam uma importante tarefa na higiene e conservação dos alimentos, pois são os alimentos *in natura* alvos de maior contaminação por microrganismos nocivos à saúde humana. Para garantir a saúde do consumidor, é necessário expor esses produtos à venda de acordo com os cuidados exigidos pelos órgãos legais (CASTRO *et al.,* 2013). Portanto, o conhecimento por parte dos manipuladores, sobre a manipulação e a organização desses alimentos, é de grande importância,

pois procedimentos inadequados de manejo podem desencadear a depreciação das frutas e desvalorizar o produto final. Partindo dessa premissa, entender o cliente permite criar uma base de informações para que se possa implementar inovações no setor frutícola, contribuindo assim para o aumento do consumo e agregação no valor do produto final.

CONCLUSÃO

A população Xiquexiquense ainda possui o hábito cultural de adquirir as frutas na feira livre, e ela ainda deve passar por algumas mudanças para que possa atender melhor o público-alvo. Nesse contexto, os atributos mais valorizados por esse público no momento da compra são o preço, a qualidade e a variedade, o que pode ser justificado pela frequência de compras semanalmente. A agricultura local ainda é pouca explorada, e isso pode estar associado à falta de incentivo de políticas públicas que possam garantir melhor produção e, consequentemente, abastecer a cidade e promover a geração de empregos diretos e indiretos no munícipio.

REFERÊNCIAS

ABRAFRUTAS. **Brasil é o terceiro maior produtor de frutas do mundo**. Disponível em: https://abrafrutas.org/2019/03/brasil-e-o-terceiro-maior-produtor-de-frutas-do-mundo-diz-abrafrutas/. Acesso em 30 de ago. 2022.

ALVES, R. J. M.; SOUZA, L. P. F.; PONTES, A. N. Perfil Socioeconômico E Satisfação Dos Consumidores De Produtos Hortifrutícolas Do Complexo Do Ver-O-Peso, Pará. **Enciclopédia Biosfera, Centro Científico Conhecer** - Goiânia, v.10, n.19; p. 2912. 2014.

AMOR, A. L. M.; SILVA, R. M.; SILVA, A. A. M. R.; ARAÚJO, W. C.; OLIVEIRA, A. J.; SILVA, A. S.; ROCHA, E. V. S.; REBOUÇAS, L. T.; SILVA, I. M. M. Perfil de manipuladores e consumidores de hortaliças provenientes de feiras livres e supermercados. **Revista Baiana de Saúde Pública**, Salvador, v. 36, n.3, 792-815, 2012.

BASTOS, J.; LUNET, N.; PELETEIRO, B.; LOPES, C.; BARROS, H. Dietary patterns and gastric cancer in a Portuguese urban population. **International Journal of Cancer**, v. 127, p. 433-41, 2010.

CASTRO, F. T. **Comércio de frutas e hortaliças em prol da segurança do alimento em comunidades da Zona Oeste do Rio de Janeiro (RJ)**. 2011. 192 f. Tese (Doutorado – Curso de Pós-Graduação em Ciência e Tecnologia de Alimentos), Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

CASTRO, T. F.; OLIVEIRA, S. P.; GÓES, H. A.; BARBOSA, C.; TABAI, K. C. Ações de intervenção para promoção do consumo seguro de frutas e hortaliças em pontos de venda da zona oeste do Rio de Janeiro. **Revista Brasileira de Economia Doméstica**, v. 24, n.1, 004-030, 2013.

CAZANE, A. L.; MACHADO, J, G. C. F.; PIGATTO, G. Análise do consumidor de frutas no município de Tapuã, estado de São Paulo. **Informações econômicas**, v.40, n.8, p.16-29, 2010.

COUTINHO, E. P.; NÓBREGA, H. C. N.; NEVES H. C. N.; SILVA, E. M. G. S. Feiras Livres do Brajo Paraíbano: Crise e Perspectivas. **Anais...** do XLIV CONGRESSO DA SOBER "Questões agrárias, educação no campo e desenvolvimento". Fortaleza, 2006.

FACHINELLO, J. C.; PASA, M. S.; SCHMTIZ, J. D.; BETEMPS D. L. Situação e perspectivas da fruticultura de clima temperado no Brasil. **Revista Brasileira de Fruticultura**, Jaboticabal, Volume Especial, 109-120, 2011.

FARIAS, R. de M.; BARRETO, C. F.; ZANDONÁ, R. R.; ROSADO, J. P.; MARTINS, C. R. Comportamento Do Consumidor De Frutas Na Região Da Fronteira Oeste Do Rio Grande Do Sul Com Argentina E Uruguai. **Revista Brasileira de Fruticultura**, Jaboticabal, v. 36, n. 4, p. 872-883, 2014.

