



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS
CAMPUS COLINAS DO TOCANTINS

MARIA ANGÉLICA ALVES PEREIRA BARBOSA

**PERFIL DOS CONSUMIDORES DE FRUTAS TROPICAIS DA CIDADE DE
COLINAS DO TOCANTINS- TOCANTINS-BRASIL.**

COLINAS DO TOCANTINS



2019

MARIA ANGÉLICA ALVES PEREIRA BARBOSA

**PERFIL DOS CONSUMIDORES DE FRUTAS TROPICAIS DA CIDADE DE
COLINAS DO TOCANTINS- TOCANTINS-BRASIL.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de pós-graduação *Lato Sensu* em Agropecuária Sustentável do Instituto Federal do Tocantins, *campus* Colinas, sob a orientação do Prof. Dr. Esdras Henrique da Silva como requisito parcial para obtenção do Título de Especialista em Agropecuária Sustentável.



COLINAS DO TOCANTINS
2019

Ficha catalográfica elaborada pelos Bibliotecários da Biblioteca IFTO/Colinas

B223p

Barbosa, Maria Angélica Alves Pereira

Perfil dos consumidores de frutas tropicais da cidade de Colinas do Tocantins-Tocantins-Brasil / Maria Angélica Alves Pereira Barbosa. – Colinas do Tocantins: Edição do autor, 2019.

38 f.

Impresso por computador (fotocópia)

Monografia (Especialista em Agropecuária Sustentável.) - Programa de Pós graduação *Lato Senso* em Agropecuária Sustentável, do Instituto Federal do Tocantins, *Campus* Colinas, 2019.

Orientador (a): Esdras Henrique da Silva

1 . Fruticultura. 2. Frutas tropicais. 3 Perfil consumidor. I. Título.

CDU: 634.1

CDD: 634.305



Maria Angélica Alves Pereira Barbosa

PERFIL DOS CONSUMIDORES DE FRUTAS TROPICAIS DA CIDADE DE COLINAS DO TOCANTINS- TOCANTINS-BRASIL.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao programa de Pós-graduação *Lato Senso* em Agropecuária Sustentável, do Instituto Federal do Tocantins, *Campus* Colinas, como requisito para obtenção do título de Especialista em Agropecuária Sustentável, sob a orientação do Prof. Dr. Esdras Henrique da Silva.

Aprovado em: 26 / 06 / 2019.

Conceito: _____

Prof. Dr. Esdras Henrique da Silva – Orientador
Instituto Federal do Tocantins IFTO – *Campus* Colinas

Prof. Me Ygor Rafael Leite Pereira – Co orientador
Instituto Federal do Tocantins IFTO – *Campus* Colinas

Prof. Me. Raimundo Filho Freire de Brito
Instituto Federal do Tocantins IFTO – *Campus* Colinas

Prof. Dr. Daniel Santana Colares
Instituto Federal do Tocantins IFTO – *Campus* Colinas



DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho ao meu bom Deus, a minha família, especialmente a minha filha e aos meus irmãos que sempre me apoiaram, e que me incentivam a ser melhor do que hoje sou. Dedico ainda aos meus professores pela qualidade e eficiência dedicada ao meu ensino. Muito Obrigada.



Ainda que a minha mente e o meu corpo enfraqueçam, Deus é a minha força, Ele é tudo o que eu sempre preciso.

Salmos 73:26



RESUMO

O presente trabalho teve como o objetivo diagnosticar o perfil do consumidor de frutas, em relação a suas preferências e hábitos de consumo, escolaridade. Para tanto foi realizada em 2019 uma pesquisa de caráter exploratório, constituindo-se na aplicação de questionários à população residente no município do Colinas do Tocantins. A mostra foi constituída de 133 consumidores avaliados no maior supermercado da cidade. As frutas preferidas da população do município de Colinas do Tocantins são melancia, banana, laranja, maçã, mas que a metade dos entrevistados deseja aumentar a variedade de frutas consumidas. A maioria dos entrevistados são consumidores de frutas e em maioria do sexo feminino. Quanto a escolaridade a maioria possui o ensino médio completo. A baixa renda por parte da maior parte representativa da amostra é um fator que limita o consumo e uma maior variedade de frutas nas famílias. A maior parte representativa da amostra não consome mais quantidades da maioria das frutas devido ter acesso às frutas em propriedades locais. A média cumulativa entre os consumidores que não quiseram responder os questionamentos relacionados ao que impediria os consumidores de consumir alguns dos tipos de frutas foi muito alto em relação ao total da amostra pesquisada. Os resultados entre os pesquisados indicam entre os fatores que impedem o maior consumo, a goiaba, foi a fruta com menor índice de preferência de consumo e o maracujá foi considerada a fruta mais cara entre os consumidores. Um dos motivos que levam as pessoas a consumirem frutas, os participantes destacam um alimento saudável. A redução do preço, a incentivo ao hábito de consumo e a melhoria da qualidade das frutas são os fatores preponderantes para que ocorra aumento do consumo de frutas nesta região.

Palavras-chaves: Perfil consumidor. fruticultura. qualidade. alimento.



ABSTRACT

The present work aimed to diagnose the profile of the fruit consumer, in relation to their preferences and consumption habits, education. To this end, an exploratory research was, conducted in 2019, constituting the application of questionnaires to the population residing in the municipality of Colinas do Tocantins. The show consisted of 133 consumers evaluated in the largest supermarket in the city. The favorite fruits of the population of the municipality of Colinas do Tocantins are watermelon, banana, orange, apple, but half of respondents want to increase the variety of fruits consumed. Most respondents are fruit consumers and mostly female. As for education, most have completed high school. The low income of most of the sample is a factor that limits consumption and a greater variety of fruits in families. Most of the sample no longer consumes most fruits because they have access to fruits on local properties. The cumulative average among consumers who did not want to answer questions related to what would prevent consumers from consuming some of the fruit types was very high compared to the total sample surveyed. The results among the surveyed indicate among the factors that prevent the highest consumption, guava, was the fruit with the lowest preference index and passion fruit was, considered the most expensive fruit among consumers. One of the reasons that lead people to consume fruit, participants highlight a healthy food. The reduction of the price, the incentive to the habit of consumption and the improvement of the fruit quality are the main factors for the increase of the fruit consumption in this region.

Key words: Consumer profile. fruit. quality. food.

SUMÁRIO

O

1 INTRODUÇÃO.....	12
2 MATERIAIS E MÉTODOS.....	15
3 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	17
3 CONCLUSÃO.....	32
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	33
APÊNDICE	35

1 INTRODUÇÃO

O Brasil é um país de grande potencial produtivo de frutas, pois possui grande extensão territorial de terras agricultáveis e condições edafoclimáticas favoráveis, o que favorece o cultivo de diversas espécies de frutas tropicais. Tais condições torna o Brasil o terceiro maior produtor de frutas, ficando atrás apenas da China e Índia. Sendo assim, a fruticultura tem grande importância para o agronegócio brasileiro. Os três países maiores produtores de frutas respondem por 43,6% do total mundial e têm suas produções destinadas principalmente para atender seus mercados internos. O Brasil possui uma produção que supera os 40,0 milhões de toneladas e responsável por 5,7% do volume de frutas colhido no mundo (SEAB, 2012).

A fruticultura brasileira tem tido notáveis avanços graças a adoção de novas tecnologias geradas pela pesquisa nas diversas áreas como: melhoramento genético, irrigação, poda, adubação (ANDRADE, 2014). No Tocantins, estado mais novo da federação, não é diferente, ele desponta como o um novo polo agrícola. Isso é devido, o estado possuir metade do seu território em potencial para a agricultura, com terras de topografia plana, o que favorece o processo de mecanização agrícola. Além disso, o tempo maior de luz solar se comparado a outros estados brasileiros contribui para haver uma alta produtividade e maior qualidade das frutas tropicais. Nos solos do Tocantins, as frutas podem ser cultivadas praticamente o ano todo. Por isso a produção tem crescido sempre, com destaque para o abacaxi, banana e melancia. A fruticultura no Tocantins teve um aumento de 72% segundo o último censo 2010, divulgado pelo IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Em 2010, a produção de frutas foi de 170 mil toneladas, enquanto em 2015 este número saltou para 292 mil toneladas (SEAGRO, 2014).

Apesar de estar entre os maiores produtores de frutas do mundo, o Brasil exporta pouco mais de 3% de tudo o que produz. Isso é pouco, mas demonstra que o setor tem alto potencial de crescimento. Por ser complexo a cadeia de produção de frutas, há muitos fatores que influenciam o seu comportamento. Dentre eles, há dois que devem ser monitorados e observados com cautela: o país desperdiça cerca de 30% das frutas que produz e somente 24,1% dos brasileiros ingerem a quantidade mínima de frutas recomendada pela Organização Mundial da Saúde 2003, que é de 400 g diários. O baixo consumo de frutas coopera com o aparecimento de certas doenças como: problemas cardíacos, câncer, acidente vascular cerebral. A Organização Mundial da Saúde aponta como fator determinante na composição de

uma dieta saudável da população o consumo frequente de frutas. Estima-se que o baixo consumo de frutas e de verduras cause cerca de 2,7 milhões de mortes a cada ano e está entre os 10 maiores fatores de risco que contribuem para a mortalidade das pessoas (GOMES, 2007; FIGUEIREDO et al., 2008; HALL et al., 2009).

