

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA
E TECNOLOGIA DO TOCANTINS.
CAMPUS PALMAS
CST EM GESTÃO DO AGRONEGÓCIO**

**JESSÉ COSTA CAMPELO
MARIA ANGÉLICA COSTA CAMILO**

**POTENCIAL DE COMERCIALIZAÇÃO DE HORTIFRUTI ATRAVES
DO USO DE APLICATIVOS ELETRÔNICOS NO MUNICÍPIO DE
PALMAS - TO**

PALMAS 2017

JESSÉ COSTA CAMPELO
MARIA ANGÉLICA COSTA CAMILO

**POTENCIAL DE COMERCIALIZAÇÃO HORTIFRUTI ATRAVÉS DO
USO DE APLICATIVOS ELETRÔNICOS EM PALMAS – TO.**

Trabalho de Conclusão do Curso
apresentado como requisito parcial para
obtenção do Título de Tecnólogo em
Agronegócio do Curso Superior de
Tecnologia em Gestão do Agronegócio no
Instituto Federal do Tocantins, *Campus* de
Palmas.

Orientador: Prof. MSc. Thomas Vieira Nunes

PALMAS 2017

Campelo, Jessé Costa
Camilo, Maria Angélica Costa

Potencial de Comercialização de Hortifruti Através do Uso de Aplicativos Eletrônicos no Município de Palmas – TO / Jessé Costa Campelo e Maria Angélica Costa Camilo – Palmas 2017

37f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação Tecnológica em Agronegócio) – Instituto Federal de Educação do Tocantins, Campus Palmas, 2017.

Orientador: Prof. MSc. Thomas Vieira Nunes

1. Prognóstico 2.Logística 3.Aplicativos 4.Minimamente processados

JESSÉ COSTA CAMPELO
MARIA ANGÉLICA COSTA CAMILO

**POTENCIAL DE COMERCIALIZAÇÃO DE HORTIFRUTI ATRAVES
DO USO DE APLICATIVOS ELETRÔNICOS NO MUNICÍPIO DE
PALMAS - TO.**

Trabalho de Conclusão do Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do Título de Tecnólogo em Agronegócio do Curso Superior de Tecnologia em Gestão do Agronegócio no Instituto Federal do Tocantins, Campus de Palmas, Tocantins.

Aprovado em: ____/____ de 2017.

Prof.^a Dr.^a. Cheila Cristina Naves Barbiero
Supervisora do Trabalho de Conclusão de Curso

BANCA EXAMINADORA

Profº. MSc. Thomas Vieira Nunes – IFTO – Orientador

Profº. Dr. Frank Toshimi Tamba – IFTO

Profª. MScª. Maria Lucimar Oliveira Souza – IFTO

DEDICATÓRIA

Dedicamos este trabalho à aos nossos pais que geraram e nos deram a oportunidade de nascer e proporcionaram condições de ter uma excelente formação educacional e de caráter, ao nosso irmão que tem nos acompanhado por toda vida, que sempre incentivou a ser o melhor, aos nossos amigos e companheiros de faculdade pela motivação e apoio.

AGRADECIMENTOS

Ao bom e misericordioso Deus, pelo dom da vida, por ter nos ajudado durante as dificuldades enfrentadas e dado forças para não desistir, pela sabedoria, inteligência e capacidade. Aos nossos pais que com todo amor, dedicação e zelo sempre estiveram ao meu lado. Aos nossos irmãos que incentivaram e pelo apoio dado sempre que precisamos. Ao nosso orientador, professor Msc. Thomas Vieira Nunes, pela orientação, e dedicação em ajudar na elaboração deste trabalho, dispondo do seu tempo e conhecimento. Aos nossos professores que contribuíram para a formação acadêmica. Aos nossos colegas e amigos da faculdade, onde compartilhamos tantos momentos juntos. E a todos que direta ou indiretamente contribuíram de alguma forma para que eu pudesse alcançar esse objetivo.

**“O que é nascido de Deus vence o mundo;
e esta é a vitória que vence o mundo: a
nossa fé.” (1 João 5:4)**

RESUMO

CAMPELO, Jessé Costa.; CAMILO, Maria Angélica Costa. Potencialidade do comércio eletrônico de hortifrúti minimamente processado no município de Palmas - To, 2017. *** f. Monografia do Curso Superior de Tecnologia em Gestão no Agronegócio, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins,

O presente estudo prévio tem por finalidade fazer um prognóstico da implantação do serviço de logística delivery para comercialização de alimentos hortifrúti minimamente processados, sanitizados e prontos para o consumo no município de Palmas –TO. Para fundamentar e caracterizar os elementos a serem estudados, o trabalho usou o método revisão de bibliográfica para obtenção de dados e análise e uma entrevista com um empresário de ramo de logística delivery de Palmas - TO , sendo realizada por meio de um questionário semi estruturado.Os dados obtidos demonstram que poderá ser viável a implantação do serviço de logística delivery para comercialização de alimentos hortifrúti minimamente processados, sanitizados e prontos para o consumo no município de Palmas –TO.

Palavras-chave: 1.Prognóstico 2.Logística 3.Aplicativos
4.Minimamente processados

ABSTRACT

The present study aims to make a forecast of the implementation of the logistics service delivery for commercialization of fresh food, sanitized and ready for consumption in the municipality of Palmas -TO. In order to base and characterize the elements to be studied, the work used the method of bibliographical review to obtain data and analysis and an interview with an Embraer from the Logistics branch of Palmas - TO , being carried out by means of a semi-structured questionnaire. The data obtained demonstrate that it may be feasible to implement the logistics service for the commercialization of fresh, sanitized and ready-to-eat foods in the municipality of Palmas -TO.

Keywords: 1.Prognostic 2.Logistics 3.App 4..Minimally Processed

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. PROBLEMA DE PESQUISA	12
2.1. JUSTIFICATIVA	12
2.2. OBJETIVOS	12
2.2.1. OBJETIVO GERAL	12
2.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
3. REVISÃO LITERÁRIA	13
3.1. HORTIFRUTIGRANJEIROS MINIMAMENTE PROCESSADOS	13
3.2. A INTERNET	14
3.3. E-COMMERCE	15
3.4. AMAZON FRESH	16
4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	18
5. RESULTADOS E DISCUSSÃO	19
5.1. ESTIMATIVA DA POPULAÇÃO	19
5.2. PERFIL DOS TRABALHADORES	20
5.3. TRABALHO E RENDIMENTO	21
5.4. RENDIMENTO <i>PER CAPITA</i> DE PALMAS	22
5.5. Palmas a capital com menor número de obesos no Brasil	23
5.6. ACESSO A INTERNET NO TOCANTINS	25
5.7. FAIXA ETÁRIA PREDOMINANTE DE USUÁRIOS DA INTERNET NO ESTADO DO TOCANTINS	27
5.8. ENTREVISTA TÔ NO LUCRO DELIVERY	29
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	34

1. INTRODUÇÃO

Atualmente os hábitos alimentares que predominam nos países em desenvolvimento apresentam falha no balanço nutricional adequado às diferentes faixas etárias da população. A exemplo da dieta regular no Brasil que em geral, concentra-se no consumo de fontes de carboidratos e proteínas: arroz, feijão e carne dentre outros (GOMES et al., 2014).

(VIEIRA et al., 2014) em seu estudo sobre hábitos alimentares em jovens do Rio Grande do Sul demonstraram que aproximadamente 83,9% dos entrevistados tinham uma dieta pobre em fibras e rica em gorduras. No entanto há disponibilidade de alimentos de elevada qualidade organolépticas e nutricionais. As hortaliças, de modo geral, configuram-se como excelentes fontes de fibras, vitaminas e sais minerais.

