

Pesquisa de Redes Sociais

FRUTAS VERMELHAS

Consumo e Opinião nas Redes Sociais

O mercado de frutas vermelhas abre um universo de oportunidades para empreendedores que desejam explorar um nicho lucrativo. Com cores vibrantes, sabores irresistíveis e propriedades nutricionais excepcionais, as frutas vermelhas conquistam cada vez mais consumidores e paladares, sobretudo entre aqueles que buscam uma alimentação mais saudável e natural.

O que são frutas vermelhas?

O grupo das frutas vermelhas, que inclui variedades de cores que vão do vermelho ao roxo, como morangos, framboesas, mirtilos, goiabas, melancias, maçãs, uvas, amoras e o famoso açaí, representa uma fonte rica de nutrientes. Essas frutas, especialmente as originárias da Amazônia, como o açaí, são abundantes em antioxidantes, vitaminas, minerais e fibras, essenciais para a promoção da saúde e do bem-estar. E o potencial dessas frutas é imenso, não apenas por seus benefícios nutricionais, mas também pela capacidade de adaptação: o [Zoneamento Agrícola de Risco Climático \(Zarc\)](#) ressalta a viabilidade do cultivo do açaí, uma palmeira amazônica, em grande parte do território brasileiro, incluindo o Centro-Oeste e o norte de Minas Gerais, mediante sistemas de irrigação. Essa prática agrícola, apoiada pelo Zarc, minimiza os riscos associados ao clima, fornecendo aos produtores maior segurança e estabilidade, e evidenciando o valor e o potencial das frutas amazônicas no cenário agrícola nacional.

O Cerrado brasileiro, que abrange também o estado de Goiás, apresenta um novo cenário para a produção de frutas vermelhas. [Novos sistemas de produção fora do solo](#), como o sistema recirculante de morango em substrato, permitem o cultivo em regiões não tradicionais e fora da época habitual. Isso abre portas para pequenos produtores, gerando renda mais constante na propriedade rural.

Cultivares adaptadas ao clima quente – Pesquisa da Epamig em Minas Gerais demonstra o potencial de cultivo de frutas vermelhas em regiões de clima quente, como o Cerrado. Variedades de amora-preta (*arapaho*, *tupy* e *brazos*) e framboesa (*heritage*) se destacaram e produziram frutos em condições de temperatura elevada.

Esta pesquisa em redes sociais se propõe a analisar o que os usuários do X (antigo Twitter) compartilham sobre o consumo de frutas vermelhas, mapeando suas preferências e necessidades. Como uma rede social voltada para a publicação de textos e com espaço para discussões diversas, a pesquisa tem como objetivo ajudar empreendedores a compreender melhor as necessidades e os desejos dos consumidores, apresentando inspirações de negócios e de como se destacar nesse mercado que se encontra em expansão.

Metodologia

1. Condução de pesquisa netnográfica: por meio de ferramentas de monitoramento, é feita uma análise de como as pessoas se expressam nas redes sociais.
2. Análise de informações de mercado e comportamento do consumidor em relação ao consumo de frutas vermelhas.
3. Levantamento do perfil de quem fala sobre o assunto nas redes sociais.
4. Identificação de insights, assuntos correlatos e estratégias usadas.

Detalhamento do monitoramento nas redes sociais

→ Canais monitorados e períodos de coleta

 **Twitter**¹: 12 a 25 de fevereiro de 2024.

→ Total de ocorrências (postagens) analisadas

 **Twitter**: 466 ocorrências.
Margem de erro de 3,69% para um nível de confiança de 95%.

→ Total de ocorrências (postagens) coletadas



Em pesquisas qualitativas, o tamanho da amostra também é determinado pela natureza dos dados. Para dados homogêneos (semelhantes), são necessárias amostras menores, enquanto dados heterogêneos (diversificados) requerem amostras maiores. Nesta pesquisa, o tamanho da amostra foi estabelecido com base em dois critérios: 1) saturação de categorias, que ocorre quando novas menções se encaixam em categorias já existentes sem apresentar novidades; 2) aparecimento de regularidades, em que o tamanho da amostra é considerado adequado ao se observar padrões consistentes nas respostas, indicando que cenários e padrões estabelecidos permanecem inalterados.

