



**Andrea Lac**

**A satisfação com a alimentação:  
Diferenças nas famílias de baixa renda**

**Dissertação de Mestrado**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Administração da PUC-Rio como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientador: Paulo Cesar de Mendonça Motta

Rio de Janeiro  
Abril de 2008

# **Livros Grátis**

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.



**Andrea Lac**

**A Satisfação com a Alimentação: Diferenças nas Famílias  
de Baixa Renda**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração de Empresas da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

**Prof. Paulo Cesar de Mendonça Motta**

Orientador

Departamento de Administração – PUC-Rio

**Prof. Luis Fernando Hor-Meyll Alvares**

Departamento de Administração – PUC-Rio

**Prof<sup>a</sup>. Mônica Zaidan Gomes Rossi**

FACC/UFRJ

**Prof. Nizar Messari**

Vice-Decano de Pós-Graduação do CCS

Rio de Janeiro, 04 de abril de 2008

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização do autor, do orientador e da universidade.

## **Andrea Lac**

Graduou-se em Administração de Empresas com ênfase em Análise de Sistemas na PUC-RS (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul) em 1990.

Cursou Pós Graduação em Marketing na ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro) em 2000.

Cursou Pós Graduação em Gestão de Projetos na FDC (Fundação Dom Cabral em Minas Gerais) em 2002.

Trabalha na empresa Telemar / Oi desde 1999 já tendo passado pelas áreas de mercado, vendas, planejamento e qualidade.

### Ficha catalográfica

Lac, Andrea

A satisfação com a alimentação: diferenças nas famílias de baixa renda / Andrea Lac ; orientador: Paulo Cesar de Mendonça Motta. – 2008.

74 f.; 30 cm

Dissertação (Mestrado em Administração)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

Inclui bibliografia

1. Administração – Teses. 2. Satisfação. 3. Baixa renda. 4. Alimentação. I. Motta, Paulo Cesar de Mendonça. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Administração. III. Título.

CDD: 658

Para a minha família e amigos,  
pelo apoio e confiança.

## Agradecimentos

Ao meu orientador Professor Paulo César Motta pela parceria para a realização deste trabalho.

A PUC-Rio, pelos auxílios concedidos, sem os quais este trabalho não poderia ter sido realizado.

Aos meus pais, pela educação, atenção e carinho de todas as horas.

Ao meu amigo e chefe Edmundo Eutrópio pelo estímulo, apoio e compreensão.

Aos professores que participaram da Comissão examinadora.

A todos os professores e funcionários do Departamento pelos ensinamentos e pela ajuda.

A todos os amigos, colegas e familiares que de uma forma ou de outra me estimularam ou me ajudaram.

## Resumo

Lac, Andrea; Motta, Paulo Cesar de Mendonça. **A satisfação com a alimentação: diferenças nas famílias de baixa renda.** Rio de Janeiro, 2008. 74p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

A renda das famílias brasileiras vem aumentando em função do crescimento do salário mínimo e da aplicação de programas sociais do Governo Federal, tais como Bolsa Família. No entanto estas famílias têm dificuldades para chegar ao final do mês, especialmente as de baixa renda. Algumas causas identificadas pela Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) sugerem que a segurança alimentar – o direito de todos ao acesso regular e permanente a alimentos de qualidade e em quantidade suficiente – é menor entre as famílias mais numerosas, com menor rendimento, onde a pessoa de referência é do sexo feminino e naquelas com crianças. Tomando por base a literatura pertinente, esta pesquisa levanta nove hipóteses submetidas a teste com 326 respondentes, todos residentes no estado do Rio de Janeiro. As hipóteses visam identificar os principais motivos que elevam a satisfação com a alimentação nos domicílios de baixa renda. Os resultados sugerem, principalmente, que a satisfação com alimentação aumenta com a renda e reduz com a quantidade de crianças no domicílio. Indicam, ainda, que a previsão da satisfação depende tanto da quantidade quanto da variedade de comida, salientando a variedade de frutas e de doces. Embora não verificada inicialmente, os resultados sugerem que um estudo mais detalhado sobre a localização geográfica dos domicílios pode vir a acrescentar conhecimento aos fatores de satisfação.

## Palavras-chave

Satisfação; baixa renda; alimentação.