Apesar do consumo de frutas aumentar ao longo dos anos, há um consenso global sobre a necessidade de elevar ainda mais o consumo per capita de frutas. Estratégias de incentivo para aumentar a ingestão de frutas, legumes e verduras, são prioridades em vários países, inclusive no Brasil (Campos et al., 2010). Um posicionamento baseado na qualidade e nos benefícios para a saúde que a fruta brasileira oferece pode abrir oportunidades para nichos cada vez mais crescentes de consumidores. (NEVES. 2011). O consumo é dependente da cultura alimentar de uma determinada população. As preferências alimentares estão diretamente ligadas ao comportamento de compra dos indivíduos (que por sua vez, é induzido pela relação direta e indireta com o ambiente micro e macroeconômico (DEFANTE et al., 2014).

A cadeia de produção e comercialização de frutas frescas é um seguimento no qual apresenta várias fases até a chegada do produto ao consumidor final (IBRAF, 2010). Assim, é necessário entender as mudanças nos padrões de consumo dos alimentos, sendo que, as empresas (propriedades rurais e industriais) precisam mostrar capacidade adaptativa para satisfazer aos novos hábitos e demandas dos consumidores. (FAVERET FILHO & SIFFERT FILHO, 1998).

As mudanças comportamentais e os estilos de vida têm sido percebidos com maior frequência na sociedade brasileira, graças à conscientização da necessidade de se obter melhor qualidade de vida pela alimentação saudável. Tais constatações são reflexos da mudança do perfil socioeconômico da população, atribuídos essencialmente à melhora da renda e educação (SOUZA et al., 2008; CRUZ & SCHNEIDER, 2010).

Segundo Paula & Pires (2017) a economia brasileira, após um período de expansão (2004-2013), em que a taxa de crescimento médio foi de 4,0% ao ano, acompanhado por um processo de melhoria na distribuição de renda, contraiu a partir de 2014 uma forte recessão em 2015 e 2016. A crise econômica vivenciada pelo país a partir de 2014, proporciona um forte arrocho socioeconômico que diminuiu a capacidade de renda da população brasileira, principalmente das classes mais pobres.

Segundo Turrell et al. (2003), homens e mulheres com maior nível de escolaridade apresentaram maior frequência de consumo recomendado de frutas, legumes e verduras. A escolaridade influencia a escolha de alimentos saudáveis, pois pode significar acesso a

melhores oportunidades de emprego, renda e informação. Estudos internacionais também observaram maior consumo de frutas, legumes e verduras em indivíduos de maior escolaridade de ambos os sexos.

Nas últimas décadas, a sociedade tem passado por transformações com reflexos diretos e indiretos sobre o estilo de vida e os hábitos de consumo da população. Essas mudanças podem ser exemplificadas pelo aumento da frequência de alimentação fora da residência, maior participação da mulher no mercado de trabalho, maior urbanização, aumento da busca por qualidade de vida e assim por diante (PAULILLO & PESSANHA, 2002). Do ponto de vista da demanda e do padrão de consumo alimentar, as mudanças recentes têm apontado para três tendências básicas: menor passividade, maior conscientização e maior exigência dos consumidores frente a oferta de produtos alimentícios (JUNIOR, 1999; KOHLS, 2004).

Entender o real ou potencial cliente, em suas reais necessidades, cria uma base de informações para que inovações possam ser implementadas no setor. Isso contribui para aumentar o consumo, além de agregar valor ao produto que será vendido ao cliente e torná-lo consumidores habitual de frutas. Sendo assim, o objetivo deste trabalho foi avaliar o perfil do consumidor de frutas, em relação a suas preferências e hábitos de consumo, renda per capita, escolaridade, no intuito de observar a viabilidade de produção e comercialização de espécies de frutas no município de Colinas do Tocantins e região.

2 MATERIAL E MÉTODOS

O Município de Colinas do Tocantins localiza-se na Mesorregião Ocidental do Tocantins. Segundo o IBGE para 2018 a população de Colinas é estimada em 34.990 pessoas. Em 2016, o salário médio mensal era de 1,9 salários-mínimos. A proporção de pessoas com emprego em relação à população total era de 11,6%. Considerando domicílios com rendimentos mensais de até meio salário-mínimo por pessoa, 37,8% da população tem renda abaixo de meio salário-mínimo. Segundo o IBGE (2017) A incidência de pobreza em Colinas é de 40,54%. A taxa de pessoas ocupadas/ desempregadas é considerada alta considerando a população.

A pesquisa foi realizada através da aplicação de questionários de livre adesão por parte dos consumidores do município de Colinas do Tocantins no Estado do Tocantins, no período de janeiro a abril de 2019. Foram realizadas entrevistas com 133 consumidores no maior estabelecimento de venda de frutas da cidade. A pesquisa realizada empregou uma metodologia de caráter exploratório, transversal e de base populacional. Este tipo de pesquisa busca estudar populações utilizando plano amostral, com o objetivo de evidenciar a incidência relativa, a distribuição e/ ou a inter-relação de variáveis e quantificá-las de maneira que permitam a investigação de dependência entre as variáveis estudadas (SOUZA et al., 2008).

Foram realizadas entrevistas no estabelecimento com pessoas de idade igual ou superior a 13 anos, de diferentes classes sociais e sexo. O plano de amostragem da pesquisa seguiu o procedimento de abordar consumidores ao acaso, no ambiente de compras de frutas. Para isso, foi elaborado um instrumento de entrevista, composto de um questionário do tipo semiestruturado (Anexo I).

A formulação do questionário teve o intuito de abranger uma avaliação do comportamento de escolha e compra de frutas que resulta na interação de três fatores: o alimento (aparência, valor nutricional, sabor), o consumidor (aspectos culturais, renda, escolaridade) e a situação (loais de compra, frequência de consumo e motivo da compra). Os dados coletados foram objetos de um processo de conferência para corrigir eventuais falhas de registro, de digitação, tabulação, de cujas tabelas foram obtidas as estimativas.

O questionário faz parte de uma pesquisa de um total constituído de 27 questões focadas em dois segmentos: uma primeira parte, que buscou caracterizar o perfil do

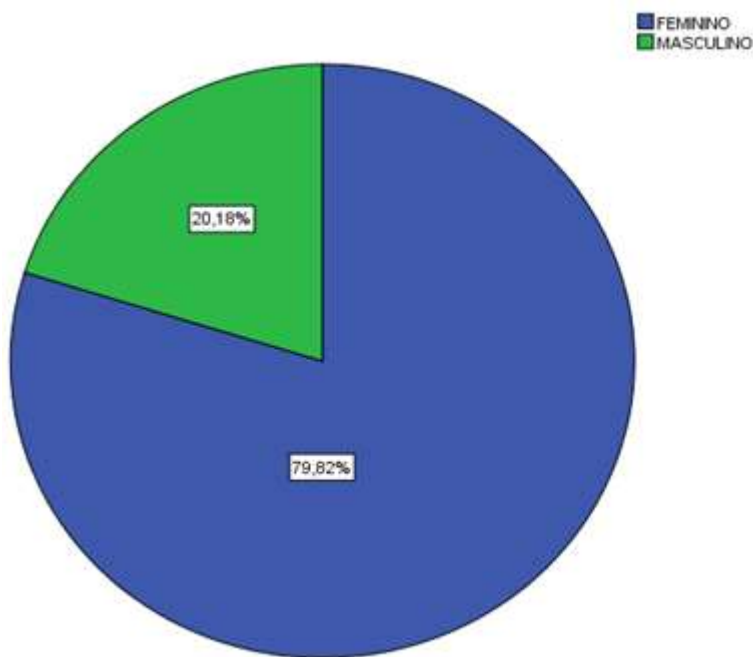
consumidor, como: cidade onde nasceu, onde mora, há quanto tempo está na cidade, em que bairro/zona mora, sua ocupação, o tipo de fruta que mais gosta, tipos de fruta que mais consome. Na segunda parte o questionário ainda buscou caracterizar o perfil do consumidor em relação aos aspectos sociais como: tempo que reside no estado do Tocantins, idade, sexo, cor, estado civil, grau de escolaridade próprio e do cônjuge quando houver; o que costuma fazer nas horas vagas, quais os programas de TV e mídias que mais assiste, qual a renda familiar.