O baixo consumo ou mesmo a sazonalidade da disponibilidade destas podem comprometer o equilíbrio necessário ao bom desenvolvimento fisiológico do corpo humano. Sobretudo porque a ausência deste tipo de alimentação funcional, pode resultar em prejuízo à saúde. (VIEIRA et al., 2014)

Soluções logísticas para otimizar o acesso e o processamento para esse tipo de alimentação na modalidade (pronto para consumo) poderá ser uma alternativa à população. Tal opção poderá contribuir com a praticidade de consumo habitual de alimentação saudável à mesa das famílias.

À medida que a dieta diverge das recomendações contidas na pirâmide alimentar, há reflexo diretamente na população, com surgimento de sintomas e sinais de carência nutricional. No entanto tais déficits poderiam ser facilmente sanados por meio de alimentos funcionais (hortaliças) desde que tenha contida nesta a solução: fácil acesso.

Entretanto a ausência de opções resulta indiretamente em não acesso a estas fontes naturais. Isto por sua vez reflete positivamente no comércio de alimentos nutracêuticos. O qual disponibiliza supostas fontes sintéticas que destinam-se a suprir instantaneamente as necessidades nutricionais do organismo humano.

Hábitos contemporâneos consistem em família cada dia com mais atividades e, contudo foco na busca de recursos financeiros e pouca atenção à saúde. Neste modelo todos trabalham no período integral, o que desperta uma potencialidade ao consumo de alimentos de elevado nível de praticidade, mas nem sempre de melhor qualidade e maior valor nutricional, mas sim de uma alimentação básica, com concentração elevada de carboidratos e proteínas gerando carência de vitaminas e sais minerais no organismo.

Sobretudo essa alimentação diária vem gerando regularmente casos de obesidade e acúmulo de gorduras. Essa falta de tempo impede a dedicação e disponibilidade de dar o tratamento adequado na escolha e processamento dos alimentos hortifrutis no cotidiano. Ações de lavagem, sanitização e branqueamento de alimentos hortifrutis demandam cuidados e tempo, que estão cada vez mais escassos no dia a dia das famílias brasileiras. (GOMES EB, MOREIRA TMM, PEREIRA HCV et al 2014).

A ingestão regular de frutas e hortaliças desempenha um papel significativo na saúde dos indivíduos, sendo que o ambiente alimentar é um fator importante que influencia tal consumo, uma vez que afeta a disponibilidade e acesso aos alimentos.

Diante desse contexto, o estudo dessa relação é sobre o consumo de hortifrúti minimamente processados, a demanda de pessoas que são potenciais consumidores destes alimentos já higienizados e prontos para o consumo no município de Palmas - TO. Inserindo nesse processo um novo sistema de entrega por meio *e-commerce* e a viabilidade do uso de aplicativos (APP) para aquisição deste produto no município em questão, assim atingindo público usuário deste recurso digital.

2. PROBLEMA DE PESQUISA

Existe público para o consumo *delivery* de hortifrúti em Palmas - TO ?

Será viável o uso de Aplicativo como ferramenta para o comércio de hortifrúti em Palmas - TO?

2.1. JUSTIFICATIVA

Atualmente são restritos os conhecimentos sobre mercado eletrônico de hortifrúti no Tocantins. Portanto torna-se necessário a busca de fundamentações científicas sobre a estabilidade de empreendimentos que utilizam tecnologia no comércio e consumo de hortaliças para o município de Palmas - TO.

2.2. OBJETIVOS

2.2.1. OBJETIVO GERAL

Estudar o potencial da utilização de aplicativos de celular na comercialização de produtos hortifrutigranjeiros no município de Palmas - TO.

2.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analisar o perfil de potenciais consumidores de hortifrutigranjeiros em Palmas - TO.
- Avaliar a potencialidade do uso de tecnologia na forma de aplicativos de celular por parte do consumidor final.

3. REVISÃO LITERÁRIA

Os dados aqui demonstrados provêm de revisão literária e pesquisa secundária em dados dos órgãos oficiais como IBGE.

De acordo com Ruiz (2016) As informações de viabilidade econômica foram colhidas do trabalho de conclusão de curso conduzido em conjunto com autor. O qual avaliou as características do mercado local e do consumidor, para implantação de uma empresa que trabalha com produtos de hortifrutigranjeiros minimamente processados e higienizados pronto para o consumo.

É importante esclarecer que o referido estudo trata de uma sondagem da potencialidade do público de Palmas - TO , para aderir ao novo conceito de entrega delivery de hortifrutis e se o uso do Aplicativo como a melhor ferramenta para a cidade em questão.

3.1. HORTIFRUTIGRANJEIROS MINIMAMENTE PROCESSADOS

Hortifrutigranjeiros são produtos oriundos do cultivo de hortaliças e frutas. Tais produtos podem ainda ser minimamente processados, ou seja, passam por pequenas operações de processamento, sendo apresentados em uma percepção de praticidade de consumo. (PAZINATO, 1999)

Os produtos hortifrutigranjeiros são produzidos sob boas práticas de produção e processamento, que outros produtos tradicionais, especialmente na utilização de produtos químicos. Os produtos são finalizados dentro dos parâmetros de qualidade exigidos pelo mercado, são selecionados, lavados, cortados e embalados. No pós processamento estes produtos são apresentados em cubos, pedaços e ralados. Da mesma forma é frequente sua exposição em mix de saladas. (LUENGO & LANA, 1997)

Apesar de ser um processo mais utilizado para legumes e verduras, da mesma forma é usado para frutas. Este processo mínimo limita a vida útil desses produtos hortifrutigranjeiros, justo à aceleração do metabolismo.

em razão disso, as embalagens devem ser adequadas, favorecendo a refrigeração, procedimento fundamental para a conservação. (LUENGO & LANA, 1997)

Baixas temperaturas evitam mudança no sabor e no cheiro dos produtos (NANTES, 2000).

3.2. A INTERNET

A combinação de duas palavras em Inglês: inglês: interconnected network, com tradução para o português que é interconectado e designa a rede universal pública de computadores ligados por cabos ou tecnologias sem fios “wireless”, intercomunicador a meio de várias informações e modelo de: textos e imagens. A partir de pesquisas militares no período áureo da Guerra fria, surgiu a internet. Após esta descoberta, iniciou-se uma nova era, as informações passaram a ser digitais, reduzidas em bits. Época em que as atividades e empreendimentos sofreram grande impacto, desenvolvendo o comércio em todos os elementos, possibilitando a exploração e estudos, no comércio, seja para pessoas físicas e jurídicas, empresas e seus clientes. A partir de que apareceram as sociedades o comércio também surgiu, ele é citado conforme a aquisição e comercialização. O Comércio Eletrônico também conhecido como E-Commerce é um instrumento de negociação, envolvendo venda de produtos e serviços entregues off-line, sendo digitalizado online pela internet. Os Clientes, abastecedores e parceiros de comercialização, constituem o modo como o E-Commerce funciona a partir de suas solicitações e entregas. Este comércio realizar uma negociação tanto nas organizações privadas como nas públicas.

No Brasil a primeira loja virtual surgiu por volta de 1998, intitulada como Booknet, ela estava no segmento de livros online com aproximadamente 120 mil títulos de livros brasileiros e 4 milhões estrangeiros, além disso CDs e vídeos. Um ano depois a administração mudou para a Submarino, a Americanas em 2000 passou a ser reconhecida como a maior loja virtual brasileira envolvendo as negociações do site Shoptime. Seis anos depois a Americanas, Submarino e Shoptime

anunciaram a união de seu site resultando a B2W, que passou a ser referência no Brasil como E-Commerce. Como uma das maiores no segmento de comércio eletrônico, gerou cerca de 1500 novo empregados, com uma eficiência de 1 milhão de pedidos despachados por mês. (ESCOBAR, 2012).