## Abstract

Lac, Andrea; Motta, Paulo Cesar de Mendonça. **Satisfaction with food: differences in the low income families.** Rio de Janeiro, 2008. 74p. MSc Dissertation – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The income of the Brazilian families has grown due to the adjustments of the minimum salary and to the application of Federal Government social programs, such as Bolsa Família. However these families still have difficulties to manage their salary to make it last for the whole month. The Research of the Family Budget (POF), conducted by the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE) suggests that the food security level – the right that everyone has to regular and permanent to quality and quantity foods – is lower in the families larger families, those with lower income, those weather the person that have the power of decision is a female and those with kids. Based in the appropriate literature, this research proposes nine hypotheses that were submitted and tested with 326 respondents, all resident in the State of Rio de Janeiro. The hypotheses try to identify the main motives that higher the satisfaction with food in the low income homes. The results mainly suggest that the satisfaction raises as income also rise and lower with the quantity of kids in the domicile. They still indicate that the forecast of the general satisfaction with food is based on the satisfaction with quantity and variety of food, as well as the variety of fruits and sweets. Although not verified initially, the results suggest that a more detailed study focusing the geographic location of the domiciles can bring more knowledge about the factors of satisfaction.

## Key-Words

Satisfaction; low income consumer; food consumption.



## Sumário

1	Introdução	14
1.1.	Satisfação	15
2	O Problema	17
2.1.	Origem do Problema e Motivação	17
2.2.	Objetivo da Pesquisa	18
2.3.	Relevância do Problema	18
2.4.	Delimitação do estudo	19
3	Referencial Prático	21
3.1.	Poder Aquisitivo no Brasil	22
3.2.	Insuficiência da Renda	23
3.3.	O Perfil dos Domicílios de Baixa Renda	25
3.4.	Segurança e Insegurança Alimentar	27
3.4.1.	Segurança / Insegurança alimentar e a idade dos moradores no domicílio	27
3.4.2.	Insegurança alimentar e a quantidade de moradores no domicílio	28
3.4.3.	Insegurança alimentar, moradores com menos de 18 anos e a quantidade de moradores no domicílio	29
3.4.4.	Insegurança alimentar segundo o sexo da pessoa de referência no domicílio	31
4	Referencial Teórico	32
4.1.	Baixa Renda	32
4.2.	Quantidade de alimentos	35
4.3.	Quantidade de Crianças no Domicílio	36
4.4.	Quantidade de Adultos no Domicílio	38
4.5.	Sexo do Responsável pela Decisão de Compra	40
4.6.	Variedade de alimentos	41
4.7.	Localização Geográfica	43

5 Método	45
6 Resultados	48
6.1. Parte A. Satisfação com a alimentação	49
6.1.1. Parte A1: satisfação geral e média com a quantidade de comida, com a variedade da comida, frutas e doces	49
6.1.2. Parte A2: satisfação média com a variedade e quantidade de comida, com a variedade de frutas e de doces de acordo com o perfil dos respondentes	50
6.2. Parte B: Teste das Hipóteses	53
6.2.1. Parte B1. A Satisfação e a Renda	54
6.2.2. Parte B2. A Satisfação e a Estrutura Familiar	54
6.2.3. Parte B3. A Satisfação e a Presença de Crianças	56
6.2.4. Parte B4. Satisfação Geral	57
6.2.5. Parte B5. A Satisfação com a Alimentação e a Quantidade de Crianças	58
6.2.6. Parte B6. A Satisfação e o Respondente do Sexo Feminino	59
6.2.7. Parte B7. A Satisfação com a Variedade de Frutas e o Sexo do Respondente	60
6.2.8. Parte B8. A Satisfação e a Localização Geográfica	60
6.2.9. Parte B9. A Satisfação com a Variedade de Frutas e a estrutura familiar (somente 1 adulto)	62
7 Conclusão	63
7.1. Discussão	63
7.2. Recomendações para futuros estudos	66
8 Referências bibliográficas	67
9 Anexos	70
9.1. As perguntas do questionário	70
9.2. Resultados dos testes das médias	72

9.2.1. Satisfação média comparando domicílios com respondentes do sexo masculino e feminino – Resultados teste t (significância)	72
9.2.2. Satisfação média comparando domicílios com um e com dois ou mais adultos – Resultados teste t (significância)	73
9.2.3. Satisfação média comparando domicílios sem e com crianças – Resultados teste t (significância)	73
9.2.4. Satisfação média comparando domicílios com 1, 2 e 3 crianças – Resultados teste t (significância)	73
9.2.5. Satisfação média comparando domicílios situados na região metropolitana, sul, norte e oeste – Resultados teste t	74