Os dados foram tratados através do programa estatístico IBM SPSS STATISTICS 2.3 através da análise de estatística descritiva por frequência demonstrada em dados por porcentagem.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Constatou-se com base na descrição dos entrevistados, uma distribuição diferencial na questão do gênero (sexo), sendo que a menor parte representa indivíduos do sexo masculino 20,18%, e a maior parte representa indivíduos do sexo feminino 79,82% (Figura 1). Observa-se com esse resultado que a mulher exerce uma relevância maior na compra de frutas, o que pode estar influenciando o aumento de consumo.

Figura 1: Porcentagem dos consumidores do mercado, na cidade de Colinas do Tocantins, em relação ao sexo.



A fruta de maior preferência entre os entrevistados (Tabela 1) foi a melancia com 18,3% de preferência, seguida pela banana 17,5%, a laranja 15,8%, a maçã 13,3%. Já a manga teve uma preferência de 4,2%, o limão e a goiaba foram citadas por apenas 1,7% estas são frutas que tiveram uma baixa preferência entre os clientes.

Segundo Perosa et al., (2012) as frutas mais consumidas na região sudeste foram banana, laranja e maçã. Já de acordo com Farias et al, 2014 as frutas mais consumidas na região da fronteira oeste do Rio Grande do Sul com a Argentina e o Uruguai foram em ordem decrescente banana, maçã e laranja, mamão e a manga. Observa-se que banana, laranja e

maçã estão em posições diferentes, porém, essas três frutas estão no ranking das frutas mais consumidas em diferentes regiões do país.

De acordo com os dados do Centro de Estudos Avançados em economia aplicada, da Universidade de São Paulo, 2010. O consumo de melancia, maçã, banana e laranja vem crescendo em todo o Brasil. Haja vista que essas frutas são acessíveis e agradam todas as classes sociais. Essas frutas são as mais populares, relativamente baratas, frente as demais, além de estarem disponíveis, praticamente, o ano todo e encontradas na maioria dos estabelecimentos do País.

Tabela 1: Preferência de frutas entre os entrevistados, quando perguntado qual a fruta que ele mais gosta.

Fruta	Porcentagem (%)
Melancia	18,3
Banana	17,5
Laranja	15,8
Maçã	13,3
Manga	4,2
Limão	1,7
Goiaba	1,7
Outras	27,5

Quando os entrevistados foram questionados se gostariam de aumentar a variedade de frutas (Figura 2) em sua alimentação, 69,30% dos entrevistados respondeu que sim, e apenas 29,82% respondeu que não, que não gostariam de aumentar a variedade de frutas em sua alimentação. Embora o consumo de frutas brasileiro venha evoluindo ao longo dos anos, há um consenso geral sobre a necessidade em aumentar a ingestão regular de frutas. A organização mundial de Saúde aponta como fator determinante na composição de uma dieta saudável da população o consumo frequente de frutas. A Organização Mundial de Saúde recomenda no mínimo 400 g de frutas diariamente equivalentes a 146 kg/ano por pessoa, em Colinas entende-se que não alcançamos ainda este patamar, visto que o município faz parte da realidade brasileira onde a ingestão de frutas ainda é muito baixa.

Os baixos percentuais do consumo de manga, limão, goiaba entre outras frutas pode estar envolvido a uma série de fatores que pode estar influenciado negativamente o consumo dos envolvidos na amostra.

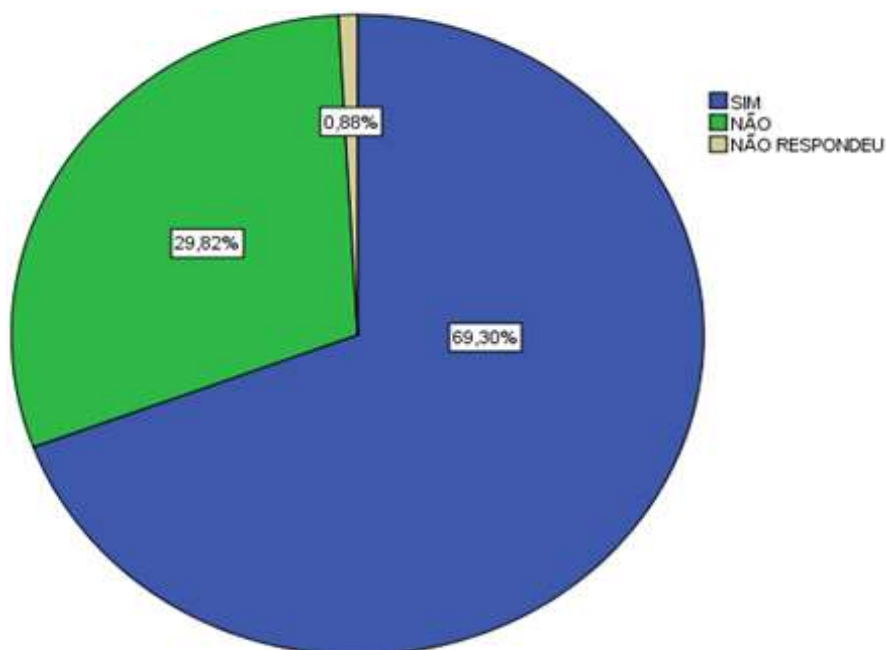
As pessoas que não gostariam de variar o cardápio de frutas em sua alimentação, provavelmente, são pessoas que já consomem frutas e acreditam que tanto a quantidade como a variedade de seu consumo são suficientes para uma boa alimentação. O aumento do consumo e da variedade de frutas faz-se cada vez mais necessário frente a uma cultura alimentar cada vez mais voltada para o uso de alimentos processados.

Farias et al., (2014) pesquisando o comportamento de adolescentes brasileiros e da área metropolitana de Buenos Aires, Argentina, verificaram que aproximadamente 70% dos adolescentes não ingeriam frutas e 28% ingeriam uma a duas porções ao dia. Essa é uma realidade dos estados e municípios brasileiros e de outros países.

Estes dados demonstram a importância e a necessidade da promoção de campanhas para a maior ingestão de frutas como forma de incentivar o aumento do consumo de frutas e consequentemente melhorar as condições de saúde da população.

Um dos incentivos seria a promoção de campanhas que disponham informação de qualidade para jovens e crianças em idade escolar, para que além de conhecer tipos de frutas, entendam a necessidade do consumo de frutas nos mais diversos aspectos da sua vida cotidiana. Outra forma de incentivo seria a promoção de degustação por parte dos estabelecimentos comerciais envolvidos na venda de frutas para o consumidor, sendo um método convidativo para incentivo do consumo focado na qualidade de vida e bem-estar do cliente.

Figura 2: Desejo dos entrevistados em aumentar a variedade de frutas na alimentação.



A maioria dos entrevistados, 32,58%, possui o ensino médio completo, e 28,79% possuem graduação completa. Na sequência estão os que possuem fundamental completo 13,64%, 9,09% possuem fundamental incompleto, 2,27% possuem graduação incompleta. Sendo que apenas 4,45% dos entrevistados não foram a escola (figura 3).

Segundo Turrell et al., (2003), homens e mulheres com maior nível de escolaridade apresentaram maior frequência de consumo recomendado de frutas, legumes e verduras. A escolaridade influencia a escolha de alimentos saudáveis, pois pode significar acesso a melhores oportunidades de emprego, renda e informação.

Todos esses fatores são atrelados e interdependentes é necessário que haja uma fonte de renda familiar, porém ainda que haja, sem informação de qualidade ainda assim o consumo de frutas não será o mínimo ou o suficiente visto que para consumir frutas precisa-se além da renda, entender a importância delas para a saúde e bem estar, além de outros aspectos positivos relacionados a fruticultura que também gera emprego e renda, porém dentre os fatores mais relevantes está a saúde e o bem estar.

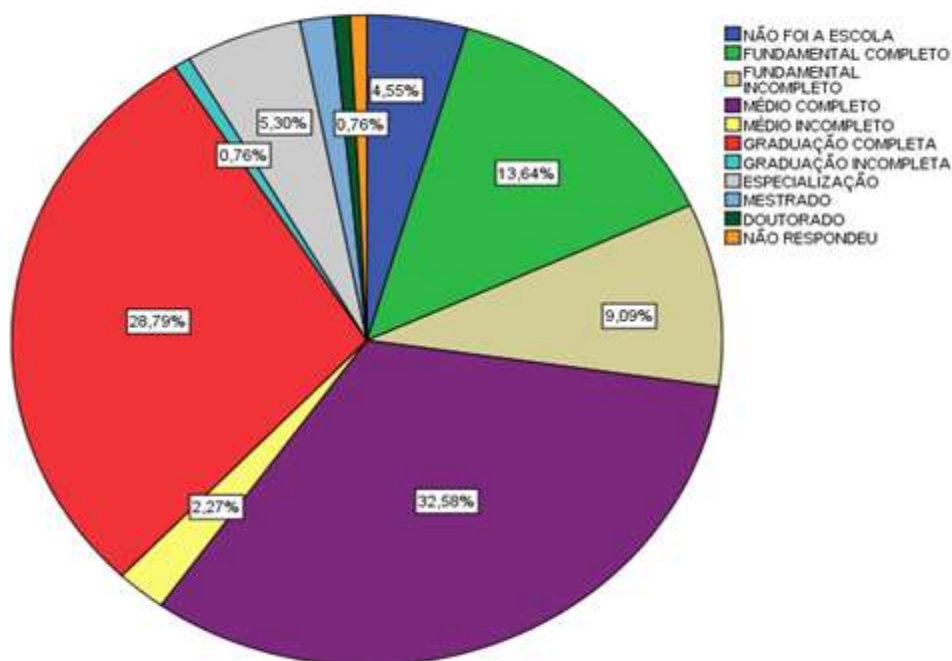
Estudos internacionais observaram maior consumo de frutas, legumes e verduras em indivíduos de maior escolaridade de ambos os sexos. Segundo Neutzling (2009 *apud* Farias

2014) destaca que dentre os fatores sociais o nível educacional é determinante na maior ou menor ingestão de frutas e a maioria dos consumidores tem optado pela compra em supermercados.

