

Pesquisa de Redes Sociais

Hortifrúti

Percepções do consumidor sobre o que é apresentado em feiras, sacolões e mercados

A ingestão de frutas e hortaliças está abaixo do ideal no Brasil. É o que revela a [Pesquisa Nacional de Saúde \(PNS\)](#), realizada pelo Ministério da Saúde em parceria com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) entre 2013 e 2019 e publicada em 2020. Segundo a pesquisa, apenas 13% dos brasileiros consomem a quantidade recomendada desses alimentos por ano – cerca de 25 vezes por semana.

A venda de frutas, verduras e legumes também recebeu diversos impactos negativos nos últimos anos. Feirantes de diversas regiões do Brasil perceberam uma redução do consumo de hortifrúti, o que foi causado, principalmente:

-  pela crise ocasionada durante a pandemia da Covid-19, que gerou restrições na abertura de determinados negócios e reduziu a movimentação de consumidores;
-  pela diminuição de gastos dos consumidores, que passaram a comprar mais itens essenciais e reduziram a compra de itens considerados supérfluos;
-  pelo aumento do preço do diesel, que encareceu o transporte de produtos;
-  pelo aumento da inflação, sobretudo nos alimentos.

Entretanto, o cenário não apresenta apenas aspectos negativos. De acordo com a [Associação de Promoção dos Orgânicos \(Organis\)](#), o mercado brasileiro abriu espaço para a venda desse tipo de alimento. Segundo a associação, foram movimentados cerca de R\$ 6,5 bilhões em 2021, com estimativa de crescimento entre 10% e 15% em 2022. Além disso, uma pesquisa da [Producer Marketing Association no Brasil \(PMA Brasil\)](#) revelou que o consumo de frutas e hortaliças cresceu 20% durante a pandemia – embora ainda esteja longe do recomendado pela Organização Mundial da Saúde (OMS). Do mesmo modo, embora haja a elevação dos preços dos alimentos, uma pesquisa realizada pela [Proteste](#) mostrou que a feira é o local mais acessível para a compra de legumes, frutas e verduras, proporcionando uma diferença de 30% na capital paulista, por exemplo.

Esse cenário mostra que, apesar de passar por um momento de dificuldades, o mercado de hortifrútis no Brasil ainda tem muito potencial a ser explorado. Com isso em vista, o Sebrae buscou verificar o que os usuários das redes sociais comentam a respeito da compra de frutas e hortaliças e da venda desses produtos em feiras, sacolões e mercados. A pesquisa buscou identificar hábitos dos consumidores, suas opiniões, suas preferências e reclamações, de modo a apresentar um panorama de como o assunto é tratado na internet. Os resultados dessa pesquisa podem ser vistos a seguir.

Metodologia

Etapas

1. Realização de pesquisa netnográfica: por meio de ferramentas de monitoramento, é realizada a análise de como as pessoas se expressam espontaneamente nas redes sociais.
2. Análise de informações de mercado e tendências de consumo relacionadas ao tema da pesquisa.
3. Levantamento do perfil de quem fala sobre o assunto nas redes sociais.
4. Identificação de insights, assuntos correlatos e estratégias utilizadas.

Detalhamento do monitoramento nas redes sociais

→ Canais monitorados:



→ Períodos de coleta:

Twitter: 15 a 24 de agosto de 2022.

YouTube: 4 de abril de 2017 a 23 de agosto de 2022.

Instagram: 2 de janeiro de 2020 a 24 de agosto de 2022.

Facebook: 21 de julho de 2020 a 29 de julho de 2022.



→ **Total de 7.135 ocorrências coletadas.**

→ **Amostra analisada:** de acordo com a análise inicial das publicações coletadas, observou-se que a população (total de publicações) foi mais homogênea de acordo com cada rede social. Dessa forma:

Twitter: para uma população de 2.483 ocorrências, nível de confiança em 95% e erro amostral de 5%, foi necessária uma amostra de ao menos 224 ocorrências.