## Lista de figuras

Figura 1 - Reajustes do salário mínimo e evolução da inflação	22
Figura 2 - Grau de dificuldade para chegar ao fim do mês: percentuais por faixa de renda	23
Figura 3 - Segurança e insegurança alimentar moderada ou grave por grupos de idade	28
Figura 4 - Insegurança alimentar moderada ou grave por quantidade de moradores nos domicílios urbanos	28
Figura 5 - Insegurança alimentar moderada ou grave por quantidade de moradores nos domicílios urbanos e presença de moradores com menos de 18 anos	29
Figura 6 - Insegurança alimentar moderada ou grave por sexo da pessoa de referência	31
Figura 7 - Satisfação geral média e a estrutura familiar	55
Figura 8 - Satisfação e a localização do domicílio	61

## Lista de tabelas

Tabela 1 - Condições de vida no Brasil	24
Tabela 2 - Perfil dos responsáveis em domicílios com renda até 3 salários mínimos	26
Tabela 3 - Hipóteses e sua origem	47
Tabela 4 - Distribuição da nota da satisfação geral com a alimentação	49
Tabela 5 - Satisfação média com a quantidade de comida, com a variedade da comida, frutas e doces	49
Tabela 6 - Distribuição da satisfação média da população de baixa renda de acordo com a variedade e quantidade de comida e com a variedade de frutas e doces	50
Tabela 7 - Comparação das médias nos domicílios com respondente do sexo feminino e masculino	50
Tabela 8 - Comparação das médias nos domicílios com um e com mais de um adulto	51
Tabela 9 - Comparação das médias nos domicílios sem e com crianças	51
Tabela 10 - Comparação das médias nos domicílios com 1, 2 ou 3 crianças	52
Tabela 11 - Comparação das médias da satisfação entre domicílios situados na região metropolitana, sul, norte e oeste	53
Tabela 12 - Apresentação dos achados segundo as hipóteses do estudo	53

*A alimentação é uma forma de expressar quem a pessoa é e o que ela vale.*

Dowler & Leather, 2000.

# 1 Introdução

Conforme censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (Brasil, 2000), mais de 60% da população brasileira é considerada de baixa renda, sendo que essa parcela do mercado de consumo convive com a falta de recursos (Hill, 2002).

Para essas famílias segundo a pesquisa de orçamentos familiares (Brasil, 2003) a alimentação representa aproximadamente 33% das despesas domésticas e é, segundo alguns autores, considerado o item mais flexível do orçamento (Maxwell; Slater, 2004).

Apesar da evolução da renda identificada pelo IBGE (Brasil, 2006), os últimos levantamentos realizados na pesquisa de orçamentos familiares (Brasil, 2003) ainda indicam que a desigualdade deixa muitas famílias à margem do consumo. Mais de 70% das famílias de baixa renda relatam que a quantidade de alimentos é às vezes ou sempre insuficiente.

Apesar dessa condição, desconhecem-se esforços para identificar entre elas o grau de satisfação com o consumo de alimentos.

Diante deste contexto, emergem as seguintes questões:

- até que ponto essas famílias estão satisfeitas com a alimentação?
- o que as difere e faz com que sejam mais ou menos satisfeitas com a alimentação?

O marketing se depara com dúvidas sobre como atender esse mercado, que é constituído por pessoas que no trabalho ou em casa estão sempre a serviço dos outros e têm poucos momentos de lazer. As compras talvez sejam alguns desses raros momentos de entretenimento.

Alwitt e Donley (1996) alertam que os “não pobres” têm uma imagem incorreta dos pobres e uma visão distorcida da sua realidade. Andreasen (1975) relata que eles não são simplesmente pessoas com menos dinheiro e que existem importantes diferenças entre as famílias de baixa renda e o restante da sociedade.

Essa pesquisa busca identificar e explorar os principais fatores que impactam na satisfação das famílias de baixa renda do estado do Rio de Janeiro com a alimentação.

## **1.1 Satisfação**

A satisfação definida por Tse e Wilton (1988) é a avaliação percebida da discrepância entre as expectativas prévias e a performance do produto. Oliver (1980) define satisfação como uma realização prazerosa, ou seja, o consumidor tem alguma necessidade, desejo ou objetivo e satisfazê-lo é prazeroso.