1. A pesquisa concentrou-se na plataforma X (anteriormente conhecida como Twitter), devido ao seu forte enfoque em conteúdo textual, em que os usuários compartilham desejos, lembranças, experiências, críticas e elogios. Esta característica da rede social a torna aquela que oferece mais insumos para o estudo em questão.

Resultados da pesquisa

Quem publica?



97,6% – **usuários comuns:** publicações realizadas por pessoas que utilizam seus perfis na rede social para entretenimento e socialização, indicando desejos, reclamações, elogios, ações realizadas, entre outras coisas.



2,4% – **Empresas/empresários:** publicações realizadas por perfis associados a empresas ou por profissionais/empreendedores que publicam sobre seus negócios.

Sentimentos das publicações

■ Negativo ■ Neutro ■ Positivo



Posts positivos: mostram apreciação pelas frutas vermelhas, destacando o entusiasmo por sabores, satisfação e desejo de consumir produtos, além de nostalgia de sabores da infância.



Posts negativos: revelam insatisfações, como frustrações por não encontrar produtos desejados e críticas a sabores artificiais ou excessivamente doces.



Posts neutros: relatam fatos ou preferências, como a compra de ingredientes ou questionamentos sobre gostos pessoais, sem expressar sentimentos fortes.

Frutas mais citadas

De modo geral, o açaí foi a fruta vermelha mais citada pelos usuários, atrás somente do termo geral “frutas vermelhas”.

Frutas vermelhas	245 vezes	Framboesa	7 vezes	Uva	4 vezes
Açaí	170 vezes	Maçã	6 vezes	Mirtilo	4 vezes
Morango	65 vezes	Amora	6 vezes	Cereja	2 vezes
Blueberry/Mirtilo	8 vezes	Melancia	5 vezes	Pitaya	2 vezes

Além dessas, outras frutas como cupuaçu, maracujá, laranja, banana e limão, e o termo “frutas”, sem acompanhamento do qualitativo, também foram citados na amostra.

Termos gerais mais citados



- **Presença de açaí:** o açaí é a fruta vermelha mais mencionada, com forte presença nos posts. Isso pode ser explicado por sua popularidade no Brasil.
- **Consumo e receitas:** há uma grande quantidade de posts relacionados ao consumo de frutas vermelhas, seja em sua forma natural, em receitas (sorvetes, bolos, etc.) ou em outros produtos (iogurte, refrigerante, etc.).
- **Emoções positivas:** o sentimento geral em relação às frutas vermelhas é positivo, com muitos posts expressando vontade e satisfação.
- **Compartilhamento de experiências:** os usuários compartilham suas experiências com frutas vermelhas, desde o que desejam comer até recordações.
- **Termos relacionados ao consumo:**
 - “Comer”, “comprei”, “comi”, “amo”, “bom”, “gosto”, “queria”, “gostos” e “comprou” demonstram o interesse em consumir frutas vermelhas.
 - “Sorvete”, “bolo”, “chocolate”, “geleia”, “pizza”, “cheesecake”, “iogurte” e “refrigerante” indicam a variedade de produtos com frutas vermelhas apreciados pelos usuários.
- **Termos relacionados à compra:**
 - “Comprar”, “comprei”, “quero” e “melhor” sugerem que os usuários estão buscando informações sobre onde comprar e qual a melhor opção de fruta.

Comportamentos observados

Diversidade de produtos e preferências: o aroma e o sabor das frutas vermelhas são altamente valorizados em contextos alimentares e em produtos de cuidados pessoais, destacando a busca por experiências sensoriais prazerosas. A ampla gama de produtos mencionados destaca a diversidade de interesses dos consumidores. Isso sugere oportunidades para o desenvolvimento de novos produtos que atendam a essas preferências variadas.