YouTube: para uma população de 1.503 ocorrências, nível de confiança em 95% e erro amostral de 5%, foi necessária uma amostra de ao menos 212 ocorrências.

Instagram: para uma população de 2.159 ocorrências, nível de confiança em 95% e erro amostral de 5%, foi necessária uma amostra de ao menos 221 ocorrências.

Facebook: para uma população de 990 ocorrências, nível de confiança em 95% e erro amostral de 5%, foi necessária uma amostra de ao menos 198 ocorrências.

Em pesquisas qualitativas, dados homogêneos (que têm igual natureza ou semelhança) demandam amostras menores. Em contrapartida, dados heterogêneos (desiguais, diferentes, diversificados) exigem amostras maiores. Para estabelecer o tamanho da amostra desta pesquisa, foram utilizados dois fundamentos:

- 1) saturação de categorias**, quando avaliamos que, em dado momento da análise das menções, não apareceram categorias diferentes e que os novos *posts* coletados se encaixavam nas categorias já existentes;
- 2) aparecimento de regularidades**, de maneira semelhante à saturação de categorias, quando entendemos que a amostra já era relevante ao identificarmos regularidades nas respostas – cenários e padrões já estabelecidos não se alteram.



Resultados da pesquisa

Publicações por canal

Twitter



34,8%

Instagram



30,3%

YouTube



21,1%

Facebook



13,9%

Base: 858 ocorrências (amostra analisada)

Quem publica?

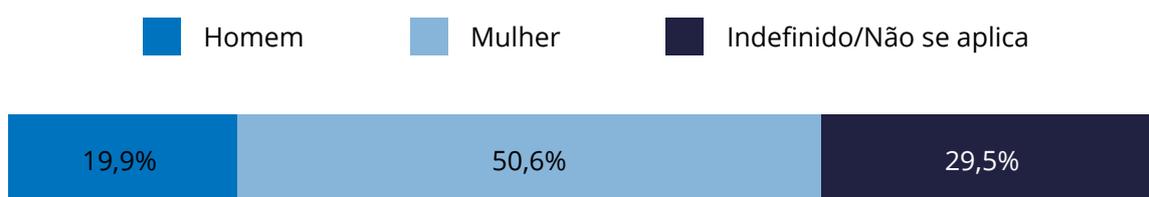
69,7% Usuário – publicações realizadas por pessoas comuns, ou seja, usuários que se identificam enquanto consumidores, que frequentam feiras, hortifrútis, mercados e outros lugares e compartilham suas experiências e opiniões a respeito da compra de frutas, verduras e legumes, de preços, empresas, ofertas, qualidade, entre outros assuntos.

23,5% Empresa – publicações realizadas por perfis de redes sociais que representam empresas, levam o nome do negócio e publicam acerca de promoções e ofertas, divulgação do negócio, informações e curiosidades a respeito de frutas, verduras e legumes, entre outros assuntos. Entram nesse grupo tanto empresas que trabalham com o consumidor direto (como hortifrútis) quanto aquelas que prestam serviços a outras empresas (como escritórios de marketing, contabilidade, fornecedores etc.).

4,8% Empreendedor – perfis identificados como pessoas que atuam ou desejam atuar com o comércio de hortifrútis, e utilizam as redes sociais para tirar dúvidas, compartilhar suas experiências empreendedoras e informar-se acerca de conteúdos relacionados.

1,9% Outros – publicações realizadas por veículos de comunicação, instituições, profissionais autônomos que prestam serviços a empreendedores e influenciadores (pessoas que criam um perfil com o objetivo de criar conteúdo e gerar engajamento com um determinado público-alvo). As publicações trazem conteúdos diversos, porém, sempre referentes ao universo desta pesquisa.

Gênero dos publicadores



Base: 858 ocorrências (amostra analisada).