Medir a satisfação pode fornecer uma informação valiosa, pois permite que o consumidor transmita as suas frustrações em relação a algum produto, possibilitando a identificação de problemas com a qualidade (Klein; Einstein, 2003). Conforme Prahalad (2005), as famílias de baixa renda querem alta qualidade e preços que possam pagar. Elas sonham com uma melhora na qualidade de vida e progressivamente estão se tornando compradores de valor.

A cultura da alimentação e as propagandas são reconhecidas como influenciadores na escolha dos alimentos, mas é difícil intervir e mudar antigos hábitos e alguns problemas sociais. A incapacidade das pessoas de baixa renda de comprar alimento suficiente e apropriado tem sido atribuída ao fracasso pessoal e doméstico, ou a tendência de gastar muito dinheiro com cigarros e bobagens (Maxwell; Slater, 2004).



Elas vivem uma ansiedade relacionada tanto à dúvida sobre a resistência de seus filhos aos anúncios persuasivos quanto à necessidade de garantir que não se sintam vítimas por não comerem o alimento “da moda”. Maxwell e Slater (2004) sugerem que elas geralmente não gostam de comprar em grandes lojas de supermercado, exceto as mais baratas, para evitar constrangimentos e tentações.

As trocas proporcionadas pelo marketing incluem, além dos alimentos, itens intangíveis, tais como sentimentos, status e informação (Alwitt; Donley, 1996). Neste sentido, os pobres geralmente são desfavorecidos, pois têm necessidades acima do que lhes é disponibilizado (Alwitt; Donley, 1996).

Segundo Maxwell e Slater (2004) as pessoas deveriam ter os recursos (tempo, dinheiro) e acesso para poderem realizar suas escolhas normalmente e quando quisessem. Ocorre que na escolha dos alimentos, a lista de prioridades considera itens que vão além das necessidades básicas fisiológicas, englobando elementos sociais e culturais.

A pobreza significa mais do que a falta de dinheiro, pois inclui vulnerabilidade, violência doméstica, desaprovação social e discriminação (Rangan et al., 2007). Quando os pobres são tratados como consumidores, passam a obter benefícios como respeito e auto-estima, vendo surgir uma oportunidade para saírem da pobreza (Prahalad, 2005).

## **2**

### **O Problema**

#### **2.1**

##### **Origem do Problema e Motivação**

Os pobres têm problemas relacionados a demandas não atendidas por meio de tempo e esforços inadequados, resultando em inconveniência.

As vulnerabilidades podem ser priorizadas de acordo com a pirâmide de Maslow (1970) que coloca em primeiro lugar as necessidades fisiológicas, entre elas a alimentação. Apesar da maior parte dos seus gastos serem com a alimentação, a maioria não se alimenta bem, como o resto da sociedade, devido às escolhas que realiza (Alwitt; Donley, 1996).

O grupo de baixa renda não é homogêneo, mas as suas variações têm sido pouco discutidas. Portanto, um conhecimento mais aprofundado viabilizaria a segmentação que é uma poderosa ferramenta de marketing que permite identificar o grupo de potenciais clientes (Rangan et al., 2007)

Este estudo tem por objetivo ajudar os profissionais de marketing a entender melhor as expectativas dos consumidores de baixa renda em relação à satisfação com a alimentação.

O objetivo acadêmico é fomentar estudos na área pela ótica da satisfação com a alimentação.

## **2.2 Objetivo da Pesquisa**

Este estudo tem como objetivo investigar os fatores que impactam na satisfação com a alimentação, pretendendo colaborar com os estudos já desenvolvidos sobre a população de baixa renda.

Para atingir este objetivo, este estudo segue as seguintes etapas:

1. Identificar os fatores que geram satisfação ou insatisfação com alimentação.
2. Formular hipóteses sobre o impacto dos fatores identificados como geradores de satisfação ou insatisfação.
3. Testar hipóteses que permitam entender como a satisfação com a alimentação dos consumidores desta população se comporta quando associada aos fatores identificados.

## **2.3 Relevância do Problema**

Os consumidores de baixa renda convivem com permanente limitação financeira e, além disso, grande parte do orçamento é direcionada para a compra de alimentos. O entendimento das implicações que a baixa renda tem na compra de produtos e serviços é relevante sob o ponto de vista do comportamento do consumidor. O convívio diário com a restrição do consumo, especialmente em relação à alimentação tem questões demográficas que influenciam e pressionam suas decisões: o que compram, onde compram e como compram (Alwitt; Donley, 1996).