- *te amo esfoliante da *****, te amo sabonete de frutas vermelhas cheiroso te amo sabonete intimo de morango com champanhe*
- *mds to mt cheirosa com esse sabonete q eu comprei de frutas vermelhas da ******

Uso de frutas vermelhas em bebidas alcoólicas: as bebidas alcoólicas com sabores de frutas vermelhas são apreciadas por seu gosto único, indicando uma preferência por combinações inovadoras e sabores frutados no segmento de bebidas.



- *acabei de descobrir q ice de frutas vermelhas entra facilmente no meu top5 bebidas alcoólicas*
- *fazendo todo mundo comprar caipirinha de pitaya com morango pq eu fiquei apaixonada*

Favorito universal: o açaí é constantemente mencionado, não apenas por seu sabor, mas como um componente essencial de dietas, momentos de lazer e conforto emocional. A popularidade do açaí ressalta a demanda por produtos saudáveis e saborosos.



- *Todo dia tenho vontade de comer açaí, e como ! 🙄*
- *sem comer com açaí eu não sou ninguém*

Busca por qualidade e autenticidade: há uma clara preferência por produtos de alta qualidade e autenticidade, como evidenciado por expressões de satisfação com picolés ou a frustração com produtos que não atendem às expectativas de sabor.



- *Hj no supermercado Enrico pediu um pote de sorvete, comprei, agora fomos tomar eo trem de frutas vermelhas parece ser de limão de tão azedo kkkk ele " mamãe mt ruim " 🙄*

Valorização da conveniência e acessibilidade: algumas publicações expressam frustração com a dificuldade de acesso, como indisponibilidade de uma fruta, ou o custo de entrega de produtos, sugerindo a importância da conveniência e da acessibilidade na decisão de compra dos consumidores.



- *queria muito comer o açaí de um lugar específico do ifood mas me recuso a pagar 13 reais de frete*

Frustrações e desapontamentos: outras publicações refletem frustrações ou desapontamentos relacionados à substituição ou falta de sabores esperados de frutas vermelhas em produtos alimentícios, destacando a importância de atender às expectativas dos consumidores.



- *minha madrinha comprou um sorvete (disse que é um q todo mundo gosta) napolitano, ai eu pensei hmm gostoso adoro napolitano... fui pegar e cometeram um crime... trocaram TROCARAM o sabor de morango por FLOCOS*

Preferências personalizadas e experimentação: os consumidores expressam preferências específicas e estão dispostos a experimentar diferentes produtos de frutas vermelhas, indicando um mercado aberto para inovações e produtos personalizados. Algumas publicações trazem apreciação por produtos inovadores que incorporam frutas vermelhas, o que mostra que os consumidores valorizam experiências únicas.



- *Bom dmss O sorvete inspirado no perfume couro deles é de chocolate amargo com frutas vermelhas E o de limão taiti também é uma delícia*
- *minha vó fez torta salgada com geleia de frutas vermelhas isso não faz sentido nenhum mas foi o melhor alimento que comi esse mês*

Conexão emocional e social com o consumo: o consumo de açaí e produtos de frutas vermelhas muitas vezes está ligado a sentimentos de nostalgia, conforto emocional ou atividades sociais, sugerindo que esses produtos desempenham um papel importante na vida social e emocional dos consumidores.



- *Abri o discord e lendo umas coisas e me deu saudade da Yasmin, as vezes parece que ela ainda tá aqui, eu ainda não consigo aceitar que ela se foi sabe, parece que ela vai me chamar no wpp a qualquer momento pra gente ir tomar um açaí ou comer qualquer coisa ...*
- *Já comi pastel e agora é o momento de pedir meu açaí porque eu lido com frustrações comendo (e com terapia), e não enchendo a paciência das pessoas... 🙄*

Valorização de experiências compartilhadas: há uma tendência de as pessoas desejarem compartilhar experiências de consumo, especialmente de açaí, com amigos ou parceiros, destacando a importância social desses momentos.