Outra consideração a ser feita é que apesar da maior escolarização influenciar diretamente um maior consumo de frutas, ela por si só, não é um fator determinante de consumo, visto que, outros fatores influenciam o consumo ao longo do tempo, um exemplo cultural dessa prática é o que chamamos de costume, a maioria das pessoas que não consomem frutas desde a infância dificilmente o fazem durante a idade adulta.

Outra circunstância são o tradicionalismo das pessoas, que consomem apenas as frutas mais tradicionais e que são produzidas nas regiões (pequenas propriedades, chácaras), ou seja, essas pessoas apesar de consumirem frutas dificilmente irão mudar ou variar as frutas consumidas ao longo dos anos. A não ser que haja uma mudança no paradigma cultural e educacional que perpassa pela facilidade de oferta, pois mesmo que seja incentivado ao consumo de frutas não consumirá frutas sem a devida oferta do produto.

Figura 3: Escolaridade dos entrevistados – Colinas do Tocantins.

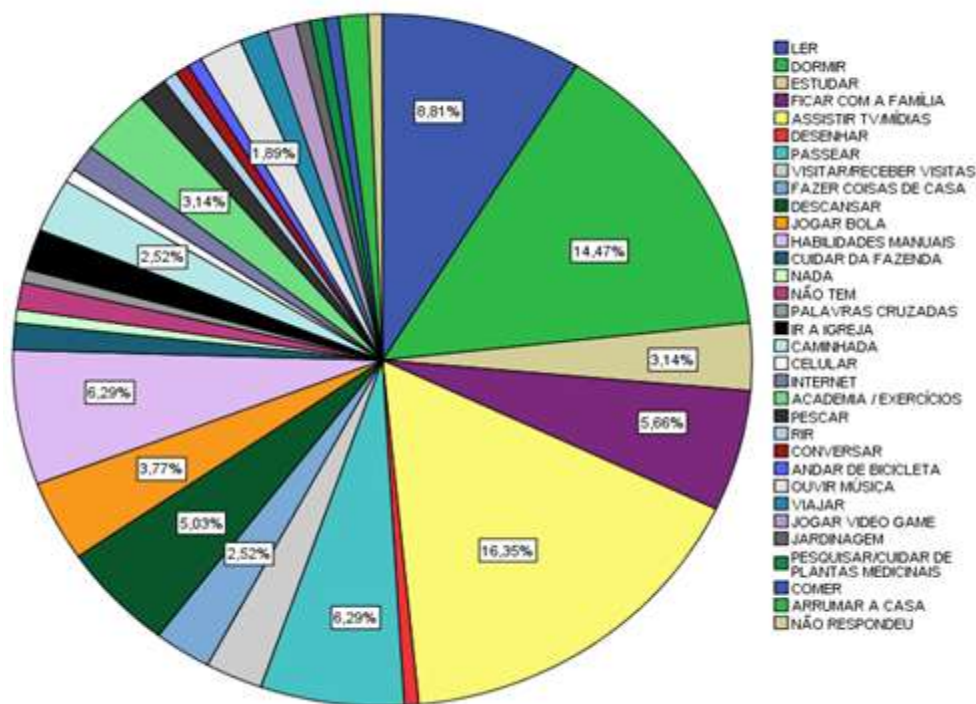


Nas horas vagas ou nos momentos de lazer a maioria dos entrevistados destaca atividades como: passa seu tempo livre assistindo a TV ou mídias 16,35%, dormindo 14,47%, Ler 8,81% entre outras atividades (figura 4). Unindo todas as atividades físicas temos 10% dos entrevistados, praticando algum tipo de esporte ou exercício físico frente a 16,35% que investe o seu tempo livre assistindo TV, em sua maioria da rede globo.

As mídias são grandes influenciadoras do público. Segundo Silva (2015), as mídias influenciam o mercado consumidor, assim, seria necessário aplicar estratégias de marketing para estimular o consumo de frutas. O consumo de frutas pode ser estimulado ou desestimulado por parte das mídias (rádios, televisão, internet) podem auxiliar o aumento do consumo de frutas frescas influenciando o público através de propagandas de alimentação mais saudáveis.

Em Colinas o uso dessas mídias pode ser usado como estratégia para atrair atenção dos clientes/consumidores para o consumo de frutas em destaque ao estabelecimento que o promove. As redes sociais são um meio fácil, rápido e até de menor custo para chamar atenção dos potenciais clientes, porém não deveria ser a único visto que há uma variedade de tipos de clientes, que são atraídos por outras estratégias de marketing mais conservadoras. Essas estratégias de marketing são importantes não só para atrair, mas para fidelizar os clientes.

Figura 4: Hobbies entre os entrevistados. O que costumam fazer nas horas vagas para se distrair – Colinas do Tocantins.



Colinas do Tocantins trata-se de uma cidade urbana de população considerada ainda pequena frente a outros centros urbanos tocantinenses, há poucas atividades de cultura e lazer ao longo do ano, a maioria das atividades da população estão ligadas ao tempo gasto no lar, visitar ou receber visitas de parentes e amigos, saídas rápidas para almoços e jantares, atividades ligadas a alimentação. Na cidade quase não há opções de alimentos naturais.

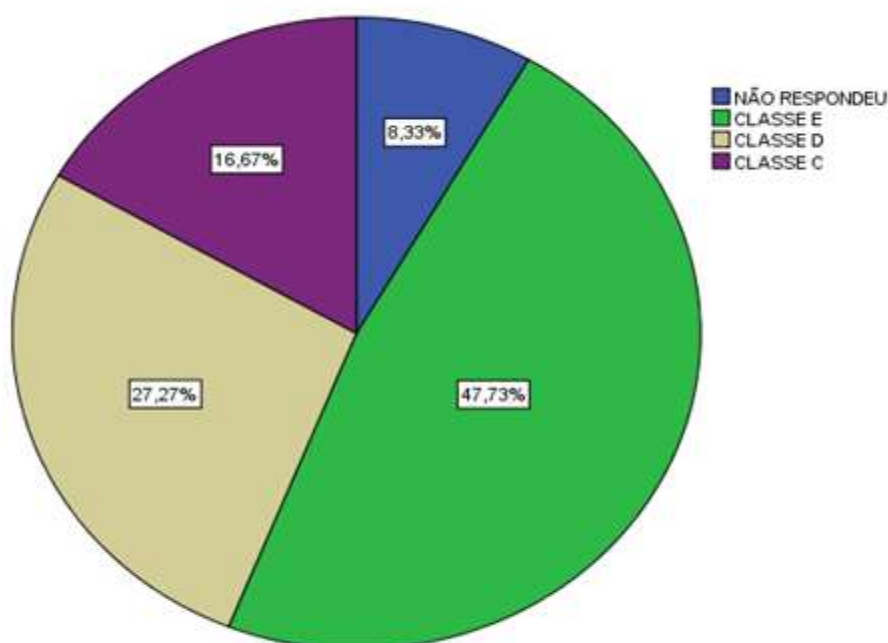
Uma mudança cultural na população ao longo do tempo passa por um processo educacional ao incentivo e promoção do aumento de frutas na população tanto no dia a dia como inserir as frutas aos momentos alimentares de lazer. Incentivar a população ao maior consumo de frutas é um fator que contribui tanto para a comercialização de frutas frescas, mas principalmente para o consumidor que ganha em saúde, bem-estar, qualidade de vida e longevidade.

A população de Colinas do Tocantins apresentou no último censo do IBGE uma população de 30.838 habitantes (IBGE, 2010) e possui população estimada no ano de 2018 de 34.990 (IBGE, 2019). Os resultados indicam (figura 5) que a maior parte da amostra 47,73% é de classe E, são pessoas que recebem de 1 a 2 salários mínimo por mês, já 27,27% pertence a

classe D, pessoas que recebe entre 2 a 4 salários-mínimos, e 16,67% pertence à classe C, pessoas que possui renda maior que 4 a até 10 salários-mínimos (IBGE, 2019). Não houve entre os entrevistados pessoas que declarassem ser das classes B (renda entre 10 a 20 salários-mínimos), nem pessoas de classe A (renda superior a 20 salários-mínimos), se havia estão dentre os 8,33% dos entrevistados não quiseram responder sobre a renda.