O IBGE (Brasil, 2006) através da pesquisa de orçamentos familiares (Brasil, 2003), tem levantamentos sob a ótica da segurança e insegurança alimentar, mas para que as empresas possam interagir com esse mercado, é importante entendê-lo sobre o ponto de vista da satisfação e insatisfação.

No Brasil, é grande a disparidade de renda entre os consumidores e segundo o IBGE os de baixa renda representam aproximadamente 60% da população. Conforme Prahalad (2005) esse mercado pode ser atendido de forma rentável e nesse sentido entende-se que a maior contribuição deste trabalho é aprofundar o conhecimento a respeito dos fatores que impactam na satisfação com a alimentação das classes sociais mais baixas com a alimentação.

É importante salientar que existe pouca literatura disponível, portanto esse trabalho teve além do referencial teórico, ampla pesquisa para elaboração de um referencial prático baseado em dados secundários do censo demográfico (Brasil, 2000).

O conhecimento aprofundado dos valores e preferências do consumidor possibilita que os profissionais de marketing entendam melhor o mercado de baixa renda e possam elaborar estratégias mais adequadas, desenhar produtos e serviços mais apropriados e desenvolver campanhas de marketing direcionadas às preferências deste estrato social.

## **2.4 Delimitação do estudo**

O intuito deste estudo é investigar a satisfação do consumidor de baixa renda com a alimentação.

Para tanto, a população estudada restringiu-se às pessoas residentes na região do Rio de Janeiro e interior, examinando aspectos relacionados ao seu consumo familiar.

A renda per capita foi limitada em um salário mínimo e a quantidade de crianças em três, por domicílio. A satisfação foi medida somente em um membro de cada domicílio - o responsável por realizar as compras de alimentos.

Por se tratar de um estudo preliminar, acredita-se que novos estudos serão fundamentais para ter maior abrangência e entendimento dos resultados. Por esse motivo os resultados obtidos não devem ser inferidos para grandes populações.

### **3**

## **Referencial Prático**

O referencial prático tem como objetivo identificar e analisar os estudos realizados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatístico (IBGE) sobre o perfil e o comportamento de consumo das famílias de baixa renda em relação à alimentação.

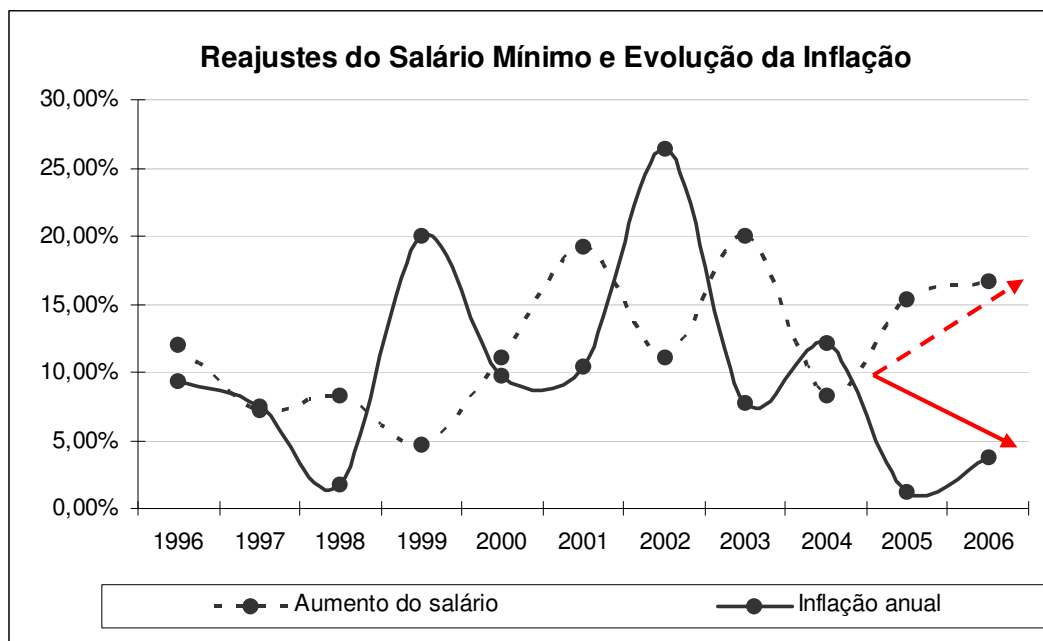
Inicialmente aborda-se o crescimento do poder aquisitivo no Brasil, contrastando a evolução dos reajustes do salário mínimo (Brasil, 2007) com a evolução da inflação (FGV, 2007).