3.3. E-COMMERCE

Popular no Brasil o E-Commerce, originados a partir dos primeiro sites online, que tinha como objetivo comercialização, surgiram por volta da década de 90. Conforme qualquer abertura de uma nova ideia, as negociações com o e-commerce também estavam pequenas. Mais em pouco tempo essa nova ideia inovadora tornou-se uma das maiores forma de comercialização de produtos e serviços, através de mudanças no perfil do mercado mundial.

Com o marketing empresas de diversas localidades geográficas, adotaram este comércio virtual, e cada dia mais as pessoas tiveram acesso a computadores como internet.

Junto ao marketing e algumas atitudes, o mundo adotou este comércio virtual, possibilitando maiores oportunidade às pessoas pois tiveram acesso a computadores e a internet. Essas atitudes e outras diversas contribuíram para o E-Commerce pudesse conquistar mais consumidores.

Conforme os anos se passaram, observou-se um público que aprovou e adotou esse modo de compra, houve uma demanda crescente, e diversas alterações necessitaram ser feitas, uma dessas alterações mais importante foram na logística “entrega”, pois os clientes não eram apenas locais eram regionais e internacionais.

Várias formas de comércio eletrônico vieram a ser desenvolvida com objetivo de associar vários responsável, conforme acontecimento do e-business, o e-boleto, o e-marketing e o próprio e-commerce. Esse comércio eletrônico foi criado com a finalidade de aproximar o contato empresa e cliente, inclusive quando se trata de um negócio entre agente que estão geograficamente longe um do outro.

(FAGUNDES 2009) em suas pesquisas descreve que o comércio eletrônico por meio da internet é um negócio econômico que mais desenvolve no mundo. Os novos empreendimentos e organizações que adentram no comércio on-line têm interessado o máximo de investidores no comércio de ações, desenvolvendo o custo do comércio de forma impactante.

A palavra e-commerce é resultante das palavras; comércio eletrônico, no lugar em que acordos são executados unicamente por modelo eletrônico, online via internet. No entanto não se atribui somente a negócios pela internet, porém contribuem com as empresas no controle de seus negócios. Com a finalidade da comercialização online via internet o e-commerce simplifica esse processo, de forma ágil e de simples acesso para a comunidade, um comércio interativo que possibilita a compra e venda de diversos produtos independente da distância. (NASCIMENTO. *et al.*, 2009.)

3.4. AMAZON FRESH

A evolução desde a década de 90, período inicial do para o "comércio eletrônico", ocorreu expressivamente nos Estados Unidos da América (EUA). Este país, vivenciou demandas crescentes nesta modalidade de mercado consumidor. Enfim trata-se de senso comum o pioneirismo dos EUA, sobretudo por posicionarem-se entre os países líderes neste segmento de comercialização (ZHANG 2016).

A Amazon foi uma das primeiras companhias a trabalhar com vendas de produtos pela internet. Com uma grande variedade de itens, a amazon tem gerando bilhões de dólares à economia mundial, empresa já consolidada no mercado.

A companhia lançou no ano de 2007 na cidade de Seattle o Amazon fresh, um serviço de supermercado oferecendo perecíveis e não perecíveis, o qual pode ser feito os pedidos sem sair de casa.

Podem ser encomendados uma quantidade extremamente grande de itens, desde mantimentos frescos, refeições, brinquedos e utensílios, que são entregues em casa na manhã do dia seguinte.

“Nosso objetivo é ajudar as famílias ocupadas a fazerem as suas compras de supermercado semanal da forma mais conveniente possível. Os clientes já estão online em casa, no trabalho, em um avião ou à espera de seus filhos após a prática do futebol. Nós acreditamos que a capacidade de fazer um pedido após o jantar para ser entregue antes do pequeno almoço no dia seguinte é um grande benefício para os pais e profissionais ocupados”. (site amazon.com 2017). Atualmente a Amazon Fresh atua com esse serviço em países como EUA e Londres e cobra taxas mensais.

Para operacionalizar este tipo de transação eletrônica inúmeras ferramentas encontra-se disponível a exemplo dos site, centros de atendimento telefônico e os aplicativos para *smartphones*.

O uso dos aplicativos para celular, possibilitam as compras virtuais e incrementam fatores de competitividade aos negócios. Sobretudo na comercialização de alimentos devido aos clientes não ter tempo disponível para se deslocarem até um ponto de venda desses alimentos.

A empresa que adota esse tipo de serviço inovador no Brasil, principalmente em Palmas - TO, irá proporcionar ao cliente comodidade, conforto, ganho de tempo, praticidade, além de poder receber em sua casa alimentos selecionados, minimamente processados, sanitizados, em combinação nutricional e balanceados, de melhor qualidade, seguros e prontos para o consumo.

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia utilizada no presente trabalho foi feita por dois métodos, revisão bibliográfica e estudo de caso. O desenvolvimento do trabalho se teve uma busca de dados da região norte e do município de Palmas - TO.

O Estudo prévio,consistiu em uma pesquisa exploratória baseada em revisão bibliográfica, sistematização de dados secundários disponíveis em publicações de ambientes governamentais e artigos científicos e uma entrevista semi estruturada. E também em relação ao comércio eletrônico no município de Palmas - TO, analisou a empresa **Tonolucro Delivery** , a abordagem foi feita através de uma pesquisa semi-estruturadas, visando compreender as estratégias adotadas para um crescimento e manutenção desse comércio.

A entrevista realizada concentrou na busca de informações sobre a viabilidade do comércio eletrônico Tonolucro Delivery, e pelo visto que este comércio é o único presente no município de Palmas - TO.

Com a finalidade de analisar potencial deste comércio eletrônico, a entrevista realizada foi direto com o presidente da empresa, que está na direção desde a criação do Tô no Lucro Compras Coletivas, há 6 anos, quando já ocupava o domínio de compras coletiva online, observando carência no mercado local avançou o comércio para o Tonolucro Delivery vendas apartir de aplicativos no município de Palmas.

Destacou-se o desenvolvimento de acesso a internet e sua evolução nos aspectos sociais, caracterizando também o perfil do consumidor do mercado de Palmas- TO e o perfil dos usuários de internet móvel. Os dados foram tabulados e sistematizados em gráficos e tabelas adaptadas, das quais foram abstraídas as informações, em seguida foram confrontadas com estudos contidos na presente revisão.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1. ESTIMATIVA DA POPULAÇÃO

As movimentações comerciais do estado do Tocantins ocupa o status de constante evolução e desenvolvimento o que influencia diretamente na sua economia. Deste modo tendências positivas de crescimento econômico como demonstrou o levantamento da Federação das Indústrias do Estado do Tocantins em 2016 (FIETO). Tal estudo verificou o incremento no Produto Interno Bruto (PIB) estadual, que apresentou uma taxa de crescimento de 20,9% entre 2010 e 2013.

Nos últimos anos, o desenvolvimento econômico pelo qual tem passado o município de Palmas - TO vem atraindo pessoas de diversas partes do país. Esta corrente migratória se deve à expectativa gerada com o surgimento de novos investimentos em infraestrutura como: ferrovias, hidrelétricas, rodovias, e o agronegócio em expansão.

Para ser entendido um pouco mais sobre a potencialidade de Palmas - TO devemos analisar os dados populacionais.