- As mulheres correspondem a mais da metade (50,6%) das publicações analisadas. Isso mostra que o público feminino é o que mais comenta a respeito de hortifrútis e compartilha suas percepções e experiências em relação à compra desses itens. Essa também é uma indicação de que a maioria do público que realiza a compra de frutas e hortaliças e se enquadram enquanto consumidores é formado por mulheres.
- Os homens, por sua vez, representam a minoria das publicações analisadas (19,9%). Isso indica que o público masculino tem menos interesse ou participa menos da realização de compra desse tipo de alimento.
- Entre indefinido e não se aplica, estão enquadradas as publicações nas quais não foi possível identificar o gênero do publicador, ou, ainda, as publicações de empresas, instituições e perfis de conteúdos.

Classificação das publicações

■ Neutro ■ Positivo ■ Negativo



Base: 858 ocorrências (amostra analisada).



Neutro: publicações que não trazem uma valoração positiva nem negativa e que, de modo geral, tratam sobre relatos de experiências de consumidores, divulgação de produtos e serviços por parte das empresas, além de compartilhamento de opiniões de caráter neutro por parte dos usuários.



Positivo: publicações que trazem mensagens de caráter positivo, como elogios dos consumidores à qualidade ou à estética dos itens de hortifrúti, ao atendimento, ao ambiente, assim como manifestações positivas sobre as experiências relacionadas a ir a feiras de hortifrúti, por exemplo.



Negativo: publicações com mensagens de caráter negativo, como reclamações e críticas por parte dos usuários e consumidores em relação a itens de hortifrúti, ao atendimento e aos ambientes, além de conteúdos com críticas a outros assuntos relacionados ao tema.

O que foi mais abordado nas publicações?

Nuvem de palavras



Base: 858 ocorrências (amostra analisada).

- De modo geral, destacam-se os termos relacionados aos itens de hortifrúti, como “frutas”, “legumes” e “verduras”, assim como “banana”, “morango”, entre outros. Também são mencionados diversas vezes o ambiente em que é realizada a compra, como “supermercado”, “feira”, “sacolão” e o próprio termo “hortifrúti”.
- Foram relacionados ao assunto também termos associados à ação de “comprar”. Além do próprio termo e suas variantes (“compras”, “compro”, “comprei”), aparecem outros, como “produtos”, “promoção”, “ofertas” e “preços”.
- A questão do preço é outro tema bastante recorrente, e o uso de termos como “caro” ou “barato” indicam a opinião dos consumidores.
- Aparecem relacionados também os termos “saúde” e “qualidade”, um indicativo de que os clientes estão atentos ao que é vendido e relacionam o segmento de hortifrúti, muitas vezes, à busca pela saudabilidade.
- Os termos “WhatsApp” e “delivery” também foram bastante mencionados, indicando um caminho para a inovação dentro do segmento.

Hashtags mais utilizadas

#hortifruti	#alimentacaosaudavel
#sacolao	#natalrn
#frutas	#entregaemnatal
#verduras	#deliverydehortifrutiemnatal
#feiradefrutas	#rangelhortifrutidelivery
#legumes	#parnamirim
#supermercado	#rangelhortifruti
#ofertas	#deliveryemnatal
#frutasfrescas	#feiradeverduras
#frutasdaestação	#saude

Base: 858 ocorrências (amostra analisada)

Produtos mais citados

1º fruta - 390 citações	6º morango - 35 citações
2º verdura - 158 citações	7º carne - 35 citações
3º legume - 138 citações	8º tomate - 26 citações
4º banana - 85 citações	9º brócolis - 20 citações
5º leite - 33 citações	10º laranja - 20 citações

Base: 858 ocorrências (amostra analisada)

Tipos de negócios mais citados

- 1º Sacolão - 214 citações
- 2º Mercado/supermercado - 181 citações
- 3º Feira - 165 citações
- 4º Frutaria - 22 citações

Base: 858 ocorrências (amostra analisada)



Hortifrúti - 199 citações: refere-se tanto ao comércio de frutas quanto a uma seção em supermercados ou, ainda, ao conjunto de frutas, verduras e legumes. Por esse motivo, apesar do alto número de citações, optamos por separá-lo.

