

# 130. FREQUÊNCIA DE CONSUMO DOS DIFERENTES SUBGRUPOS DE ARROZ E O QUE INFLUENCIA NA ESCOLHA

Michele Mendes<sup>1</sup>, Mario Sérgio Azeredo<sup>2</sup>, Gilberto Amato<sup>3</sup>, Victor Hugo Kayser<sup>4</sup>, Bernardo Iochpe<sup>5</sup>

Palavras chave: Consumo, arroz, influencias na escolha.

1

## INTRODUÇÃO

O arroz faz parte dos hábitos alimentares dos brasileiros há cerca de um século, sendo consumido basicamente na forma de grãos descascados e polidos(CASTRO,1999).O acompanhamento do comportamento do consumidor e a identificação dos fatores que afetam a compra de um produto são, cada vez mais, de fundamental importância. Essa relevância é cada vez maior para que os segmentos de produção, industrialização e distribuição de produtos alimentares permaneçam na atividade, uma vez que, com a abertura comercial, a competição e, conseqüentemente, o processo de concentração nesses segmentos(BARATA, 2005).

Este trabalho teve como objetivo verificar a frequência de consumo dos diferentes subgrupos de arroz e as influências na escolha do consumidor.

## MATERIAIS E MÉTODOS

Os dados foram coletados através de questionário contendo quesitos sobre os hábitos de consumo de arroz branco polido, parboilizado polido, integral e saborizado, os fatores que influenciam na escolha dos diferentes subgrupos de arroz, sobre os tipos de arroz disponíveis no mercado e sobre a frequência de consumo.

Foi aplicado a 131 pessoas, nos meses de abril e maio de 2009, participantes dos eventos: Festa do Arroz com Leite (Viamão-RS), ExpoArroz (Pelotas – RS) e Festa Regional do Arroz (São João do Polêsine – RS), que visitaram o estande do IRGA. Para a análise dos dados foi utilizada a planilha Excel.

As questões eram de múltipla escolha dentre uma escala de 1 a 5 (Figura 1).

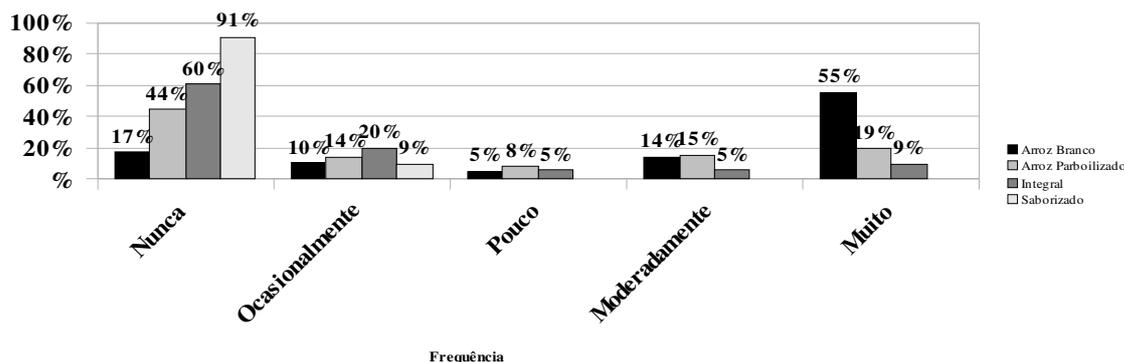
5	4	3	2	1
Consome muito (Todos os dias)	Consome moderadamente (Até 3 vezes / semana)	Consome pouco (1 vez / semana)	Consome ocasionalmente (Cerca de 1 vez ao mês – 1 fim de semana)	Nunca consome

Figura 1. Escala de consumo do questionário aplicado à pesquisa de consumo de arroz.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

O arroz branco recebeu a qualificação “ingerido muito” por 55% dos entrevistados, seguido pelo arroz parboilizado, com 19% e integral por 9,2%. Já o arroz saborizado é ingerido ocasionalmente por 9,2% dos entrevistados(Figura 2).