Em seguida é identificada a insuficiência da renda através da pesquisa nacional por amostra de domicílios (Brasil, 2004) que mostra o grau de dificuldade das famílias de baixa renda para chegarem ao final do mês. Outra análise mostra a percepção das pessoas sobre as necessidades alimentares versus a renda, através das tabelas de condições de vida do IBGE (Brasil, 2004).

Por fim é feita uma análise descritiva do perfil médio dos domicílios de baixa renda e são analisados os indicadores de segurança e insegurança alimentar divulgados pelo IBGE (Brasil, 2004).

### 3.1 Poder Aquisitivo no Brasil

Conforme dados divulgados pela FGV (2007) e pelo Ministério do Trabalho (Brasil, 2007), nos últimos dois anos o salário mínimo teve reajustes acima da inflação, mostrado no gráfico a seguir:



Fontes: Inflação – IGP DI Anual acumulado: FGV (2007); Salário mínimo: Ministério do Trabalho e Emprego (Brasil, 2007)

Figura 1 – Reajustes do salário mínimo e evolução da inflação

O poder aquisitivo da população brasileira vem aumentando devido ao crescimento da renda, da aplicação dos programas sociais e da concessão de crédito. Além do ganho real do salário mínimo de 13,3% em 2006, comparado a 2005, o crescimento do rendimento médio mensal do brasileiro se deve a aplicação de programas sociais do Governo Federal, entre eles o Bolsa Família.

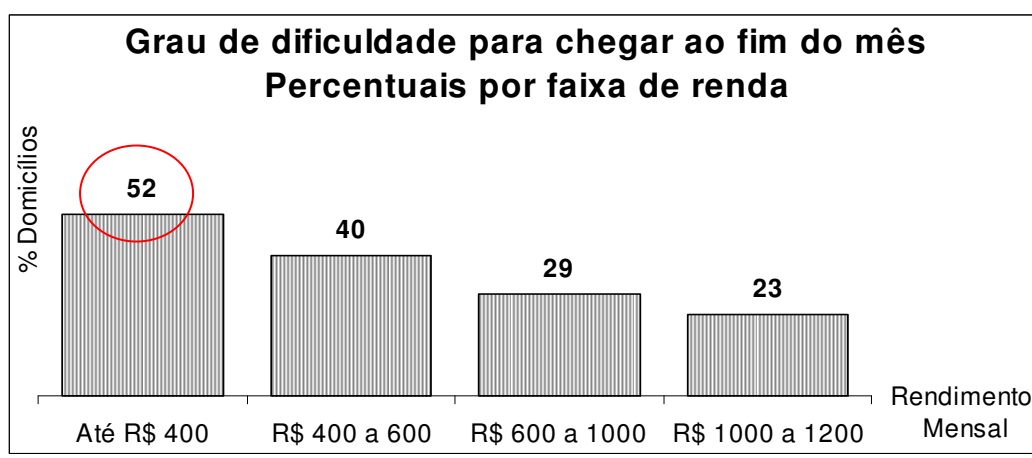
Sobre o aumento da concessão de crédito, segundo estudo divulgado pela agência classificadora de risco Austin Rating, o total de dinheiro liberado aos consumidores em forma de empréstimos e financiamentos aumentou 117,6% entre 2004 e 2007 (Yahoo Finanças, 2007).

### 3.2 Insuficiência da Renda

No Brasil em média 27% das famílias têm muita dificuldade financeira para chegar ao final do mês devido aos baixos rendimentos, pois o dinheiro acaba antes do recebimento do próximo salário, como se pode observar na pesquisa de orçamentos familiares (Brasil, 2003).

Nas famílias de baixa renda (com rendimento até R\$ 400) este percentual é de 52% (circulado no gráfico), contra 40% nas famílias com renda entre R\$ 400 e 600, 29% nas famílias com renda entre R\$ 600 e 1000 e 23% nas famílias com renda entre R\$ 1000 e 1200.

Estes dados sugerem que existe uma relação negativa entre a renda e a dificuldade para chegar ao fim do mês.