Comportamento do consumidor

Como os usuários agem

Têm paixão por feiras de hortifrúti: de modo geral, as feiras de hortifrúti são bem vistas pelos usuários, que consideram prazeroso “fazer a feira”, comprando itens considerados saudáveis e gostosos. Alguns usuários até criam uma rotina para frequentar o espaço.



Amo comprar fruta, que delícia¹

🗨️ 2k ↻ 1k ❤️ 6k ↗

Eu amo quando minha mãe vai no hortifruti pq eu me sinto uma pessoa muito saudável que come fruta o dia todo

🗨️ 3k ↻ 1k ❤️ 4k ↗

meu hobby agora é passar no hortifruti dps do trabalho e levar uma coisinha

🗨️ 2k ↻ 1k ❤️ 6k ↗

¹ As publicações foram mantidas conforme o usuário as publicou, de forma a manter sua integridade.

Querem melhorar a saúde: itens de hortifrúti são sempre relacionados a uma boa saúde, e passam a ser o foco de usuários que desejam emagrecer ou buscam uma vida mais saudável.



Comprei fruta e umas verduras no mercado, sério, se não emagrecer agora não emagreço nunca mais kkkkkkkkk

💬 2k ↻ 1k ❤️ 6k ↗

muito bom ser a pessoa que obriga a família a ser saudável me levaram no mercado com eles e fiz comprarem 6 tipos diferentes de fruta, 3 bandejas de brócolis, uma variedade de legumes e verduras... vai ser saudável sim, tá doído?

💬 3k ↻ 1k ❤️ 4k ↗

Como os usuários compram

Fazem compras controladas – ou quase: foi possível observar dois perfis de consumidores – os que não conseguem se controlar e compram itens em excesso, e os que compram estritamente o necessário, de acordo com uma lista ou cardápio.



Comprei muita fruta hoje 😊😄

💬 2k ↻ 1k ❤️ 6k ↗

comprei tanta fruta ontem na quitanda que estou contemplando se terei que fazer um cosplay de carmen miranda até domingo pra compensar

💬 3k ↻ 1k ❤️ 4k ↗

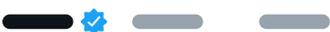
Tenho o script de compras apenas duas frutas: banana e mamão. Comprei morando e agr tô panicking pensando se deveria ter sido tão louca numa quarta

💬 2k ↻ 1k ❤️ 6k ↗

já estou arquitetando todo o menu da semana que vem; pra isso já vou no mercado e hortifruti hj

💬 3k ↻ 1k ❤️ 4k ↗

Gostam dos itens bonitos: embora não seja sempre o principal aspecto a ser considerado, a aparência das frutas pode impactar na decisão de compra do consumidor.



me tornei a pessoa q vai no mercado comprar um bgl e volta cheia de legumes pq tão bonitos

2k

1k

6k



Investem no desejo dos filhos: a compra de hortifrúti ocorre por diversos motivos. Na amostra analisada, sobressaiu principalmente o fato de pais e mães comprarem frutas – por vezes de maneira exagerada – para atender a uma vontade dos filhos.



falei pro pai que tinha comido o melão todo ontem pq tava muito gostoso aí hoje ele disse que ia comprar fruta pro meu sobrinho e voltou c mais 2 melões pra mim kkkk eu amo esse homem

2k

1k

6k



falei com a minha mãe que estava com vontade de comer fruta e ela trouxe logo praticamente o hortifruti inteiro

3k

1k

4k



Acreditam que o preço está mais alto: o preço dos alimentos tem se tornado cada vez mais um empecilho para compras maiores. A visão de alguns usuários é de que “fazer feira” deixou de ser algo barato. Entretanto, ainda assim, compras de hortifrúti podem ser menos custosas do que outros alimentos.