<sup>1,2,3,4,5</sup>

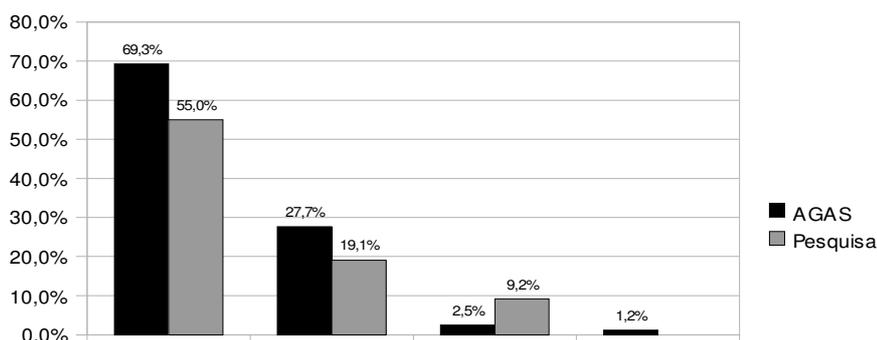


**Figura 2. Frequência de consumo de diferentes subgrupos de arroz.**

CAVALHEIRO em sua pesquisa encontrou 11% no consumo de parboilizado, já a Associação Gaúcha de Supermercados (AGAS) encontrou 27,67% de vendas de arroz parboilizado no mês de março de 2009, esse aumento no consumo pode ter sido devido a queda no preço do arroz parboilizado que está custando praticamente o mesmo que o arroz branco. O consumo de arroz parboilizado tem crescido muito nas últimas décadas (ABIAP). Outra causa pode estar associada à divulgação de atributos do parboilizado. Segundo a FAO, parboilizando, “obtem-se de uma certa quantidade de arroz em casca (*paddy*) mais arroz polido e com menos quebrados;...permite obter um produto que se conserva muito mais tempo que o arroz comumente produzido e retém mais elementos nutritivos durante seu processamento”(FAO, 1949).

Em comparação com o arroz branco polido, o arroz parboilizado apresenta vantagens nutricionais importantes, destacando-se os maiores teores de minerais, vitaminas e substâncias com ação semelhante a das fibras, como o amido resistente, o qual atua na manutenção da glicemia e na redução do colesterol. O arroz parboilizado apresenta também menor índice glicêmico do que o branco polido, beneficiado pelo processo convencional de industrialização (WALTER, 2008).

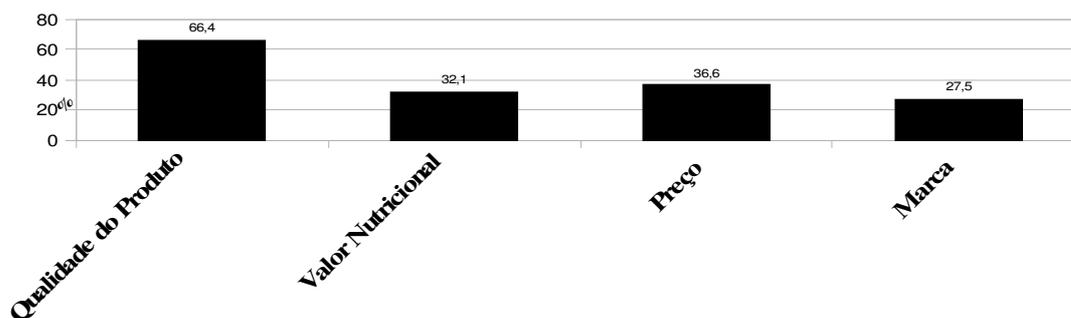
O arroz saborizado aparece como consumido apenas ocasionalmente por 9,2% dos entrevistados e ainda segundo a AGAS o consumo de arroz saborizado no mês de março de 2009 foi 1,18% (Figura 3), isso pode ser devido ao fato de 45% não conhecer os diferentes tipos de arroz e também ao seu custo ser mais elevado que os demais produtos em pauta.