Observa-se que boa parte das ações envolvidas entre os Hobbies dos entrevistados são ações desenvolvidas nas residências dessas famílias, ações como ler, estudar, assistir TV, ficar com a família, dormir, entre outras. Situações como essas demonstram que falta opções de lazer e/ou cultura dentro do município, além da falta de incentivo a realização de outros tipos de Hobbies.

Figura 5: Renda familiar dos entrevistados – Colinas do Tocantins.



Segundo coletiva de imprensa da Associação Paulista de supermercados em 2018 sobre pesquisa de tendência do consumidor de 2018. Quanto maior o poder econômico das famílias, maior o número de vezes que visita o supermercado por mês. Nas famílias de classe AB (renda), boa parte costuma ir ao supermercado 1 vez por semana ou mais. No outro extremo (classe DE), a frequência semanal atinge apenas 23% das famílias. Esta diferença

ocorre porque famílias de menor poder aquisitivo, de modo geral, fazem compras mais planejadas, enquanto aquelas que têm mais recursos podem fazer mais compras por impulso.

De acordo com os dados apresentados nesse estudo, pode-se inferir que as pessoas de menor renda geralmente não possuem condições de consumir frutas e quando consomem, não conseguem diversificar sua compra de frutas, consumindo geralmente frutas mais baratas, justamente por não ter poder aquisitivo para comprar frutas consideradas mais caras. Isso pode, ao longo do tempo, estar influenciando no consumo de frutas, pois mesmo que haja uma melhora na renda, muitas pessoas não chegam a variar o consumo de frutas devido à falta de costume.

O costume alimentar está intimamente ligado ao processo educativo do indivíduo em todas as suas fases de vida principalmente a partir da infância, uma das estratégias a longo prazo é promover atividades voltadas ao incentivo da conscientização e consumo alimentar de jovens e crianças para que haja além do entendimento da necessidade das frutas o uso alimentar de frutas em seu cotidiano, pois não basta que saibam a importância de consumir frutas sem criar o hábito de consumi-las. Porém entende-se que para isso deve haver disponibilidade para o consumo, ou seja, os jovens/ crianças devem ter acesso ao consumo de frutas. A conscientização é importante, porém sem o hábito ou costume se torna inútil.

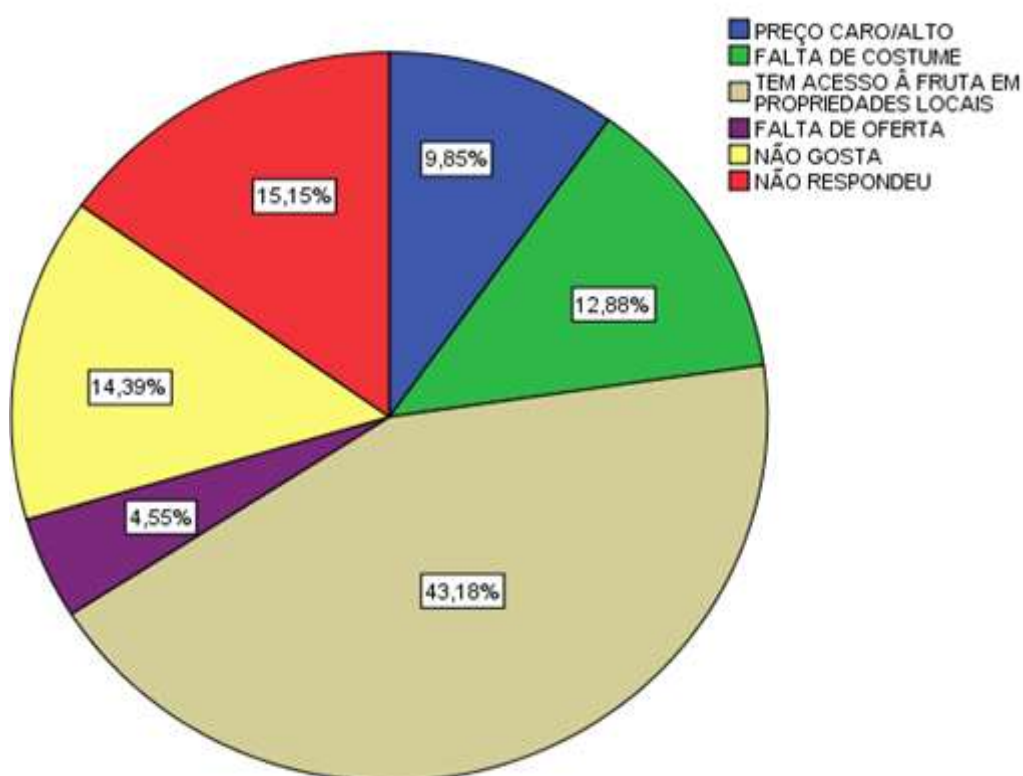
Porém segundo Paula & Pires (2017), a economia brasileira, após um período de expansão (2004 a 2011), em que a taxa de crescimento médio foi de 4,0% ao ano, acompanhado por um processo de melhoria na distribuição de renda. Entretanto, nos anos de 2014 a 2016 houve uma prolongada recessão, acompanhado de uma piora em vários indicadores sociais.

Atualmente essas mudanças percebidas em todo o país durante esse período de crescente e desenvolvimento econômico no Brasil entre os anos de 2004 a 2013 já não é uma realidade atual, visto que, com a crise econômica vivenciada pelo país a partir de 2014, proporcionou um forte arrocho socioeconômico que diminuiu a capacidade de renda da população brasileira, principalmente das classes mais pobres.

Em 2016, o salário médio mensal dos moradores de Colinas era de 1,9 salários-mínimos. Em Colinas 37,8% dos domicílios recebem mensalmente até meio salário-mínimo por pessoa. Segundo o IBGE (2017) a incidência de pobreza em Colinas é de 40,54%.

Em relação aos fatores que impedem os consumidores de consumir goiaba ou aumentar seu consumo (Figura 6) em relação a essa fruta 43,18% dos entrevistados não compram maior quantidade da fruta porque tem acesso e ela em propriedades locais, 14,39% relataram não gostar da fruta, 12,88% não consome goiaba por falta de costume, 9,85% gostam de goiaba, porém relatam que o que impede seu consumo é o preço (caro/alto), 4,55% dos entrevistados acreditam que não há oferta suficiente da fruta no mercado.

Figura 6: O que impede os entrevistados de comprar e/ou consumir goiaba.

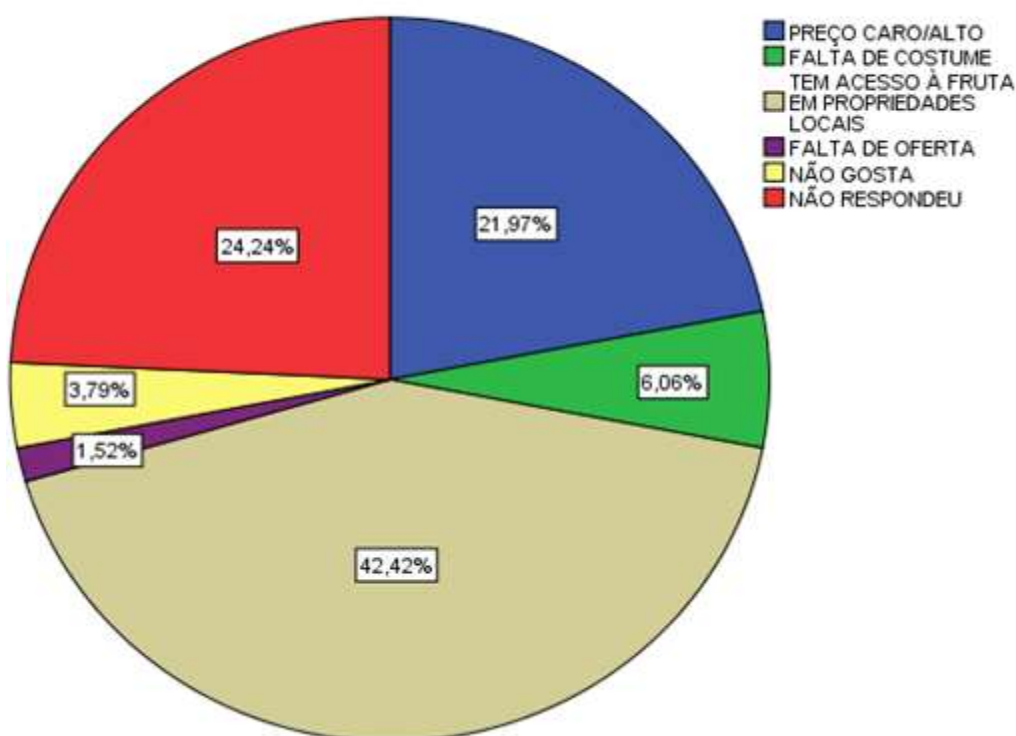


Em relação aos fatores que impedem os consumidores de consumir limão Taiti (Figura 7) ou aumentar seu consumo em relação a essa fruta, 42,42% dos entrevistados não compram essa fruta porque tem acesso e ela em propriedades locais, 3,79% relataram não gostar da fruta, 6,06% não consomem limão Taiti por falta de costume, 21,97% gostam de Limão Taiti, porém relatam que o que impede seu consumo é o preço (caro/alto), já 24,24% dos entrevistados não quiseram responder a esta questão na pesquisa.