A população do país em 2016 era de 206.081.432,00 habitantes (quadro 1). A Região Norte representou com um numero de 17.707.783,00. No estado do Tocantins se tinha 1.532.902,00. O município de Palmas tinha 279.856,00 habitantes no último Censo. Isso com tendência de crescimento a cada dia que passa, pois a capital é a mais nova do país e com forte tendência a contínua expansão.

Quadro 1. Levantamento populacional, 2016.

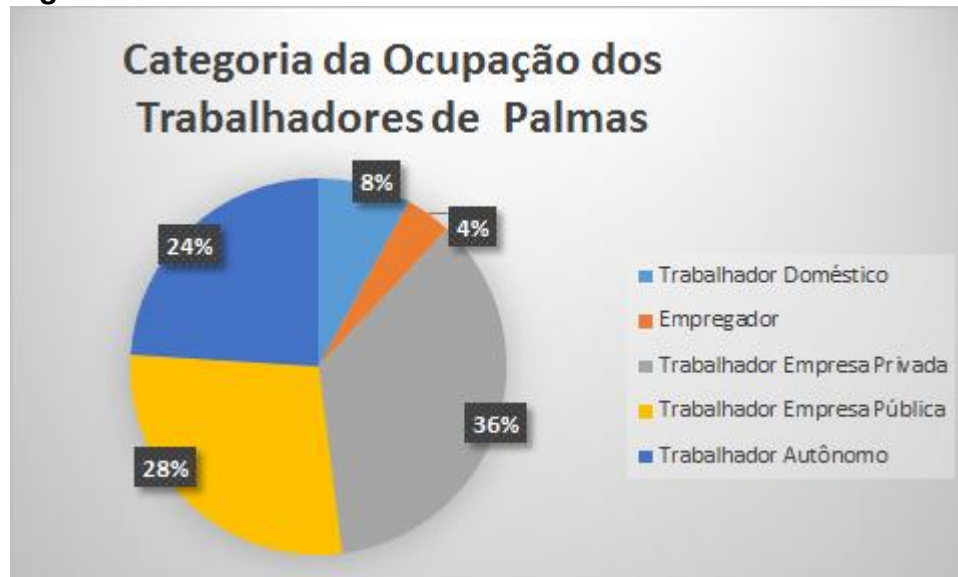
População	Nº. Habitantes
BRASIL	206.081.432,00
REGIÃO NORTE	17.707.783,00
TOCANTINS	1.532.902,00
PALMAS	279.856,00

Fonte: IBGE Tocantins, referência em 1º de Julho de 2016.

5.2. PERFIL DOS TRABALHADORES

O trabalho tem representado uma ocupação que o indivíduo disponibiliza seu tempo oferecendo seus serviços em troca se recebe recursos financeiros para seu uso. Atualmente a maioria das pessoas tem seu tempo dividido entre trabalho, estudos, lazer e organização rotineiras.

Figura 1.



Fonte: GONÇALVES 2007.

Ao caracterizar o perfil das ocupações neste município, observou-se que o destaque seria para a categoria dos trabalhadores em empresas privadas com 36%. Seguida dos trabalhadores em empresas públicas com 28%. Na terceira colocação em termos numéricos percentuais, os trabalhadores autônomos com 24% de participação do total. Já as demais ocupações somadas representaram 12%.

Com trabalho, obrigações, estudos, pais incumbidos de cuidados por seus filhos, entre outras coisas que o tempo se torna pouco para tanto afazeres. Muitas vezes isso impossibilita uma alimentação saudável e equilibrada, pois buscam meios mais ágeis e práticos, em detrimento a situação nutricional de vitaminas, fibras, etc.

5.3. TRABALHO E RENDIMENTO

No estado do Tocantins se destaca a faixa etária em maior peso na sociedade e em atividade econômica. O quadro 2 a seguir demonstra que a faixa etária de início são da idade de 20 anos a 24 anos com um total de 89.883 pessoas no estado do Tocantins com poder econômico. Em seguida com a idade de 25 a 29 anos com um total de 93.869 pessoas, logo com a idade de 30 a 34 anos com 88.836 pessoas. E para o fechamento o quadro termina com as idades de 35 a 39 anos com total de 74.954 pessoas ativas no mercado.

Quadro 2. IBGE-2016

Economicamente ativas e idade	Pessoas
20 a 24 anos	89.883
25 a 29 anos	93.869
30 a 34 anos	88.836
35 a 39 anos	74.954

Fonte: IBGE Tocantins referência em 1º de Julho de 2016.

O quadro demonstra que as idades economicamente ativas fazem parte dos jovens até o começo da meia idade, assim observamos que essa é faixa etária a qual possui mais poder aquisitivo no mercado.

Em 2014, o salário médio mensal era de 4.1 salários mínimos. Na comparação com os outros municípios do estado, ocupava as posições 1 de 139 e 1 de 139, respectivamente.

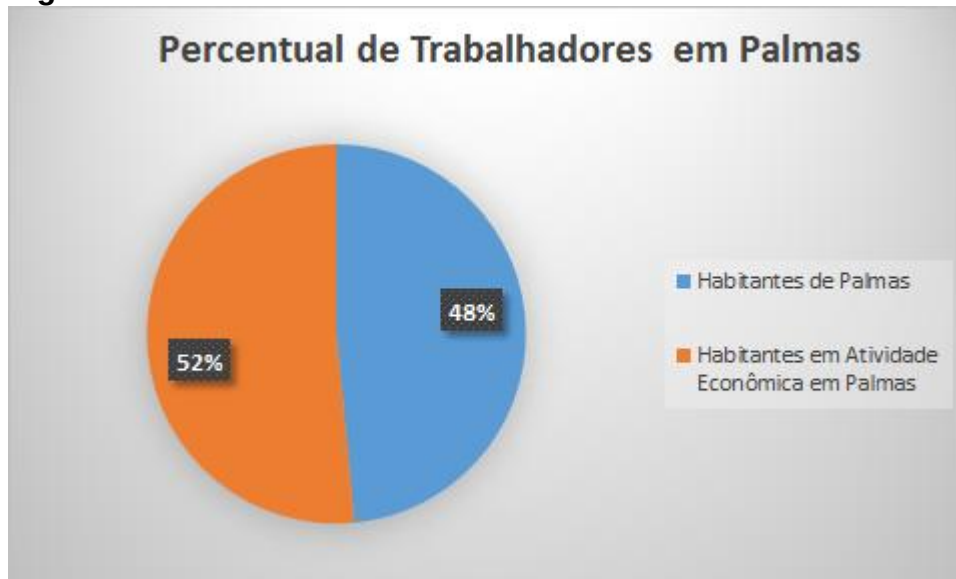
Considerando domicílios com rendimentos mensais de até meio salário mínimo por pessoa, tinha 30% da população nessas condições (IBGE Cidades. Palmas 2014).

A figura 2, a seguir representa a porcentagem de pessoas em atividade na cidade de Palmas - TO .

Em 2014 a cidade de Palmas tinha um número de 137.051 pessoas ocupadas ou seja, que trabalham. Sendo um percentual de 51,6 % de toda população e 48,4% de habitantes que não estão em atividade de trabalho, neste contexto entram as crianças, idosos aposentados, pessoas

encostadas por órgãos públicos, etc. Lembrando que estão pessoas que não estão em atividade trabalhista, mas também não deixam de ser consumidores ativos na sociedade.

Figura 2 - Trabalhadores em Palmas



Fonte: IBGE Cidades Palmas 2014

5.4. RENDIMENTO *PER CAPITA* DE PALMAS

No quadro 3 é apresentado o Rendimento anual *Per capita* da população do município de Palmas, a renda é R\$ 24.657, 41 anual.