- *Chamei minha cunhada pra vim dormir aqui pra gente comer açaí juntasssss*

Preferência por consumo em momentos de conforto ou necessidade: frutas vermelhas, especialmente quando mencionadas em combinação com açaí, parecem estar associadas a momentos de conforto pessoal e bem-estar. Várias publicações indicam o consumo desses produtos em momentos de busca por conforto, relaxamento ou até mesmo para lidar com desconfortos físicos.



- *meu dente ta nascendo e a única coisa q eu pensei foi q agr eu tenho desculpa pra pedir pro meu pai comprar um potao de açaí p eu come de colher enquanto choro*

Saúde e bem-estar: a inclusão de frutas vermelhas em dietas é mencionada em contextos de saúde e bem-estar, sugerindo uma percepção desses alimentos como saudáveis ou benéficos para a saúde.



- *Para os rins e sistema urinário. Frutas vermelhas, especialmente, “cranberry”. Mirtilo, Amora, Cranberry, etc. Como já pensei com cálculo renal, tenho que ajudar.*

Experimentação e criatividade na cozinha: há também um interesse visível em experimentar e criar receitas próprias com frutas vermelhas, indicando uma tendência de consumidores buscando personalizar suas experiências gastronômicas. As frutas vermelhas são altamente valorizadas por sua versatilidade culinária, usadas em uma ampla gama de preparações, desde *smoothies* até bolos e sobremesas. Os consumidores apreciam tanto pela sua funcionalidade como pelo sabor.



- *Ai que sonho, eu tinha um “saco” gigante de frutas vermelhas congeladas, preciso comprar de novo. Smoothie é quase a mesma coisa que o suco, só que com leite, eu uso leite sem lactose e congelo também, aí fica parecendo um sorvete*

Publicações positivas

Do que os usuários gostam?

Experiências positivas com produtos

Categoria	Detalhes	Exemplos
Sabor	Delicioso, refrescante, marcante	Açaí com banana, bolo de frutas vermelhas, sorvete de morango
Aroma	Agradável, suave, convidativo	Sabonete líquido de frutas vermelhas, hidratante de frutas vermelhas
Qualidade	Ingredientes frescos, textura perfeita, sabor autêntico	Açaí da marca X, sorvete da marca Y, bolo caseiro de frutas vermelhas

Momentos agradáveis

Categoria	Detalhes	Exemplos
Compartilhamento	Com amigos, familiares, em momentos especiais	Comer açaí com amigos, fazer piquenique com bolo de frutas vermelhas
Relaxamento	Sensação de bem-estar, paz, conforto	Tomar banho com sabonete de frutas vermelhas, usar hidratante perfumado de frutas vermelhas
Descontração	Momentos de alegria, prazer, diversão	Assistir filme comendo açaí, tomar caipirinha de frutas vermelhas com amigos

Desejo por produtos com frutas vermelhas

Categoria	Detalhes	Exemplos
Alimentos	Açaí, sorvete, bolo, <i>cheesecake</i> , etc.	logurte de frutas vermelhas, biscoito recheado com geleia de frutas vermelhas
Bebidas	Suco, <i>smoothie</i> , vitamina, água aromatizada, etc.	<i>Smoothie</i> de frutas vermelhas, água com gás com infusão de frutas vermelhas
Outros	Roupas, acessórios, itens de decoração, etc.	<i>Cropped</i> com estampa de morango, hidratante com aroma de frutas vermelhas

Emoções

Categoria	Detalhes	Exemplos
Alegria	Expressão de sentimento de felicidade, contentamento ou satisfação	Expressões de felicidade com o sabor dos produtos, desejo por produtos com frutas vermelhas
Satisfação	Qualidade dos produtos e experiências positivas, momentos agradáveis com amigos e familiares	Sensação de estar se cuidando e se mimando, gratidão por momentos especiais
Gratidão	Agradecimento por momentos especiais, reconhecimento da qualidade dos produtos, valorização das pessoas que proporcionam momentos agradáveis	Agradecimento por receber açaí de presente, reconhecimento da qualidade do bolo caseiro

Publicações negativas

Quais são os problemas?