O limão é um alimento rico em vitamina C e antioxidantes vital ao metabolismo do organismo humano, o limão é uma das fontes dessas substâncias para o organismo, o mercado

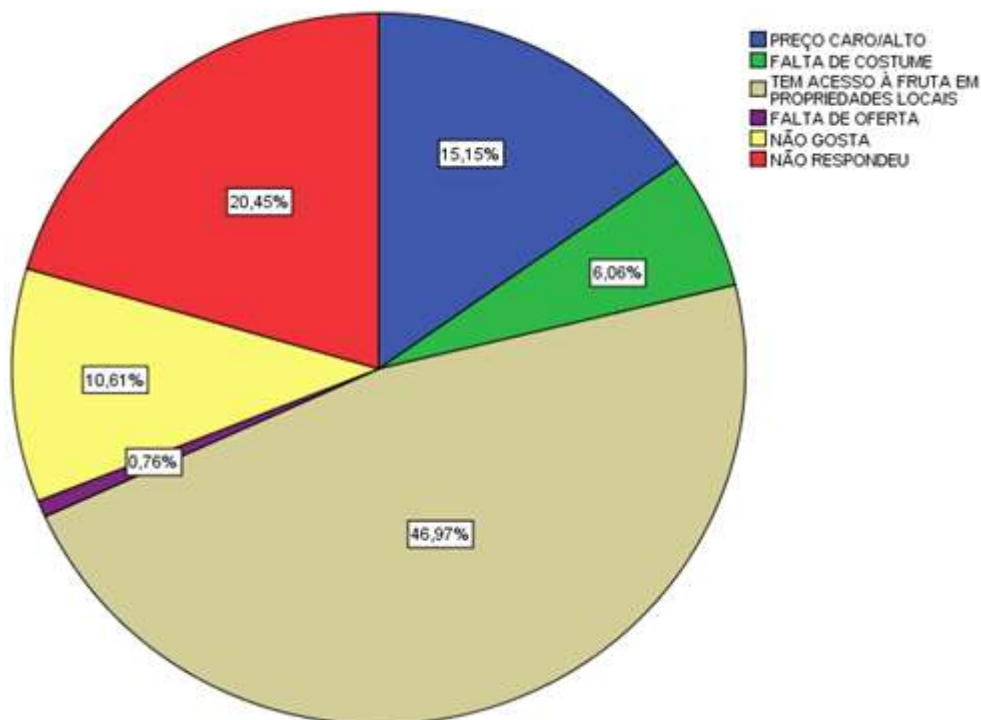
precisa conquistar a parte da população que não tem o costume de utilizar o limão em seu dia a dia. Em contrapartida, há pessoas que gostam de limão e não o consomem como gostariam. Talvez se os varejistas pudessem incentivar a compra do produto através de ofertas e promoções aos consumidores, pois um preço um pouco menor pode significar um maior volume de vendas e pode fidelizar o cliente.

Figura 7: O que impede os entrevistados de comprar e/ou consumir Limão Taiti.



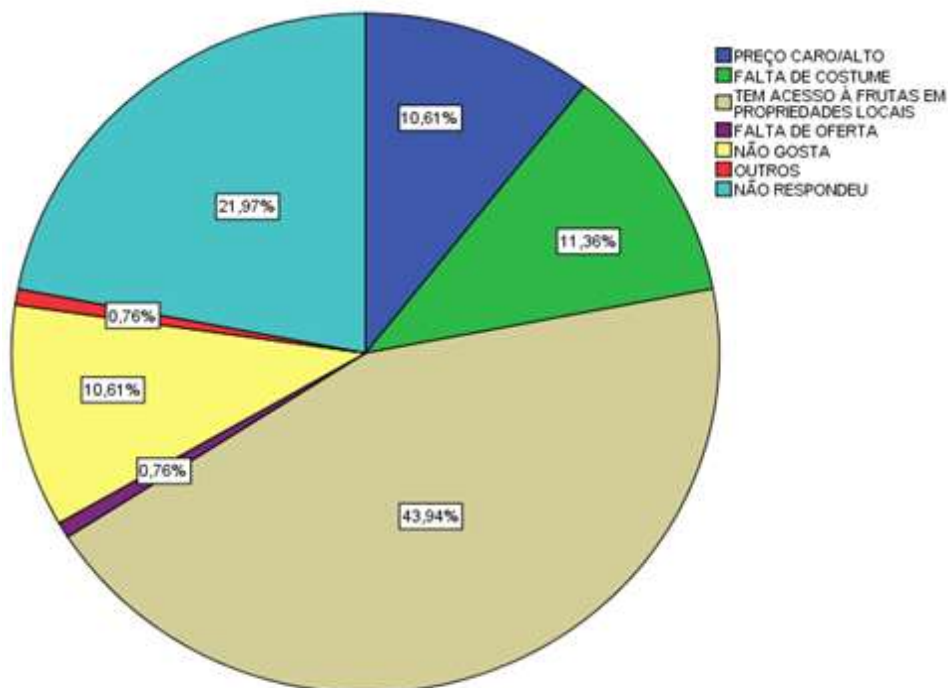
Em relação aos fatores que impedem os consumidores de consumir manga ou aumentar o consumo em relação a essa fruta (Figura), tem-se que 46,97 % dos entrevistados não compram maior quantidade da fruta porque tem acesso a essa fruta nas propriedades locais, já 10,61% relataram não gostar da fruta, 6,06% não consomem manga por falta de costume. Entretanto 15,15% gostam de manga, porém relatam que o que impede seu consumo é o preço (caro/alto), já 20,45% dos entrevistados não quiseram responder a esta questão na pesquisa.

Figura 8: O que impede os entrevistados de comprar e/ou consumir manga.



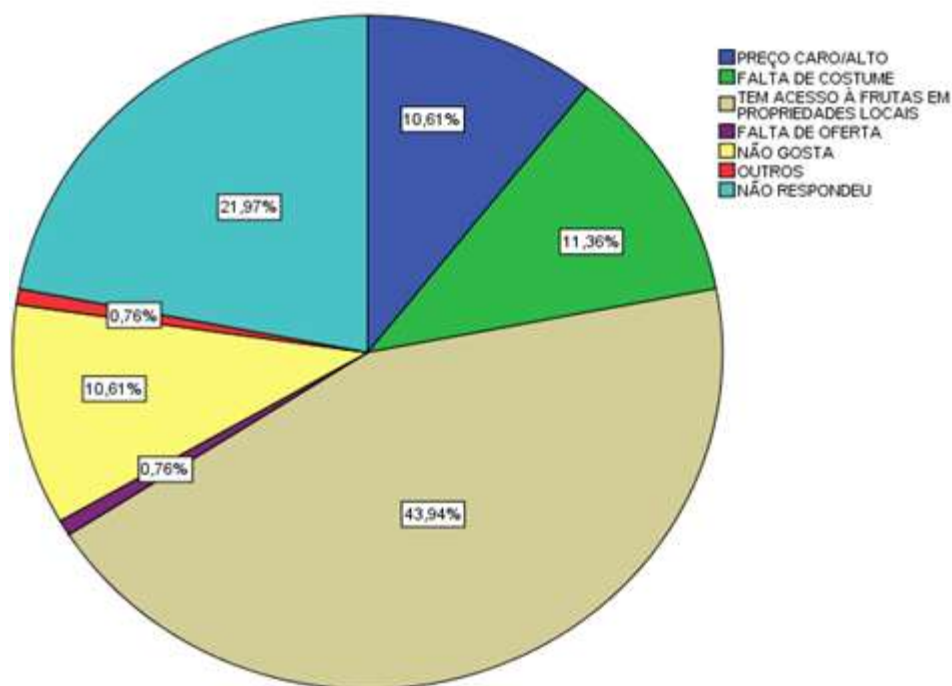
Em relação aos fatores que impedem os consumidores de consumir mamão ou aumentar seu consumo em relação a essa fruta (figura 9), tem-se que 43,94% dos entrevistados não compram maior quantidade da fruta porque tem acesso e ela em propriedades locais, 10,61% relataram não gostar da fruta, 11,36% não consomem mamão por falta de costume. Porém, 10,61% gostam de mamão, porém relatam que, o que impede seu consumo é o preço (caro/alto), os 21,97% dos entrevistados não quiseram responder a esta questão na pesquisa.