Quadro 3

Rendimento anual domiciliar <i>per capita</i> da população residente de Palmas 2014 (Reais) ⁽¹⁾	24.657,41
--	-----------

Fonte;IBGE Cidades-Palmas 2014

Observando os dados, percebe que o município de Palmas tem uma renda ativa e são potenciais consumidores para o mercado local. A capital do estado do Tocantins é a mais nova do país, observado os dados apresentados e analisados observa-se que a cidade de Palmas tem muito a crescer, e a tendência tem sido essa. Sendo assim consequentemente, logo aumentara o numero de novos negócios, industrias, novas categorias profissionais, novas oportunidades e a renda *per capita* só tem a crescer.

5.5. Palmas a capital com menor número de obesos no Brasil

Palmas e a capital mais magra e com menor taxa de hipertensão arterial no Brasil. Pesquisa foi divulgada pelo Ministério da Saúde dia 17 de Maio de 2017.

A Pesquisa, feita com mais de 50 mil pessoas em todas as capitais, também apontou a cidade como a que tem a segunda menor taxa de diabéticos, atrás apenas de Boa Vista (RR).

Os dados apontam que a obesidade atinge 14,7%, bem abaixo da média nacional que é 18,9% (Portal da Saúde 2017).

Na figura 3 demonstra que o estado do Rio de Janeiro (RJ) tem a maior prevalência de diagnóstico médico de diabetes e Boa Vista (RR), a menor. Logo em segundo lugar fica Palmas (TO) com o percentual 5,8%.

Figura 3. DIABETES



Fonte: Portal arquivos da Saúde 2017.

Já para o excesso de peso, a porcentagem da população palmense é de 47,7%, enquanto a média do país fica em 53,8%. Rio Branco (AC) tem a maior prevalência de excesso de peso.

Figura 4. EXCESSO DE PESO



Fonte: Portal arquivos da Saúde 2017.

A pesquisa também levou em consideração hábitos alimentares e regularidade nas atividades físicas, em Palmas se tem parques urbanos, locais de caminhada ao entorno do Lago, áreas ao ar livres que incentiva ainda mais a prática de exercícios.

Isso mostra que mesmo com rotinas agitadas, o palmense busca uma qualidade de vida, prática de exercícios e consequentemente uma alimentação saudável a agregar.

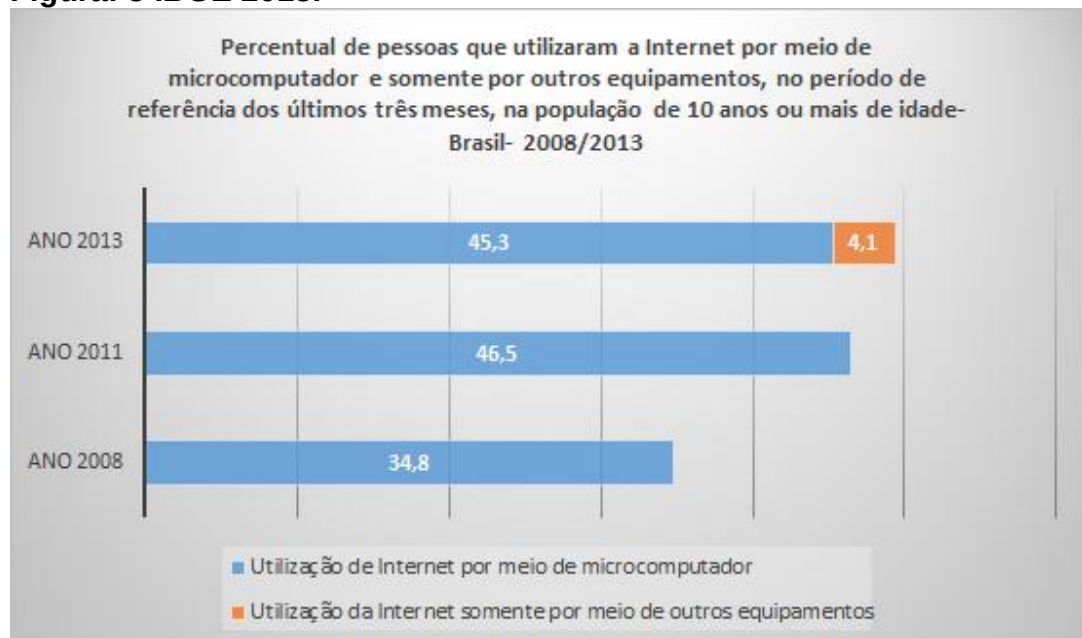
Um ponto positivo para investimento em alimentos que venha facilitar ainda mais o consumo, como os hortifrutis minimamente processados e higienizados prontos para o consumo e com economia do tempo fazendo seu pedido onde estiver e recebendo em sua casa ou aonde desejar.

5.6. ACESSO A INTERNET NO TOCANTINS

O acesso à internet em domicílios chegou a 85,6 milhões de brasileiros, o equivalente a 49,4% da população, segundo indica pesquisa divulgada pelo IBGE 2013. Os dados são referentes a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2013. A pesquisa considerou o acesso de pessoas acima de 10 anos de idade que utilizaram a internet pelo menos uma vez em um período de 90 dias anteriores à realização das entrevistas.

Em 2011, ano do último levantamento, registrou-se que 46,5% da população se conectava à rede pelos tradicionais microcomputadores; enquanto o levantamento divulgado hoje aponta uma queda para 45,3%. A pesquisa mostra ainda que 4,1% das pessoas se conectaram à internet apenas por meio de outros dispositivos, como celular, tablet ou a televisão (PNAD 2013).

Figura: 5 IBGE 2013.



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2008/2013.

A figura 3 demonstra que o uso de Internet por outros aparelhos tem crescido e o uso da Internet por meio do microcomputador tem diminuído. Algo que se tornou de fácil disponibilidade e de praticidade, pois a onde

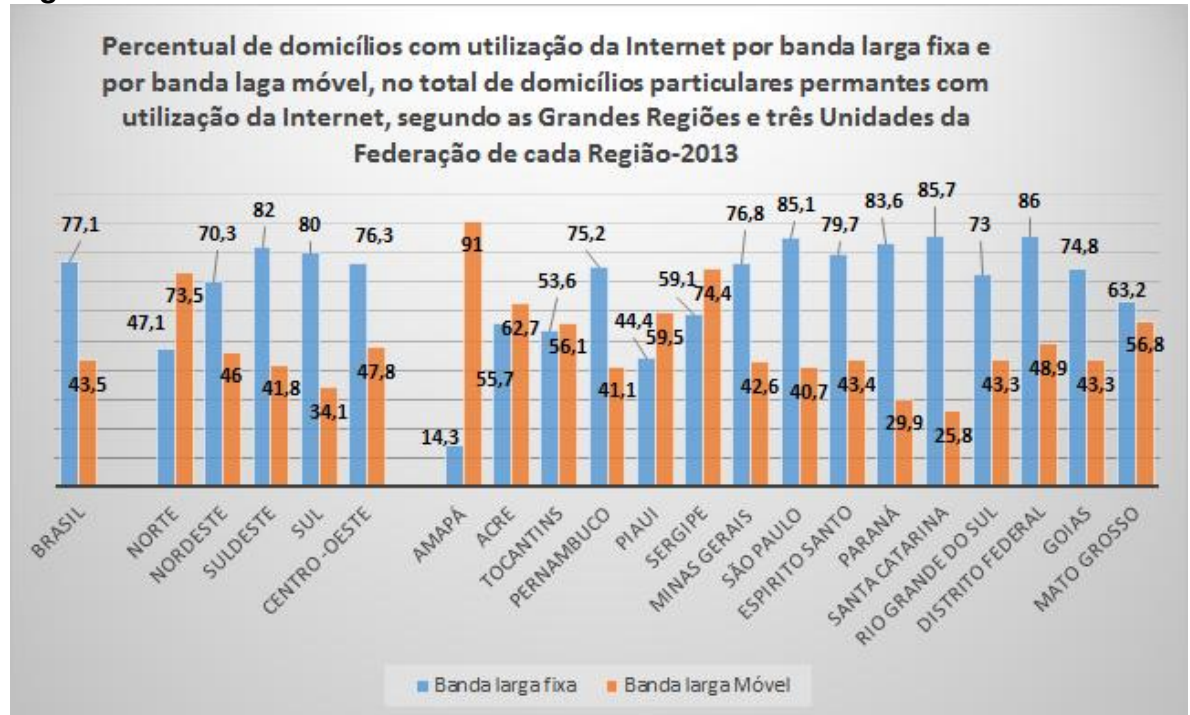
você estiver com seu equipamento, ou aparelho celular móvel você tem o acesso a sua rede de internet. Assim já não dependendo de uma rede fixa, no qual pode prender o usuário e deixa-lo limitado. Apesar de ainda ser muito predominante o uso da banda larga fixa, pois em certas localidades não se tem acesso a internet se não for por fibra ótica, um exemplo.