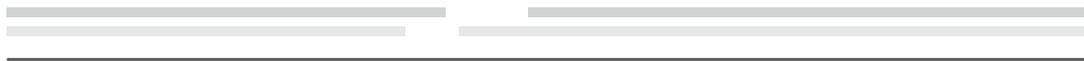
Toda segunda-feira eu saio da empresa e venho pro mercado e sacolão, e muito satisfatório comprar comida mas na moral? As coisas estão caras pra um c*****

2k

1k

6k





Quebrando o mito que o para comer bem tem que pagar caro



quando morei sozinho percebi isso tbm, levar 30 conto nas vendinhas locais dava pra trazer um monte de verdura, fruta, tempero enquanto que com 30 reais no mercado granfe eu mal consigo comprar um kilo de carne e uma caixa de frango empanado

O que os usuários fazem

Gostam de comer mais do que frutas e verduras: os usuários também consideram a feira ideal para comprar outros tipos de alimentos, como pastéis, sucos, saladas de fruta, açaí, entre outros. Os usuários aproveitam a feira para fazer um lanche ou, ainda, passam pelo local apenas com o objetivo de comer.



vou na frutaria todo dia pra comprar doce 🙏

💬 2k ↻ 1k ❤️ 6k ↑

Fui na feira e me acabei no pastel com suco de laranja, e ainda reabasteci minha geladeira com frutas, se fui triste não me lembro

💬 3k ↻ 1k ❤️ 4k ↑

Esperam por bom atendimento: mesmo na venda de hortifrútis, o atendimento pode ser um diferencial e causar a atração ou o afastamento do cliente.



No mercado Municipal o vendedor de frutas tentou me intimidar a comprar frutas, mas eu coloquei ele no lugar dele..

💬 2k ↻ 1k ❤️ 6k ↑

Tem um desgraçado que trabalha no Hortifruti do lado da escola que simplesmente fica me comendo com os olhos e eu tenho uma raiva tão grande dele

💬 3k ↻ 1k ❤️ 4k ↑

Aproveitam o tempo livre entre as atividades: “fazer a feira” é uma atividade considerada essencial para vários usuários. Por essa razão, muitos aproveitam folgas ou espaços livres em seus dias para ir a feiras/sacolões ou ao mercado.



e eu que fui ali no sacolão rapidinho antes da minha próxima aula

2k 1k 6k

Fui na feira aqui perto do trabalho na intenção de comer salgado, voltei cheia de frutas, milagres acontecem, amém 🙌😂

3k 1k 4k

Aproveitam promoções e ofertas: produtos de hortifrúti em oferta, assim como dias especiais de desconto, são estratégias que atraem muitos usuários. Alguns, inclusive, aguardam apenas os dias de promoção para realizar suas compras.



voltei do trabalho e vi promoção no hortifrúti da estação, sai de lá com 500 sacos pra pegar o 2l

2k 1k 6k

Vou deixar pra ir amanhã no mercado pra aproveitar a promoção do hortifrúti

3k 1k 4k

Compram mesmo que depois não comam: comprar hortifrúti é visto como algo positivo e essencial para uma dieta saudável. Apesar disso, alguns usuários comentam que, mesmo comprando esses alimentos, acabam por não comê-los.



Minha vó chegou hoje do trabalho e já tá me dando esporro pq eu comprei vrs frutas pra comer e não comi nada 😂😂😂

2k 1k 6k

Comprar fruta/legume/verdura morando sozinha é o mesmo q jogar dinheiro fora

3k 1k 4k

O que os usuários pensam

Compram mesmo que depois não comam: comprar hortifrútis é visto como algo positivo e essencial para uma dieta saudável. Apesar disso, alguns usuários comentam que, mesmo comprando esses alimentos, acabam por não comê-los.



Minha vó chegou hoje do trabalho e já tá me dando esporro pq eu comprei vrs frutas pra comer e não comi nada 😂😂😂

💬 2k ↻ 1k ❤️ 6k ↗

Comprar fruta/legume/verdura morando sozinha é o mesmo q jogar dinheiro fora

💬 3k ↻ 1k ❤️ 4k ↗

Acham os itens de feiras e sacolões melhor que de mercados: a questão do sabor é um ponto importante para muitos usuários, que consideram os hortifrútis comprados direto do produtor mais gostosos e saborosos do que aqueles do mercado.



obrigado mãe por mandar polpa de fruta pra mim, tenho tanta preguiça de ir na feira que acabo comprando essas horríveis de supermercado

💬 2k ↻ 1k ❤️ 6k ↗

Frutas e verduras compensa mais na feira ou em sacolão, são beeeem melhores. Não sei aí mas aqui a qualidade não é boa não. Dura pouco tempo na geladeira quando compro no supermercado.