**Figura 3. Comparativo dados de consumo de arroz AGAS e pesquisa.**

Na questão sobre conhecimento dos subgrupos de arroz disponíveis no supermercado 55% refere conhecer contra 45% dos que afirmam desconhecer.

Quanto ao que influencia na escolha dos diferentes subgrupos de arroz, a qualidade do produto aparece em 66,4%, seguido pelo preço com 36,6%, valor nutricional 32,1% e marca 27,5% (Figura 4).



**Figura 4. Fatores que influenciam consumidores de arroz na escolha dos diferentes subgrupos de arroz.**

Soma dos percentuais diferentes de 100 em função de respostas múltiplas

Na frequência de consumo, 75,6% afirmam consumir arroz todos os dias, 19,1% até três vezes por semana, 2,3% até uma vez por semana e 2,3% até uma vez por mês.

Para os que consomem arroz branco, quando perguntados sobre o que os influencia na escolha a qualidade do produto e preço são os principais fatores; para o arroz parboilizado qualidade do produto e valor nutricional; para o arroz integral valor nutricional e qualidade do produto são os determinantes na escolha.

Segundo JULIANO, entre as razões para preferência de um determinado tipo de arroz, entre consumidores urbanos, as razões mais comumente citadas foram volume de expansão (56%) e brancura / translucidez (50%), maciez e sabor foram citados por 40% enquanto preço baixo foi citado por 37%, pureza e limpeza foram consideradas importantes para 34%.

Ao serem cruzados os dados de influência de escolha com escolaridade, foi observado que as pessoas com até primeiro grau completo são mais influenciadas por preço e marca, enquanto as com segundo grau valorizam a qualidade do produto e preço, já as pessoas com curso superior a qualidade do produto e valor nutricional são as variáveis que as influenciam.

## CONCLUSÃO

O arroz branco continua sendo o mais consumido por mais da metade dos entrevistados, seguido pelo parboilizado e integral; o arroz saborizado aparece consumido apenas ocasionalmente, ou seja não faz parte do hábito dos consumidores. Qualidade do produto é o fator que mais influencia na escolha do subgrupo de arroz, seguida pelo preço, valor nutricional e a marca.

## REFERÊNCIAS

Associação Brasileira das Indústrias de Arroz Parboilizado. Disponível em: [www.abiap.com.br](http://www.abiap.com.br), acesso em 20/05/2009.

AGAS. Associação Gaúcha de Supermercados. [www.agas.com.br](http://www.agas.com.br) acesso em 12/05/2009.

BARATA, T.S. **Caracterização do consumo de arroz no Brasil: Um estudo na região metropolitana de Porto Alegre.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, XLIII, Ribeirão Preto, 2005.

CASTRO, E.M.; VIEIRA, N.R.A.; RABELO, R.R.; SILVA, S.A. **Qualidade de grãos em arroz.** Santo Antônio de Goiás: Embrapa Arroz e Feijão, 1999. 30 p.

CAVALHEIRO, F.Z.; SILVA, P.M.; GULARTE, M.A. **Estudo do comportamento do consumidor de arroz.** In: XVI Congresso de Iniciação Científica, IX Encontro de Pós-Graduação, Pelotas, 2007.

FAO, 1949 In: Amato, G.W.; Carvalho, J. L. V.; Silveira F<sup>o</sup> , S. **Arroz Parboilizado: Tecnologia limpa, produto nobre.** Ricardo Lenz, Porto Alegre, 2002.

JULIANO, B.O. **Rice in human nutrition.** Rome: FAO, 1993.

WALTER, M.; MARCHEZAN, E.; AVILA, L.A. **Arroz: composição e características nutricionais.** Ciência Rural, v.38, n.4, jul, 2008.