Segundo a pesquisa, dos 31,2 milhões das residências com acesso à internet, 97,7% estão conectados por banda larga e apenas 2,3% por telefonia discada. Considerou-se neste estudo que a conexão banda larga é aquela realizada por meios não discados, através da linha de telefônica, TV por assinatura, rádio, fibra ótica e pela rede de telefonia celular(PNAD 2013).

No país, 77,1% dos domicílios têm conexão por banda larga fixa, enquanto 43,5% têm acesso à banda larga móvel. O Distrito Federal tem a maior porcentagem de conexão fixa, com 86%, enquanto o Amapá a maior conexão móvel domiciliar, com 91% (PNAD 2013).

O estado do Tocantins demonstra 53,6% de uso da banda larga fixa, enquanto a móvel fica em 56,1% um percentual acima do uso da banda larga fixa. Assim verificamos que o uso de aparelhos que utilizam a rede móvel tem aumentado e com grande probabilidade de se manter em crescimento.

Figura: 6 IBGE 2013.

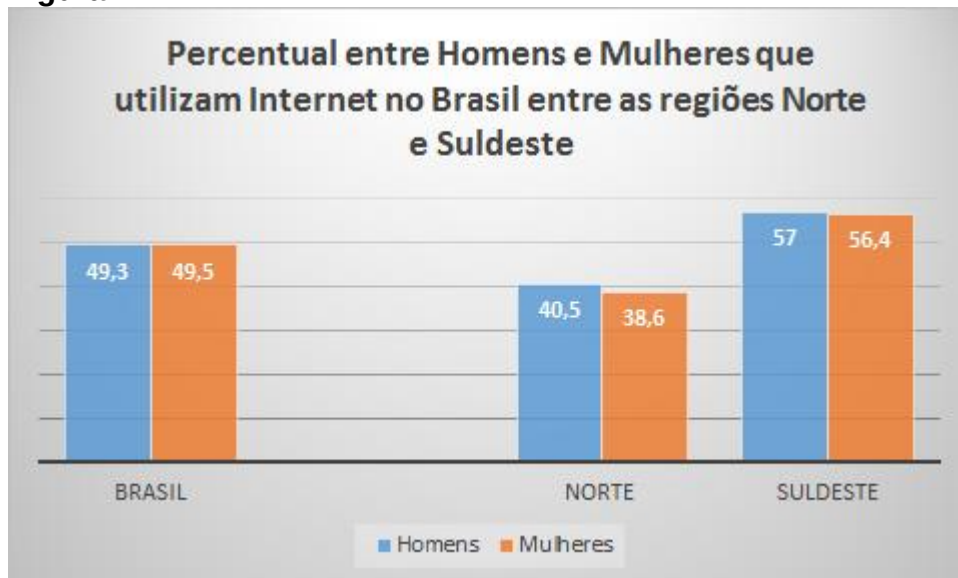


Fonte: IBGE Diretoria de Pesquisas, Coordenação e Rendimento, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2013.

5.7. FAIXA ETÁRIA PREDOMINANTE DE USUÁRIOS DA INTERNET NO ESTADO DO TOCANTINS

Pesquisas demonstram que houve certo equilíbrio em relação ao acesso a internet entre homens de (49,3%) e mulheres de (49,5%) no país em 2013. No entanto na região norte houve predominância do acesso por parte das mulheres é de (40,5%) em comparação com os homens que nesta região atingiram (38,6%) de acesso. Enquanto na região sudeste apresentou os maiores índices de acesso do país, com 57% dos homens e 56,4% das mulheres conectados.

Figura: 7

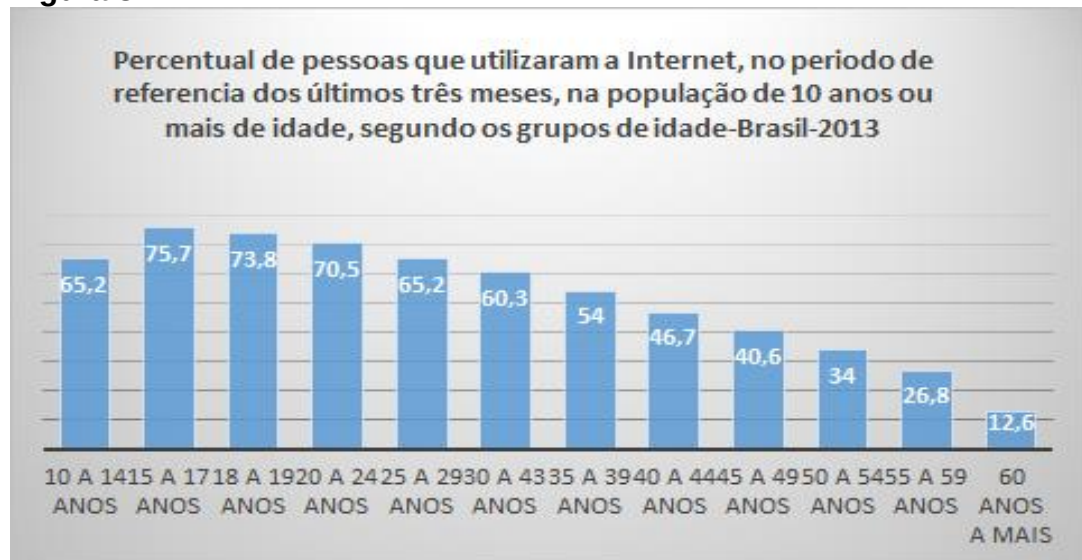


Fonte: PNAD IBGE 2013.

Embora não tenha se notado mudanças bruscas no gênero do internauta, o mesmo não pode ser dito no que refere à idade.

Em relação à faixa etária, os jovens entre 15 a 17 anos têm maior percentual de acesso à internet, com 75,7%. Os idosos com mais de 60 anos têm o menor percentual de acesso, com apenas 12,6%. A faixa etária que observamos que estão em evidência de uso são de 15 a 17 anos com 75%, 18 a 19 anos com 73,8 %, 20 a 24 anos com 70,5%. Os dados mostram que a utilização da internet no país cresce de acordo com a escolaridade, variando de 5,4% para pessoas sem instrução, até 89,8% para quem tem mais de 15 anos de estudo.

Figura 8.



Fonte: PNAD IBGE 2013.