Problema	Emoção	Exemplo	Recomendação
Experiências negativas com produtos	Frustração	Açaí com gosto de limão Sorvete de frutas vermelhas com gosto de remédio	Melhorar a qualidade dos produtos
Dificuldades para encontrar produtos	Tristeza	Falta de açaí nos mercados	Garantir a disponibilidade dos produtos
Problemas com o consumo	Desconforto	Dor de dente ao comer açaí Enjoo ao tomar chá de frutas vermelhas	Oferecer alternativas
Falta de opções	Frustração	Cardápios limitados em restaurantes Dificuldade para encontrar substitutos para o sabor de frutas vermelhas	Melhorar a experiência do cliente

5 Insights para explorar o potencial das frutas vermelhas



1) Alto valor atribuído às experiências sensoriais

Os consumidores valorizam profundamente as experiências sensoriais proporcionadas pelas frutas vermelhas, tanto em termos de sabor quanto de aroma. Pequenos empreendedores podem explorar essa tendência, desenvolvendo produtos que enfatizam essas características, como alimentos, bebidas e até produtos de cuidados pessoais com essências de frutas vermelhas. A criação de experiências únicas e memoráveis pode ser um diferencial competitivo.



2) Preferência por produtos saudáveis e naturais

Existe uma percepção positiva em relação às frutas vermelhas como opções saudáveis e naturais. Empreendedores podem capitalizar sobre essa visão, promovendo produtos que destacam os benefícios das frutas vermelhas à saúde, como *smoothies*, barras de proteína, suplementos e produtos de beleza que utilizam ingredientes naturais.



3) Demanda por variedade e inovação

Os consumidores buscam variedade e novas experiências nos produtos de frutas vermelhas. Oferecer uma ampla gama de produtos que incorporam diferentes tipos de frutas, explorando combinações incomuns e apresentações inovadoras, pode atrair um público mais amplo e satisfazer o desejo por novidades.



4) Importância do aspecto social e compartilhamento

Muitas experiências de consumo de frutas vermelhas estão associadas a momentos compartilhados com amigos e familiares. Empreendedores podem explorar esse aspecto social criando produtos destinados a serem compartilhados ou oferecendo embalagens e porções que facilitam o consumo coletivo, além de promover eventos ou espaços que incentivem a socialização em torno de seus produtos.



5) Necessidade de conveniência e acessibilidade

Frustrações com a disponibilidade e a conveniência de compra são temas recorrentes. Pequenos empreendedores têm a oportunidade de se destacar no mercado, oferecendo soluções que abordem essas questões, como serviços de entrega rápida, pontos de venda acessíveis e embalagens práticas para consumo *on the go*. Investir em uma presença on-line forte e em plataformas de delivery pode também aumentar significativamente o alcance e a conveniência para os consumidores.

Fontes

Novos sistemas criam oportunidade de produção de frutas vermelhas no Cerrado. Embrapa. 2021. Pesquisa aponta potencial de cultivo de frutas vermelhas em regiões de clima quente. Globo Rural. 2023. Conheça todo o poder das frutas vermelhas e seus benefícios. Oba Hortifrúti. Acesso em 2024. Ronaldo Rosa. Açaí ganha o seu primeiro Zoneamento Agrícola de Risco Climático. Embrapa. 2024.

PESQUISA DE REDES SOCIAIS /// AGRICULTURA /// 26 DE FEVEREIRO A 1º DE MARÇO DE 2024

Especialista Sebrae Agro

Victor Rodrigues Ferreira - Sebrae NA

Coordenação

Douglas Paranhos de Abreu - Sebrae GO
Victor Rodrigues Ferreira - Sebrae NA

Analista de inteligência

Jefferson Auri de Araújo

Consultor Polo Sebrae Agro

Jaqueline Pinheiro da Silva