Figura 9: O que impede os entrevistados de comprar e/ou consumir mamão.



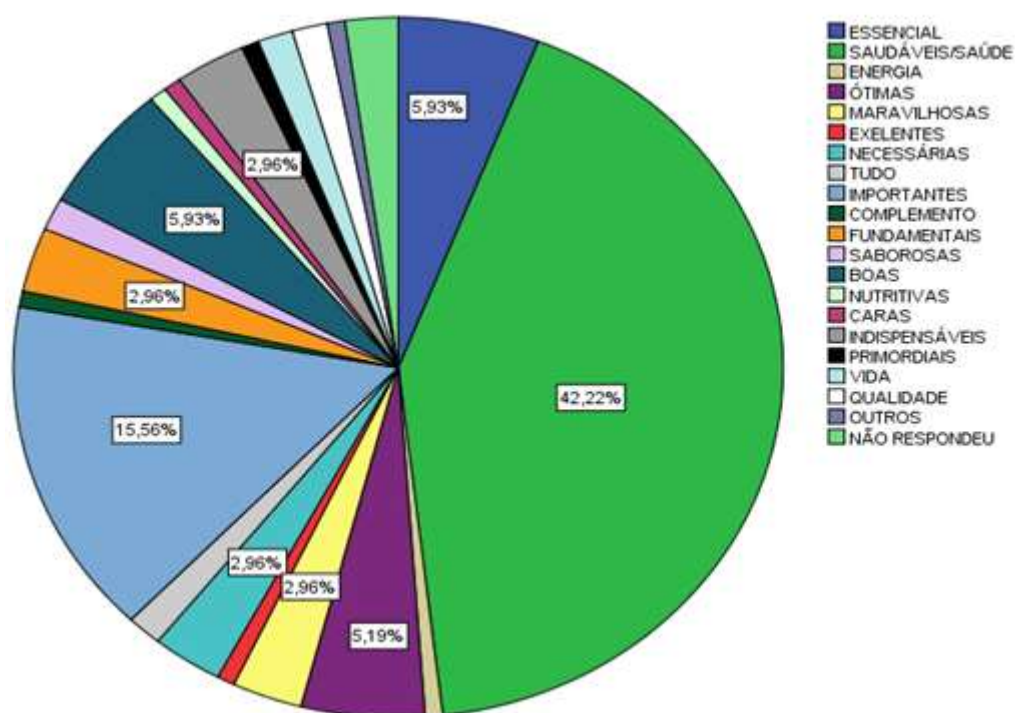
Em relação aos fatores que impedem os consumidores de consumir maracujá ou aumentar seu consumo em relação a essa fruta (Figura 10), tem-se que 38,64% que gostam de maracujá, porém relatam que o que impede seu consumo é o preço (caro/alto), já 25% dos entrevistados não quiseram responder a esta questão na pesquisa, 18,18% dos entrevistados não compram maior quantidade da fruta porque tem acesso e ela em propriedades locais, 8,33% relataram não gostar da fruta e 9,09% não consome maracujá por falta de costume.

Figura 10: O que impede os entrevistados de comprar e/ou consumir maracujá.



Em relação ao resumo do papel das frutas na vida a grande maioria dos entrevistados 42,22% ligou o papel do consumo de frutas ao aspecto da saúde (figura 11), 15,56% consideram as frutas importantes para uma vida saudável. As opiniões sobre frutas revelam um total de 96,3% de pessoas consumidoras de frutas, ou não, entendem a necessidade do papel das frutas na alimentação como influenciadoras de benefícios à saúde, ao bem-estar e a necessidade nutricional básica.

Figura 11: Como os entrevistados resumem o papel de frutas em sua vida.



Segundo Perosa et al. (2018), um estudo realizado no interior de São Paulo, os parâmetros afirmados como as razões para o consumo de frutas estão ligados ao sabor, à saúde e a qualidade da fruta, considerando ainda, o local onde são adquiridas (acessível), e o preço, são fatores que influenciam muito na hora da compra.

Embora os resultados obtidos com essa pesquisa representem uma amostra de 133 indivíduos da população do município de Colinas do Tocantins. Os dados apresentados permitem compreender a necessidade de incrementar ações que estimulem o consumo de frutas na região, bem como propiciar uma maior distribuição das frutas ao longo do ano melhorando a oferta das frutas nas entressafras. Uma solução seria propiciar preços melhores e mais competitivos através de marketing e/ou promoções para aumentar a gama de clientes entre os que não tem acesso à fruta ou mesmo os que tem acesso apenas na época da safra.

Os dados ainda demonstram a necessidade da promoção de campanhas de incentivo à maior ingestão de frutas na população em geral, mas, principalmente em relação aos jovens e indivíduos do sexo masculino, como forma de melhorar as condições de saúde da população. Considera-se que o aumento do consumo de frutas principalmente nas entressafras, é um fator que pode desencadear o desenvolvimento regional incentivando a produção local.

4 CONCLUSÃO

A maioria dos entrevistados é do sexo feminino, as frutas preferidas da população do município de Colinas do Tocantins são melancia, banana, laranja, maçã. Mais da metade dos entrevistados desejam aumentar a variedade de frutas consumidas. A maioria dos participantes possui o ensino médio completo. A comparação dos dados demonstra que, a goiaba é a fruta mais rejeitada entre os consumidores. A fruta menos rejeitada é o maracujá que encontra declínio de consumo por ser considerada uma fruta de alto valor financeiro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE; J.C., Contribuição da pesquisa para o desenvolvimento da fruticultura na região do campo de Vertentes de Minas Gerais- LAVRAS: UFLA. pg.20. 2014.

ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE SUPERMERCADOS. Destaque da pesquisa Tendências do Consumidor APAS/ IBOPE coletiva de imprensa 2018. www.apasshow.com.br/tag-amamos-supermercado acessado em 28/05/2019 as 00:00h.

CAMPOS, V.C.; BASTOS, J.L.; GAUCHE, H.; BOING, A.F.; ASSIS, M.A.A. Fatores associados ao consumo adequado de frutas, legumes e verduras em adultos de Florianópolis. *Revista Brasileira de epidemiologia*, São Paulo, v.13, n.2, p.352-562, 2010.

CRUZ, F. T.; SCHNEIDER, S. Qualidade dos alimentos, escalas de produção e valorização de produtos tradicionais. *Revista Brasileira de agroecologia*, Cruz Alta, v.5, n.2, p.22-38, 2010.

DEFANTE, L.R.; NASCIMENTO, L.D.O.; FILHO, D.D.O.L. Comportamento de consumo de alimentos de famílias de baixa renda de pequenas cidades brasileiras: o caso de Mato Grosso do Sul. *INTERAÇÕES*, Campo Grande, v. 16, n. 2, p. 265-276, jul./dez. 2015.

FARIAS, R.M.; BARRETO, C.F.; ZANDON, 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. *Rev. Bras. Frutic.*, Jaboticabal - SP, v. 36, n. 4, p. 872-883, Dezembro. 2014.

FAVERET FILHO, P.; SIFFERT FILHO N. O sistema agroindustrial: competitividade e estruturas de governança. In: SEMINÁRIO SOBRE COMPETITIVIDADE NA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS, Campinas, 1998.

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

GOMES, F. S. Frutas, legumes e verduras: recomendações técnicas versus constructos sociais. *Revista de nutrição*, Campinas, v.20, n.6, p.669-680, 2007.

HALL, J.N.; MOORE, S.; HARPER, S.B.; LYNCH, J.W. Global variability in fruit and vegetable consumption. *American Journal of preventive medicine*, Oxford, v.36, n.5, p.402-409, 2009.

IBRAF - INSTITUTO BRASILEIRO DE FRUTICULTURA. 2010. Produção brasileira de frutas. Disponível em <http://ibraf.org.br/estatisticas>. Produção brasileira de frutas. 2009.pdf Acesso em Dezembro de 2013.

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009: Taxa de ocupação/emprego/ Colinas do Tocantins. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística; 2017.

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009: Mais de 90% da população comem poucas frutas, legumes e verduras. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística; 2010.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Pesquisa de Orçamentos Familiares - POF 2008-2009. Análise do consumo alimentar pessoal no Brasil. Janeiro: IBGE; 2011.

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009: Senso Brasileiro/População/Colinas do Tocantins. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística; 2019.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). Política de comercialização agrícola no Brasil: Estado, planejamento e políticas públicas. Brasília: IPEA; 2010.

JUNIOR, O.M. A globalização e a indústria alimentar: um estudo a partir das grandes empresas. São Paulo: FAPESP, 1999. 194p.

KOHL, V.K. As ênfases estratégicas de empresas agroalimentares: estudo de casos na região de Pelotas, RS. Tese (Doutorado em Administração) - Escola de Administração, PPGA/UFRGS, 2004. 238p.

NEUTZLING, M. B.; ROMBALDI, A. J.; AZEVEDO, M. R.; HALLAL, P.C. Fatores associados ao consumo de frutas, legumes e verduras em adultos de uma cidade no Sul do Brasil. cadernos de saúde pública, Rio de Janeiro, v.25, n.11, p.1084-1090, 2009.