5.8. ENTREVISTA TÔ NO LUCRO DELIVERY

Em entrevista realizada com o diretor executivo de uma sucedida empresa de comércio eletrônico em atividade no Estado do Tocantins: “Tô no Lucro” compras coletivas, verificou-se que já estão neste mercado a pouco mais de seis anos em Palmas - TO . O principal foco desta empresa são as vendas on-line de produtos e serviços em condições promocionais.

De acordo com estudos de mercado encomendados pelo executivo da mesma empresa, o ramo alimentício na capital detém uma elevada demanda. Atualmente a empresa Tô no Lucro possui 45.000,0 (quarenta e cinco mil) clientes, os quais são contabilizados pelo o cadastro do Tô no Lucro Compras Coletivas no momento em que ele realizaram o primeiro pedido.

Sendo confirmado que tinha um nicho de mercado em cima desses clientes. Esse nicho em primeiro momento era somente a venda da alimentação, então percebeu se que existia um outro nicho de mercado ainda maior, que era a realização das entregas destes alimentos.

A empresa Tô no Lucro Delivery, segundo o entrevistado é pioneira, inovadora no Brasil oferecendo este serviço conjunto de encomenda e logística.

O processo da empresa começa com fechamento de parcerias com restaurantes, que são credenciados no aplicativo para que possa oferecer seus alimentos e realizar a entrega. E os clientes, que compram através do aplicativo Tô no Lucro Delivery, seleciona o restaurante que ele deseja receber o produto, realiza o pedido. E então se inicia toda a logística de entrega, seja ela realizada pelo próprio restaurante (no momento eles tem apenas dois restaurantes que realiza a sua propria entrega) ou pelo Tô no lucro Delivery.

Então foi criado três ferramentas que engloba o processo.

1. Do usuario; Aplicativo Tô no Lucro o qual o cliente que faz a negociação de escolha, fechamento do pedido e a forma de pagamento que pode ser feito no cartão de credito, debito ou em dinheiro.
2. Do estabelecimento; O restaurante tem um aplicativo especifico para receber os pedidos de seu cardapio e iniciar o processo de execução do pedido.
3. Da frota de entrega: Cada entregador possui um instrumento de acesso a este aplicativo que envolve todo o processo da logística, onde ele vai fazer a retirada do alimento, aonde ele vai entregar o pedido, com sistema de GPS e facilitadores. A entrega pode ser feita de uma distancia de ate 20 km do estabelecimento.

Dos 45 mil clientes do Tô no Lucro Compras Coletivas que são um número total unificado de clientes, tanto o tô no lucro compras como no delivery. Se tem 15 mil usuarios ativos que compram comida diariamente no Tô no Lucro Delivery.

Figura: 9



Fonte: Empresário Tô no Lucro

O empreendedor do negócio observou que com a nova ferramenta de compra e entrega delivery, ocorreu uma reativação de clientes que tinham cadastros antigos, mas que estavam inativos há anos. Despertou o retorno ao uso tanto na compra coletiva como no delivery. Foram reativados esses cadastros, levando cada vez mais tecnologia e a forma diferente de consumir.

O Tô no Lucro Delivery foi planejado para dois anos estabilizar em Palmas, sendo que o investimento foi de baixo custo, pois para projeção do aplicativo já se tinha uma equipe pronta e habilitada para a execução (lembrando que eles têm uma empresa no mercado há mais de 10 anos que trabalha com sistemas para internet Agência Arte em Site dona do negócio Tô no Lucro), o maior investimento foi na logística a qual ainda era uma área desconhecida, e o retorno foi com um ano de mercado.

Satisfeito com o retorno do mercado de Palmas ao negócio. Pois afirmou que o crescimento tem sido contínuo.

Público mais ativos são jovens, em maior número está entre a faixa etária de 18 anos a 32 anos. Conforme apresentado no Quadro 2 confirma que a faixa etária evidenciada como a mais economicamente ativa no mercado se enquadra com o público do negócio em questão. A figura 8 mostra que a faixa etária com predominância do uso de internet é dos 17 anos aos 30 anos comprovando o predomínio deste público.

Quando o pedido é mais caro, de lugares mais requintados ele observou que os cliente já muda, para um faixa etária mais madura 45 anos em diante. No caso do público da faixa etária mais avançada, que tem dificuldade com a tecnologia. A empresa disponibiliza uma equipe treinada para ajudar aqueles que não são familiarizados ao uso do aplicativo, pessoas que orientam e ajudam por telefone para que o cliente consiga realizar a compra.

Com o pouco tempo e muitos compromissos, as pessoas tendem a optar algo mais pratico na hora de se alimentar.

Antes era mais pedidos de lanches noturnos, agora tem se observado que mudou, e as pessoas tem feito uso de sua plataforma para realizar suas principais refeições, desde o café da manhã, almoço e jantar tudo realizado através do aplicativo. Possuindo clientes com mais de 900 entregas já realizadas.

Muitos destes restaurantes não fazem uso da logística de entregas, apenas o consumo local ou o próprio cliente busca pedido para viagem, sendo assim foi observado que estes estabelecimentos teve um aumento no faturamento com o rendimento de 30% á 50%, só de pedidos feito no aplicativo.

Notável que muitas vezes o cliente deseja consumir algo, mas o tempo gasto até o local, a espera pelo pedido, as obrigações, o pouco tempo, a falta de disposição faz com que se desista de sair de seu conforto em casa para consumir algo especifico.

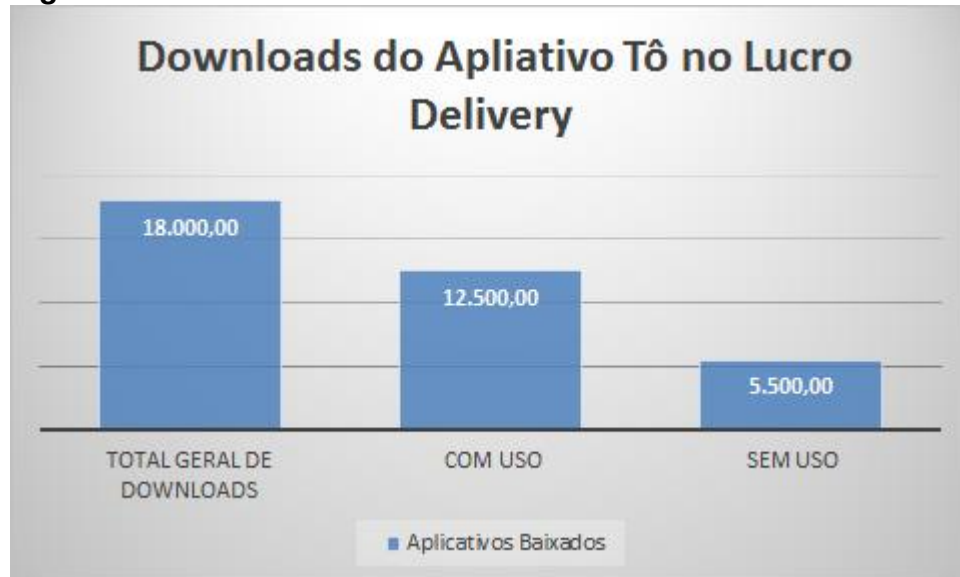
Como todo negócio se tem obstáculos, e assim não é diferente na empresa em questão.

Duas principais dificuldades:

- Por parte do cliente; A confiabilidade, se sentir seguro em relação a transação de dados pessoais ao efetuar o pedido, a certeza que o pedido chegará de forma correta ao que ele solicitou.
- Por parte das empresas: Que têm relutância ao expor seus produtos na plataforma do aplicativo. Até mesmo resistência cultural a quebra do desconhecido, abrir a mente para inovação tecnológica.

