

PERFIL DO CONSUMIDOR DE ARROZ NAS CAPITAIS DOS ESTADOS DA REGIÃO CENTRO-OESTE

Carlos Magri Ferreira¹ e Lidia Pacheco Yokoyama²

Para planejar suas atividades de pesquisa e de difusão de tecnologia é fundamental que as instituições de pesquisa conheça o perfil e o comportamento dos consumidores. Nesse sentido a Embrapa Arroz e Feijão, realizou uma pesquisa com consumidores de arroz, em alguns pontos de vendas nas capitais dos Estados da Região Centro-Oeste, com os seguintes questionamentos: a) qual tipo de grão de sua preferência? b) qual é o consumo *per capita*/mês? c) quais os aspectos observados na hora da compra? d) qual é o nível de exigência? e) qual seria o comportamento em relação ao consumo, caso ocorresse um aumento do poder aquisitivo da família? e f) quais os produtos substitutos do arroz?

A escolha dos locais foi em função da renda per capita, ou seja, supermercados, feiras, armazéns, freqüentados pelas classes alta, média e baixa, respectivamente. Dividiram-se as classes por estrato de renda mensal, de acordo com a estratificação usada pelo IBGE, sendo: até um salário mínimo; de um a três salários mínimos; de três a dez salários mínimos e mais de dez salários mínimos. O total de consumidores entrevistados nas três capitais foi de 516 pessoas, sendo que sete não informaram a renda mensal e, conseqüentemente, foram excluídas da avaliação. Portanto, foram considerados 509 entrevistados, sendo 243, 90 e 176 de Goiânia, GO, Cuiabá, MT e Campo Grande, MS, respectivamente (Tabela 1).

Tabela 1. Número de consumidores entrevistados, por estrato de renda mensal.

Renda mensal	Goiânia	Cuiabá	Campo Grande	Total
1SM	14	2	9	25
1-3SM	58	13	41	112
3-10SM	99	60	92	251
>10SM	72	15	34	121
Total	243	90	176	509

SM = Salário Mínimo.

Fonte: Dados da pesquisa.

¹Técnico Especializado, B.Sc., Embrapa Arroz e Feijão, Caixa Postal 179, CEP 74001-970 Goiânia, GO.

²Pesquisador, M.Sc., Embrapa Arroz e Feijão.

De acordo com os resultados obtidos, o consumo médio de arroz *per capita*/mês é bem maior nas classes de renda mais baixa. A pesquisa foi realizada em área urbana, desta forma algumas informações não podem ser extrapoladas para a área rural. Em estudos semelhantes, observou-se que há um aumento do consumo médio quando se considera a área rural. Nas três cidades pesquisadas, no estrato de renda de até um salário mínimo, o consumo *per capita*/mês apresentou valores mais elevados, com exceção de Cuiabá, onde o consumo médio foi de 2,08 kg/pessoa/mês. Com aumento da renda mensal, o consumo médio de arroz/mês vai diminuindo, em virtude da substituição deste produto por outro tipo de alimento.

Com relação às características observadas pelos consumidores, na hora de comprar o arroz, verificou-se que, em Goiânia, há um percentual maior preocupado com a **marca** do arroz, em todos os estratos de renda. A característica **aspecto**, em segundo lugar, apenas para o terceiro e quarto estratos (3-10 SM e >10 SM), e o **preço** foi o mais observado para os dois primeiros estratos de renda. Em Cuiabá, a característica mais observada nos três primeiros estratos de renda foi o **aspecto**, com exceção do quarto estrato de renda que observa mais a **marca**. Já em Campo Grande, a característica mais observada foi o **aspecto**. A embalagem foi o item de menor importância para o consumidor.

Um aumento do poder aquisitivo da população não afetaria o consumo, pois, nas três capitais pesquisadas, as respostas confirmam a manutenção do consumo, isto, independente da renda mensal. Quando questionado se, com um aumento no preço do arroz o consumo seria alterado, isto é, continuaria o consumo ou substituiria por outro produto, mais uma vez pôde-se confirmar que o consumo não está ligado ao preço, podendo ser considerado como uma variável independente.

Com relação à substituição do arroz por outro alimento, observou-se que, em Goiânia, os consumidores responderam que o macarrão seria o primeiro produto substituto do arroz, vindo a seguir as verduras, a soja e a carne. Já em Cuiabá, citaram a verdura como única substituta do arroz, e, em Campo Grande, os produtos substitutos do arroz seriam a verdura e o macarrão.

Questionou-se, ainda, se, com a diminuição no preço do arroz, o consumo aumentaria, e nas três capitais, as respostas foram que o consumo continuaria o mesmo.

Atualmente, o preço médio no varejo do arroz tipo agulhinha é de R\$ 0,76/kg, e o arroz comum R\$ 0,52/kg. Portanto, o agulhinha custa, em média, 46% a mais. Essa diferença, na renda familiar, não representa um custo significativo. Considerando uma família com quatro pessoas e que, nas camadas mais pobres o consumo médio *per capita* é de 5 kg/mês, a mudança de consumo do arroz tradicional para o agulhinha representaria um custo adicional de R\$ 4,80/mês, o que equivale a 4,0% do salário mínimo. Esse aumento é pouco significativo, reforçando a premissa que o arroz de baixa qualidade poderá ser facilmente substituído.

Analisando as exigências dos consumidores, ficou evidente a preferência pelo arroz agulhinha e que a marca influencia na escolha do produto. O consumo, pelas camadas de menor poder aquisitivo, é praticamente o dobro das mais abastadas, porém, independente da classe social, o arroz faz parte da alimentação diária do brasileiro. Basta dizer que grande parte da população não é capaz de citar outro produto com propriedades para substituí-lo.