💬 3k ↻ 1k ❤️ 4k ↗

Acreditam ser melhor comprar na época da fruta: pensando na questão do preço, diversos usuários compartilham a ideia de que é melhor deixar para comprar sempre as frutas das estações. Assim, o produto torna-se mais disponível e o preço cai.



negócio é comprar fruta em época DA FRUTA, mt mais barato

💬 2k ↻ 1k ❤️ 6k ↗

Têm dúvidas sobre como escolher: comprar hortifrútis pode ser um desafio. Diversos usuários afirmaram não saber como escolhê-los – sendo, inclusive, um impeditivo para a compra –, enquanto outros compartilham dicas de como fazer as melhores escolhas.



Amei o vídeo. Tem muitas coisas que deixo de comprar pq n sei se está bom.



O coco conhece que tá bom quando bate nele com uma faca! O som é diferente de quando está estragado! 🤓🔪

Críticas e reclamações observadas



Sobre frutas, verduras e legumes

Comprar itens estragados ou com machucados; o item estragar rápido demais após a compra; comprar itens que não estão completamente desenvolvidos ou maduros; comparação entre frutas orgânicas ou direto do produtor (mais saborosas) e as de mercado/feira (menos saborosas); a fruta ter um gosto ruim ou não ser saborosa o suficiente; presença de bichos nas frutas ou nos vegetais; uso de produtos químicos.



Sobre feiras, sacolões e mercados

Não ter uma feira ou um sacolão na cidade ou próximo da casa do usuário; a feira/sacolão/mercado esconder os machucados da fruta; a feira/sacolão/mercado vender itens prestes a estragar; a feira/sacolão não estar aberta em horários mais práticos ao usuário, como na ida ou na volta para o trabalho/a universidade; vendedores muito enfáticos na hora de buscar convencer o cliente a comprar; vendedores que assediam consumidoras; não encontrar o item desejado à venda; muitas pessoas no sacolão/feira; filas muito grandes, mesmo em horários de menor movimento; poucas formas de pagamento; alto custo dos itens de hortifrúti; necessidade de reestruturação e reformas em feiras e sacolões; venda de pacotes fechados com frutas de baixa qualidade.

Opinião sobre frutas descascadas, cortadas e embaladas

Esta pesquisa buscou observar também o que os usuários comentam a respeito da venda de itens de hortifrúti vendidos embalados, já descascados e/ou picados. De modo geral, a opinião das pessoas foi negativa, sobretudo por três razões:

- Consideram uma prática pouco sustentável, uma vez que gera mais lixo para itens que, normalmente, teriam apenas resíduos compostáveis.
- Observam que essa prática torna o item mais caro, uma vez que uma única fruta descascada/picada, por vezes, alcança o valor do quilo da fruta in natura.
- Acreditam que frutas embaladas têm uma qualidade inferior, ou foram vendidas dessa forma por estarem estragadas ou machucadas.

Por outro lado, alguns usuários defenderam a ideia, sobretudo por dois motivos:

- Frutas vendidas já descascadas ou picadas auxiliam pessoas com deficiência ou com dificuldade motora, possibilitando que se alimentem de frutas que não conseguiriam descascar sozinhas, por exemplo.
- Alimentos nesse formato também são bem vistos por pessoas que não desejam se sujar ou ficar com cheiro dos alimentos nas mãos.

CLASSIFICAÇÃO DAS PUBLICAÇÕES SOBRE HORTIFRÚTIS DESCASCADOS, PICADOS E EMBALADOS



Base: 858 ocorrências (amostra analisada).



Insights – O que descobrimos?