Já são mais de 18.000,00 (dezoito mil) Downloads de aplicativos Tô no Lucro Delivery, sendo que são cerca de 12.000 mil a 13.000 mil ativos.

Figura: 10



Fonte: Empresário Tô no Lucro

Novos planos de expansão estão sendo projetado, cada dia mais novas empresas estão se filiando ao aplicativo em Palmas, franquias grandes como Bugar King, Giraffas. Além das franquias, também ha no planejamento a previsão em Araguaína de uma unidade local própria da rede que será gerenciada pela Agência Arte em Site. A empresa prospecta o projeto de implantar uma rede de (franquias), já com cinco clientes potenciais que estão em contato, com a finalidade de fechar contrato.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como resultado que a cidade de Palmas apresentou uma potencialidade no consumo do mercado de Hortifrutigranjeiros minimamente processados, pois a sociedade da capital demonstra pelas pesquisas que se tem um volume populacional grande para o sustento do negócio e em constante crescimento. Mais da metade da população trabalha e possui um rendimento, consequentemente se tem um poder aquisitivo no mercado consumidor. Também observado que se tem uma busca por um hábito alimentar saudável e com valores nutricionais naturais.

O segundo ponto questionado e estudado foi o uso do Aplicativo na entrega destes produtos no comércio de Palmas - TO . Pesquisas realizadas pelo PNAD 2013 mostra que tem crescido de forma contínua o acesso à internet. Cada dia se torna uma ferramenta de transações importantes no nosso meio, ocorrendo até mesmo dependência em certas operações. A pesquisa mostra um crescimento no uso da internet móvel, chegando até mesmo a ser maior que a banda larga fixa. O público da entrevista corrobora com a tendência dos dados analisados da pesquisa desenvolvida durante o estudo, dos grupos classificados por faixa etária economicamente ativa e de maior acessibilidade, sobre tudo de uso de ferramentas da rede mundial de computadores (*Internet*).

A entrevista realizada com o executivo de uma das principais empresas de entrega delivery no mesmo município, contribuiu com a consolidação do presente prognóstico. Com isso foi possível inferir sobre os prováveis cenários, guardadas as devidas limitações, mas o mais próximos da realidade do mercado de Palmas - TO para este segmento.

Para que as oportunidades desse mercado possam ser eficientemente aproveitadas, é necessário fazer um estudo mais detalhado em longo prazo observando o comportamento do mesmo.

REFERÊNCIAS

ESCOBAR, C.; CAMARGO A. R. E - COMMERCE: B2W: O CONSUMIDOR NO MUNDO DAS VENDAS ON-LINE / O NÍVEL DE QUALIDADE DO SERVIÇO E A FRUSTAÇÃO DO CONSUMIDOR. 2012. 10 f. Artigo Científico-Revista ENIAC PESQUISA Faculdade ENIAC de Guarulhos. São Paulo. Disponível em<<http://ojs.eniac.com.br/index.php/Anais/article/view/86/79>> acessado dia 29.05.17.

FIETO, Federação das Indústrias do Estado do Tocantins. Boletim de Conjuntura do Tocantins 2016. 36 f. Programa de Educação Tutorial do curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Tocantins (PET Economia – UFT). Palmas, Tocantins – Ano IV, no 4, outubro de 2016. Disponível em<<http://www.fieto.com.br/DownloadArquivo.aspx?c=8cc29428-fdd6-47dc-a2e0-4f652e324f6f>> Acessado dia 29.05.17.

FERRÃO, R. G. Metodologia Científica para iniciantes em pesquisa. 2003. 246 p. Linhares ES: Unilinhares/Incaper, 2003.
GONÇALVES Almeida Clevson. Olhares Sobre o Estado do Tocantins: Economia, Sociedade e Meio Ambiente. Editora Yolanda Vieira Abreu. Volume1, Cap.IV. Disponível em <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=zCAru5rpiDMC&oi=fnd&pg=PA18&dq=trabalhadores+palmas+to+cantins+empregos&ots=QyqvX_HNH9&sig=qXzGNuyUJ90bSM3bFyFt4KQxP-U#v=onepage&q&f=false> Acessado em 15.06.2017.

GOMES, Isabela Motta - Manual Como Elaborar um Plano de Marketing. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2005

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2013. CidadesPalmas Disponível em <<https://cidades.ibge.gov.br/v4/brasil/to/palmas/panorama>> acessado em 29.05.17.

LUENGO, R. F. A.; LANA, M. M. Processamento mínimo de hortaliças. Brasília : Embrapa, 1997. 4 f. (Comunicado Técnico). Disponível em <<https://revistafae.fae.edu/revistafae/article/view/507/402>> acessado dia 29.05.17.

NASCIMENTO, A. R. do; SILVA, B. F. da; SANTOS, G. G. dos. E-commerce: O Melhor Caminho no Mercado Atual. 2009. 70 f. Trabalho de Curso (Graduação em Administração - Marketing) – Curso de Administração - Marketing, Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha”, mantenedora do Centro Universitário Eurípides de Marília – UNIVEM, Marília, SP. 2009. Disponível em <<http://aberto.univem.edu.br/bitstream/handle/11077/496/E-commerce%3A%20O%20Melhor%20Caminho%20no%20Mercado%20Atual.pdf?sequence=1>> acessado 29.05.17.

NANTES. D. F.J. LEONELLI, V. C. F.A Estruturação da Cadeia Produtiva de Vegetais Minimamente Processados. 2000. 9 f. Artigo Científico. Rev. FAE, Curitiba, v.3, n.3, p.61-69, set./dez. 2000. Disponível em<<https://revistafae.fae.edu/revistafae/article/view/507/402>> acessado dia 29.05.16.

Ministério da Saúde Portal de Arquivos VIGITEL BRASIL 2016. 44 f. Disponível em <http://portalarquivos.saude.gov.br/images/pdf/2017/abril/17/Vigitel_17-4-17-final.pdf> Acessado dia 15.06.17.

PAZINATO, B. C. Vegetais minimamente processados. 1999. 4 f. Relatório Técnico. Secretaria da Agricultura e Abastecimento, 1999. Campinas: CATI, 1999. (CATI. Comunicado Técnico, 142). Disponível em<<https://revistafae.fae.edu/revistafae/article/view/507/402>> acessado dia 29.05.17.

SOUZA.T. M. de; SILVA M. D. S. da; CARVALHO. R. C. de: 2010. 5 f. Revisão integrativa: o que é e como fazer. Artigo Científico. SP. 2010. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/eins/v8n1/pt_1679-4508-eins-8-1-0102> acessado 29.05.17.

Zhang, D.; Zhu,P e Ye,Y. The effects of E-commerce on the demand for commercial real estate. Cities. V. 51, Janeiro, 2016. Disponível em <<https://doi.org/10.1016/j.cities.2015.11.012>> acessado em 14.06.2017.

Anexo A

Entrevista TÔ NO LUCRO DELIVERY.

- Quanto tempo tem a empresa Tô no Lucro esta no mercado de Palmas?
- Como funciona/processo da empresa de Delivery?
- Planejou este negócio para quantos anos?
- Foi feito algum estudo de mercado para a implantação da empresa?
- Qual o público alvo de vocês?
- Em quanto tempo vocês tiveram retorno do negócio?
- Em quanto tempo vocês tiveram retorno do negócio?
- O mercado de Palmas ta correspondendo às expectativas de vocês?
- Quantos aplicativos já foram baixados?
- Quantos estão ativos e em uso?
- Qual a maior dificuldade que vocês encontraram no mercado de Palmas?
- Projetos futuros no ramo?