

FATOR ECONÔMICO E PRATICIDADE PARA A DECISÃO DE COMPRA DE ARROZ PARBOILIZADO

Marcia Arocha Gularte¹; Daniele Ziglia de Freitas²; Priscila Missio da Silva³

Palavras - chave: Arroz parboilizado, preparo, cocção, preço.

INTRODUÇÃO

Existem diferentes variáveis que são responsáveis pela atitude do consumidor no momento da compra. Fatores econômicos, psicológicos, geográficos são aspectos que podem influenciar em uma percepção positiva ou negativa referente a um produto qualquer (BEHRENS, 2007; BARATA, 2005).

Segundo MOWEN e MINORO (1998) o processo de decisão de compra de determinado produto é influenciado por três fatores principais: diferenças individuais (fatores culturais e fatores pessoais), influências ambientais (fatores sociais) e influências subjetivas (fatores psicológicos). Além dos fatores, culturais, sociais e pessoais, o comportamento do consumidor também sofre grande influência dos fatores psicológicos, que são caracterizados por motivação, percepção, aprendizado, crenças e atitudes.

O arroz branco é um alimento básico para maior parte da população mundial, e tratando-se de um alimento tradicional acaba possuindo boa aceitabilidade no momento da compra, no entanto, conforme Barata (2005) o consumo deste cereal vem diminuindo de acordo com o aumento da renda per capita dos consumidores, ou seja, nas famílias em que o poder aquisitivo é maior, parte do arroz acaba sendo substituído por outros alimentos (STORCK, 2004).

No Brasil existem três tipos de arroz mais consumidos, que são o arroz branco polido, parboilizado e o integral, sendo os dois primeiros os mais consumidos respectivamente. O arroz parboilizado passa por um beneficiamento diferenciado do branco polido, o que acarreta em alterações de suas características apresentando aumentos em valor nutritivo, renda, rendimento, tempo de preparo e conservabilidade de grãos e dos subprodutos (FARIA, 2007). Segundo Freitas et al. (2009) os consumidores não tem conhecimento destas diferenças, o que identifica uma carência de informações sobre o arroz parboilizado.

Baseado no que foi exposto este trabalho tem como objetivo avaliar a percepção dos consumidores de arroz com relação ao tempo de preparo do arroz parboilizado e verificar a influência de fatores econômicos no seu consumo.

MATERIAIS E MÉTODOS

O estudo foi realizado através de um questionário, contendo questões sobre os hábitos de consumo com arroz branco, parboilizado e integral aplicado a 3.615 pessoas, durante a FENADOCE (Feira Nacional do Doce) em Pelotas, RS. Apesar da pesquisa ter sido aplicada na cidade de Pelotas, os entrevistados eram visitantes da feira, portanto, consumidores de todas as regiões do estado do Rio Grande do Sul.

No questionário (Fig. 1 – parte da ficha aplicada) constavam dados de aspecto socioeconômicos, psicológicos e culturais, seguindo o método do teste com entrevistas individuais “ono-on-one interviews” (GULARTE, 2009). Os dados obtidos foram analisados estatisticamente através do software aplicativo SPSS - Statistical Package for the Social Sciences - pacote estatístico para as ciências sociais.

¹ Profª Drª, Universidade Federal de Pelotas, Campus Universitário, Cx.P.354, gularte@ufpel.edu.br

² Acadêmica em Química de Alimentos, Universidade Federal de Pelotas, dani.pel@hotmail.com

³ Mestranda em Engenharia de Alimentos. Universidade Federal de Rio Grande. primissio@hotmail.com

Pesquisa aplicada ao consumidor de arroz

Sexo: () Feminino () Masculino

Faixa etária: () menos de 15 anos () 15 a 1 anos () 22 a 50 anos () Mais de 50 anos

Naturalidade:

Grau de instrução: () 1ºGrau () 2º Grau () 3º Grau () Pós-Graduação () NO

Como prefere comer arroz: ()grãos firmes ()pastosos ()Soltinho ()Grãos graúdos
() com sabor () macio () recozido () molhadinho () Seco

Prefere arroz: () agulhinha () grãos longos () curto () grãos redondos

Utilizando a escala: 1=discordo muito, 2=discordo moderadamente, 3=indiferente,
4=concordo moderadamente, 5=concordo muito

Arroz parboilizado é de fácil preparo? ()