As mulheres são maioria: embora com esta pesquisa não seja possível afirmar que as mulheres formem o grupo principal de consumidores de hortifrúti, elas são as que mais comentam sobre suas experiências e se interessam pela compra e pelo preparo de refeições com frutas, verduras e legumes – sendo, portanto, o público-alvo em publicidades e campanhas realizadas em redes sociais.

Frutas cortadas, picadas, descascadas e embaladas: esse formato de venda, embora esteja se tornando cada vez mais popular no comércio, ainda encontra forte resistência por grande parte dos usuários de redes sociais. Ainda que algumas pessoas apontem o benefício da prática para quem tem alguma deficiência, o sentimento geral é de que a venda desses itens gera lixo desnecessário.



DICA: Para trabalhar com a venda desses itens, será necessário, primeiramente, educar o consumidor a respeito dos benefícios do consumo de alimentos minimamente processados. A questão da sustentabilidade também precisará receber atenção, com escolhas de embalagens mais sustentáveis e aumento de práticas socioambientais como compensação.

Questão de estética: embora não seja o aspecto principal levado em consideração pelos usuários (o sabor parece ser algo mais relevante nas publicações observadas), frutas com boa aparência chamam a atenção e despertam o desejo do consumidor, que, por outro lado, sente-se decepcionado quando descobre que algum machucado ou imperfeição foi escondido pelo vendedor.



DICA: Colocar os produtos mais bonitos na frente, para chamar a atenção do consumidor, é uma estratégia que dá certo. Entretanto, é preciso garantir que eles estejam realmente em boas condições e evitar esconder machucados e imperfeições – isso gera o efeito contrário e atrai críticas dos consumidores.

Questão de saúde: a compra de produtos de hortifrúti, assim como a ida a feiras e sacolões, estão cada vez mais relacionadas à procura por uma vida mais saudável e equilibrada. Muitas empresas que vendem esses produtos, inclusive, realizam publicações com foco nos seus nutrientes e seus benefícios para a saúde.

Inovação para venda de hortifrúti: entre as publicações analisadas, foi observado um movimento em direção ao uso de tecnologia para facilitar a experiência do consumidor. Entre essas inovações, está o uso de WhatsApp para realizar solicitações e compras, assim como a criação de feiras totalmente online – ambas com delivery e entrega programada.



Saber escolher o produto: a compra de frutas, verduras e legumes é algo complicado para alguns consumidores, que não sabem como escolher os melhores itens. Além disso, a compra de produtos estragados ou com alguma imperfeição, muitas vezes, gera reclamações de quem compra. Assim, a combinação desses dois fatores pode ocasionar uma visão bastante crítica dos consumidores em relação à empresa, ainda que seja uma questão que, muitas vezes, foge do controle do empreendedor/vendedor.



DICA: Essa é uma boa oportunidade para gerar engajamento nas redes sociais! Crie conteúdos para divulgar as boas práticas na hora de escolher itens de hortifrúti – além de receber o agradecimento de muitos usuários, essa também é uma estratégia para fazer as pessoas comentarem sobre suas próprias técnicas e responderem às dúvidas de outras.

Fontes consultadas

IBGE: Só 13% dos brasileiros comem frutas e hortaliças adequadamente. Valor Econômico. 2020. Onde é mais barato para comprar frutas e legumes: supermercados, hortifrúti ou feiras? Valor Econômico. 2022. Pesquisa revela que a feira livre é uma boa opção de economia. Proteste. 2022. Thais Abrahão. Inflação alta espanta consumidores e faz feira livre encolher. Sincovaga. 2022.

PESQUISA DE REDES SOCIAIS /// AGRICULTURA /// 25 DE AGOSTO A 2 DE SETEMBRO DE 2022

Especialista Sebrae Agro

Víctor Rodrigues Ferreira - Sebrae NA

Analista de inteligência

Jefferson Auri de Araújo

Coordenação

Douglas Parahyba de Abreu - Sebrae GO
Víctor Rodrigues Ferreira - Sebrae NA

Polo
Sebrae **agro**

50+50 **SEBRAE**

polosebraeagro.sebrae.com.br