NEVES, M.F. Proposta de plano estratégico para a fruticultura brasileira ampliar participação no mercado internacional. Dissertação de mestrado FEA/USP, Ribeirão Preto, S.P. 2011.

OMS- Organização Mundial de Saúde. World Health Organization (WHO). Diet, nutrition and the prevention of chronic diseases: report of a joint WHO/FAO expert consultation. Geneva: WHO; 2003.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). Estratégia Global para a Alimentação Saudável, Atividade Física e Saúde: 57ª Assembleia Mundial de Saúde: Wha 57.17 8ª sessão plenária de 22 de Maio de 2004 (versão em português, tradução não oficial). [S.I.], 2004.

PAULA, L.F.; PIRES, M. Crise e perspectivas para a economia brasileira. Revista. Estudos avançados, 31 (89), p. 125, 2017.

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.; MARTINS, M.E.G.; PIGATTO, G.; ANTONANGELO, A. Perfil do consumidor de frutas em cidades do interior do Estado de São Paulo. Revista Brasileira de fruticultura, Jaboticabal, v.34, n.4, p.1084-1090, 2012.

SEAB- Secretaria de Estado da Agricultura e do Abastecimento. Departamento de Economia Rural. Fruticultura - Análise da Conjuntura Agropecuária, DERAL. Dezembro de 2012.

SEAGRO- SECRETARIA DA AGRICULTURA, PECUARIA E AQUICULTURA. Fruticultura tocaninense – Agricultura – Governo do Estado do Tocantins. Disponível em: <https://seagro.to.gov.br/noticia/2014/11/24/fruticultura-tocantinense-aumentou-63-em-quatro-anos/> Acesso: 20/06/2019.

SILVA; G.P. Introdução a Fruticultura e Empreendedorismo. UFSM, Colégio politécnico. ISBN 978-85-6357-80-3. Santa Maria, RS, 2015.

SOUZA, R.S.; ARBAGE, A.P.; NEUMANN, P.S.; FROEHLICH, J.M.; DIESEL, V.; SILVEIRA, P.R.; SILVA, A.; CORAZZA, C.; BAUMHARD, E.; LISBOA, R.S. Comportamento de compra dos consumidores de frutas, legumes e verduras na região central do Rio Grande do Sul. ciência rural, Santa Maria, v.38, n.2, p.511-517, 2008.

TURRELL G, HEWITT B, PATTERSON C, OLDENBURG B. Measuring socio-economic position in dietary research: is choice of socio-economic indicator important? Public Health Nutr 2003; 6(2):191-2000.

APÊNDICE

- 1- Questionário de pesquisa



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS
REITORIA
GABINETE DO REITOR

Prezado(a) senhor(a), somos alunos(as) do Curso Técnico em Agropecuária do IFTO Campus Calinas do Tocantins. Como parte da nossa formação como técnicos, estamos realizando uma pesquisa sobre a comercialização e o consumo de frutas nas cidades de Calinas do Tocantins e Araguaína. Podemos contar com sua colaboração para a nossa pesquisa? Temos autorização desse estabelecimento comercial para aplicação dos questionários, que não serão identificados. Também estamos sob supervisão do professor orientador da pesquisa (aponte o lugar onde o professor está).

INSTITUTO FEDERAL
 Calinas do Tocantins
 Campus
 Calinas do Tocantins
 DATA:

LOCAL DE REALIZAÇÃO DA PESQUISA

1 ONDE VOCÊ NASCEU? CIDADE: ESTADO: PAÍS:

2 VOCÊ MORA EM QUAL CIDADE?

3 HÁ QUANTO TEMPO VOCÊ ESTÁ NA CIDADE?

4 EM QUAL BAIRRO VOCÊ MORA/ESTÁ?

5 ESSE BAIRRO FICA NA ZONA: RURAL URBANA

6 A SUA OCUPAÇÃO

7 QUAL É A FRUTA QUE VOCÊ MAIS GOSTA?

8 QUAIS SÃO AS FRUTAS QUE MAIS SE COME NA SUA CASA?

9 QUANTAS PESSOAS MORAM NA SUA CASA?

crianças (0 a 11 anos):	
adolescentes (12 a 17 anos):	
adultos (18 a 59 anos):	
idosos (60 anos ou +):	

10 DESSAS PESSOAS, QUEM COSTUMA FAZER A COMPRA DE FRUTAS?

PAI	MÃE	AVÔ	AVÓ	OUTRA PESSOA:
-----	-----	-----	-----	---------------

A PARTIR DE AGORA, CONSIDERE ESSAS 5 FRUTAS: GOIABA, LIMÃO TAITI, MAMÃO, MANGA, MARACUJÁ.

11 VOCÊ COSTUMA CONSUMIR:

GOIABA ?	NÃO CONSUME	CONSUME	DIARIAMENTE	SEMANALMENTE	MENSALMENTE
LIMÃO TAITI ?	NÃO CONSUME	CONSUME	DIARIAMENTE	SEMANALMENTE	MENSALMENTE
MANGA ?	NÃO CONSUME	CONSUME	DIARIAMENTE	SEMANALMENTE	MENSALMENTE
MAMÃO ?	NÃO CONSUME	CONSUME	DIARIAMENTE	SEMANALMENTE	MENSALMENTE
MARACUJÁ ?	NÃO CONSUME	CONSUME	DIARIAMENTE	SEMANALMENTE	MENSALMENTE



Av. Joaquim Teotônio Segurado
 Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul.
 77020-450 Palmas - TO
 (63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS
REITORIA
GABINETE DO REITOR

12. O QUE O(A) IMPEDE DE COMPRAR MAIS (NOME DA FRUTA)?

FRUTA	PREÇO CARO/ALTO	FALTA DE CUSTUME	TEM ACESSO À FRUTA EM PROPRIEDADES LOCAIS (chácaras, quintal, etc.)	FALTA DE OFERTA	NÃO GOSTA
GOIABA					
LIMÃO TAITI					
MANGA					
MAMÃO					
MARACUJÁ					

13. Qual o nível de satisfação do consumidor em relação à qualidade (aspecto visual) das cinco frutas vendidas na cidade?

FRUTA	Muito satisfeito	Satisfeito	Insatisfeito	Não respondeu
GOIABA				
LIMÃO TAITI				
MANGA				
MAMÃO				
MARACUJÁ				

14. VOCÊ GOSTARIA DE AUMENTAR A VARIEDADE DE FRUTAS NA SUA ALIMENTAÇÃO? SIM NÃO

AGORA, PARA FINALIZAR, SOBRE VOCÊ

16. HÁ QUANTO TEMPO VOCÊ ESTÁ (MORA) NO ESTADO DO TOCANTINS?

17. QUAL É A SUA IDADE?

18. SEXO: ☐ FEMININO ☐ MASCULINO GÊNERO: _____

19. SOBRE A SUA COR, VOCÊ SE CONSIDERA: ☐ BRANCO(A) ☐ PRETO(A) ☐ NEGRO(A) ☐ PADO(A) ☐ OUTRA

20. QUAL É O SEU ESTADO CIVIL? ☐ CASADO(A) ☐ UNIÃO ESTÁVEL ☐ SOLTEIRO(A) ☐ VIÚVO(A)

21. VOCÊ TEM FILHOS(A)? ☐ NÃO ☐ SIM: nº _____

22. QUAL É A SUA AMB. ESCOLARIDADE (DIPLOMA)? ☐ NÃO FOI À ESCOLA ☐ ENSINO FUNDAMENTAL, COMPLETO (até 8ª) ☐ MÉDIO ☐ GRADUAÇÃO ☐ ESPECIALIZAÇÃO ☐ MESTRADO ☐ DOUTORADO

23. É A MÃE DE ESCOLARIDADE DO(A) CONJUGUE? ☐ NÃO FOI À ESCOLA ☐ ENSINO FUNDAMENTAL, COMPLETO (até 8ª) ☐ MÉDIO ☐ GRADUAÇÃO ☐ ESPECIALIZAÇÃO ☐ MESTRADO ☐ DOUTORADO

24. O QUE VOCÊ COSTUMA FAZER NAS HORAS DE LAZER/VAGAS?

25. QUAIS SÃO OS PROGRAMAS DE TV e/ou MÍDIAS QUE VOCÊ MAIS ASSISTE?

26. QUANTO TEM SIDO A RENDA TOTAL DA SUA FAMÍLIA/CASA (de todas as pessoas da casa em conjunto)?

27. ALGUÉM DA SUA CASA RECEBE ALGUM TIPO DE BOLSA (bolsa família, bolsa de estudos, LOAS, auxílio transporte)?

☐ NÃO ☐ SIM: NOME DA(S) BOLSA(S) _____

28. DIGA, EM UMA PALAVRA: QUAL É O PAPEL DO CONSUMO DE FRUTAS NA SUA VIDA?