FAO. **Organização das nações unidas para a agricultura e alimentação**. Faostat. Divisão de Estatística. Disponível em: <https://www.fao.org/faostat/en/#home>. Acesso em: 01 out. 2021.

FIGUEIREDO, I. C.; JAIME, P. C.; MONTEIRO, C. A. Fatores associados ao consumo de frutas, legumes e verduras em adultos da cidade de São Paulo. **Revista Saúde Pública**, v.42, n.5, 777-785, 2008.

GUERRA, A. M. de M.; SANTOS, D. S. dos.; SILVA, P. S.; SANTOS, L. B. dos. Perfil dos Consumidores e comerciantes de hortaliças em feira livre na cidade de Barra, BA. **Tecnologia & Ciência Agropecuária**, João Pessoa, v.12, n.4, p.39-45, 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Produção Agrícola Municipal** – IBGE, 2021. Disponível em:<https://www.ibge.gov.br/busca.html?searchword=produ%C3%A7ao+de+frutas+em+2021> Acesso em: 26 jul, 21.

JAIME, P. C.; FIGUEIREDO, I. C. R.; MOURA, E.C.; MALTA, D. C. Fatores associados ao consumo de frutas e hortaliças no Brasil, 2006. **Revista de Saúde Pública**, v.43, n. 2, 57-64, 2009.

LERMEN, J. P. **Comportamento do consumidor de hortifrútis**. 2017. 138 f. Monografia (Graduação em Administração - LFE Administração de Empresas) – Universidade do Vale do Taquari - Univates, Lajeado, 2017.

MONDINI, L.; MORAES, A. S.; FREITAS, I. C. M.; GIMENO, S. G. A. Consumo de frutas e hortaliças por adultos em Ribeirão Preto, SP. **Revista Saúde Pública**, v.44, n.4, 686- 694, 2010.

OLIVEIRA, I.; AQUINO, C. F.; GUERRA, A. M. N. de M.; BEZERRA NETO, F. das C. B.; CAIANA, C. R. A.; MEDEIROS, A. C. de; MARACAJÁ, P. B. Perfil socioeconômico dos

consumidores e comerciantes de frutas de Barra- BA. **Research, Society and Development**, [S. l.], v.9, n. 8, p. e947985532, 2020.

PACHECO, E. B.; ARAÚJO, N. S. A.; SENA, H. A.; BARBOSA, M. A. A.P.; COLARES, D. S.; SILVA, E.H. **Perfil dos consumidores de frutas da cidade de colinas do Tocantins-TO**. 10ª JICE - Jornada de Iniciação Científica e Extensão, 2019. p. 1-9.

PAULILLO, L. F.; PESSANHA, L. Segurança alimentar e políticas públicas: conexões, implicações e regionalização. In: PAULILLO, L. F.; ALVES, F. **Reestruturação agroindustrial - políticas públicas e segurança alimentar regional**. São Carlos: Edufscar, 2002. p.17-56.

PEROSA, J. M. Y.; TARSITANO, M. A. A.; MARTINS, M. I. E. G.; PIGATTO, G.; ANTONANGELO, A. Perfil Do Consumidor De Frutas Em Cidades Do Interior Do Estado De São Paulo – SP. **Revista Brasileira de Fruticultura**, Jaboticabal, v. 34, n. 4, 1084-1090, 2012.

ROCHA, F. A. G.; ARAÚJO, M. F. F.; COSTA, N. D. L.; SILVA, R. P.; QUEIROGA, P. V. D. M.; MARCIANO, L. A.; PONTES, E. D. M.; SOUZA, J. A. B. Características Socioeconômicas Dos Comerciantes De Plantas Medicinais De Currais Novos/RN. **HOLOS**, v. 4, 87-100, 2013.

ROSA NETO, C.; ALMEIDA, C. O.; COLLARES, D. G.; SANTOS, C. A. Comportamento do consumidor de frutas em Rondônia: Um estudo de caso. **Anais**... XLIV Congresso Da Sober "Questões Agrárias, Educação No Campo E Desenvolvimento". Fortaleza, 17. 2006.

SANTOS, A. R. A feira livre da Avenida Saul Elkind em Londrina-PR. Geografia: **Revista do Departamento de Geociências**, v. 14, n.1, 145-160, 2005.

VIGITEL BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de Vigilância de Doenças e Agravos não Transmissíveis e Promoção da Saúde. Vigitel Brasil 2018: **vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico: 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.

ZARO, M. **Desperdício de alimentos: velhos hábitos, novos desafios**. Caxias do Sul, RS: Educs, 2018. 417p.

Recebido em: *25 de setembro 2022*

Aceito em: *28 de novembro 2022*