Arroz parboilizado necessita muito tempo de preparo? ()

Preço é fator determinante para compra do arroz? ()

Não consome arroz parboilizado porque é mais caro que o arroz branco? ()

É difícil encontrar arroz parboilizado no mercado? ()

Em restaurante substitui arroz por outros alimentos? Quais? ()

Figura 1. Parte da ficha com o questionário aplicado aos consumidores.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Como já foi mencionado em outros trabalhos publicados, a maioria dos entrevistados desta pesquisa são do sexo feminino (76%), a faixa etária prevalecente foi dos 22 aos 50 anos (60%) e o 3º grau (45%) como instrução com maior pluralidade. Sendo preferido pela maioria o arroz “agulhinha” (64%) com aspecto “soltinho” (68,4%).

Com relação ao preparo do arroz parboilizado foi questionado se este era de fácil preparo (Fig. 2) e se era necessário muito tempo para seu preparo, como pode ser observado 59,3% acharam o arroz parboilizado de fácil preparo, 26,3% mostrou-se indiferente e 12,9% acreditaram ser difícil o preparo deste tipo de arroz. Na abordagem relacionada ao tempo de preparo 39,7% dos consumidores disseram que não necessita de muito tempo de preparo, 32,9% revelaram-se indiferentes e 25,4% concordaram com tal afirmativa. Pode-se perceber que em ambas questões o percentual de consumidores que mostrou-se indiferente foi significativo, o que demonstra falta de conhecimento sobre esse aspecto ou que não acham estes fatores relevantes.



Figura 2. Percentual de respostas quanto à facilidade de preparo do arroz parboilizado.

Nas questões em que foram abordados aspectos econômicos foi argumentado se os entrevistados não consomem arroz parboilizado por este ser mais caro que o arroz branco, onde 69,3% negaram tal afirmativa, 18,3% se disseram indiferentes e 9,8%

revelaram que tal aspecto influencia no momento da compra. Foi questionado ainda se é difícil encontrar arroz parboilizado no mercado 74,1% afirmaram ser fácil encontrar este cereal, 10,5% responderam ser indiferentes e 13,3% asseguraram ser difícil encontrar arroz parboilizado no mercado. Através de tais resultados pode-se concluir que preço não é determinante no momento da compra para maioria dos consumidores entrevistados e que este se encontra presente na maioria dos estabelecimentos da área.

CONCLUSÃO

Finalmente, diante dos resultados pode-se concluir que a maioria dos consumidores acham o arroz parboilizado de fácil preparo, sendo significativo o percentual de consumidores que não opinaram com relação ao tempo de preparo do mesmo, no entanto, a maioria disse que este não necessita de muito tempo de preparo o que evidencia que isto não é fator para o não consumo deste tipo de arroz. Na questão econômica concluiu-se que o preço não é determinante no ato de compra e que o arroz parboilizado está presente na maioria dos locais de venda de arroz.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS

BARATA, T.S. **Caracterização do consumo de arroz no Brasil**. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/7819/000557594.pdf?sequence=1>. Acesso em 1 set 2010.

BEHRENS, J. H.; HEINEMANN, R.J.B; MARQUEZ U. M. L.; Parboiled rice: A study about attitude, consumer liking and consumption in São Paulo, Brazil. **Journal of the Science of Food and Agriculture.**, v. 87. p.992-999, 2002.

FARIA, O.L.V. Remoção de fósforo de efluentes da parboilização de arroz por absorção biológica estimulada em reator em batelada seqüencial (RBS). **Ciência e Tecnologia de Alimentos**, Campinas, v.26, n.2, 2006.

FREITAS, D.Z.; SILVA, P.M.; GULARTE, M.A. **Percepção do consumidor frente ao arroz parboilizado**. VI Simpósio de alimentos da região sul. Passo Fundo. Abril/2009. Pg. 158-163.

GULARTE, M. A. **Manual de Análise Sensorial de Alimentos**. Pelotas: Editora e Gráfica Universitária PREC - UFPel, 2009. p.109.

MOWEN, J.C. and MINOR, M.S. **Consumer Behavior**. 5ªed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 1998.

STORK, C. R. **Variação na composição química em grãos de arroz submetidos a diferentes beneficiamentos**. Disponível em: http://cascavel.cpd.ufsm.br/tede/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=980. Acesso 20 abril 2011.