Fonte: Pesquisa de orçamentos familiares (Brasil, 2003)

Figura 2 – Grau de dificuldade para chegar ao fim do mês: percentuais por faixa de renda

Esse problema tem impacto na alimentação, cujas análises se aprofundam nos itens a seguir:



	Faixas de renda >>> Até R\$ 600	De R\$ 600 a 1000	Média ponderada
<b>1. A quantidade de alimento é:</b>			
Normalmente insuficiente	30%	22%	26%
Às vezes insuficiente	40%	35%	37%
Sempre suficiente	30%	43%	37%
	100%	100%	100%
<b>2. Consome o alimento preferido:</b>			
Nunca consome	33%	18%	25%
Nem sempre consome	59%	68%	64%
Sempre consome	8%	14%	11%
	100%	100%	100%
<b>3. Motivos pelos quais as famílias não consomem o tipo de alimento preferido:</b>			
Renda familiar não permite	97%	92%	94%
Não encontra os alimentos	1%	3%	2%
Outros motivos	2%	5%	4%
	100%	100%	100%

Fonte: Tabelas sobre condição de vida no Rio de Janeiro (Brasil, 2003)  
Tabela 1 – Condições de vida no Brasil

A média ponderada foi obtida multiplicando o percentual de domicílios contabilizado em cada abordagem pelo peso da faixa de renda. Por exemplo:  
Com rendimento até R\$600: representam 22,82% dos domicílios do Rio de Janeiro.

Com rendimento de R\$600 até R\$1200: representam 29,04% dos domicílios do Rio de Janeiro.

Abordagem: Quantidade de alimento é normalmente insuficiente

Ponderação:  $[(22,82\% \times 30\%) + (29,04\% \times 22\%)] / (22,82\% + 29,04\%) = 26\%$

Os dados apresentados são de pesquisa realizada pelo IBGE em âmbito nacional denominada pesquisa nacional por amostra de domicílios (Brasil, 2004). No estado do Rio de Janeiro foram entrevistadas 26.019 pessoas, em 43 municípios, sendo que 16.725 pessoas em 19 municípios pertenciam a região metropolitana.

Como no estado do Rio de Janeiro os domicílios têm em média 3,8 moradores (Brasil, 2000), foram analisados os resultados da média ponderada

(R\$0 até R\$1200), pois a renda per capita fica em torno de um salário mínimo (R\$400), sendo assim classificados como domicílios de baixa renda.

Os resultados demonstram o seguinte:

1. Insuficiência no consumo de alimentos: 63% das famílias de baixa renda consideram que a comida é às vezes (37%) ou normalmente insuficiente (26%).
2. Consumo do alimento preferido: 89% dos domicílios de baixa renda nem sempre (64%) ou nunca consomem (25%) o alimento preferido.
3. Motivos pelos quais as famílias nem sempre consomem o tipo de alimento preferido: aproximadamente 94% das famílias de baixa renda não consomem o tipo de alimento preferido, pois o rendimento familiar não permite.

Esses dados evidenciam os riscos de insuficiência da renda e restrição no consumo de alimentos preferidos, todavia eles não refletem a satisfação das pessoas com os alimentos que consomem. Portanto, parece recomendável buscar essa medida no mesmo ambiente descrito. Daí, a primeira hipótese:

**H1 – A renda pode impactar a satisfação geral com a alimentação**

### **3.3 O Perfil dos Domicílios de Baixa Renda**

No Brasil os domicílios cujo rendimento do responsável é inferior a 3 salários mínimos representam 64% do total (Brasil, 2000).

Quanto ao grau de instrução do chefe da família, 48% não tem instrução ou têm até 3 anos de estudo, 33% possuem entre 4 e 7 anos de estudo e 18% possui 8 anos de estudo ou mais.

Quanto à localização, 77% concentram-se em áreas urbanas e 23% em áreas rurais.

Quanto ao sexo e faixa etária, a tabela abaixo apresenta o perfil dos responsáveis pelos domicílios com renda até três salários mínimos:

	De 10 até 44 anos	Acima de 45 anos	<b>Total acima de 10 anos*</b>
Homens	41 %	31 %	<b>72 %</b>
Mulheres	11 %	17 %	<b>28 %</b>
<b>Total</b>	<b>52 %</b>	<b>48 %</b>	<b>100 %</b>

\* Total acima de 10 anos é a soma dos dois segmentos: de 10 até 44 anos e acima de 45 anos

Fonte: Censo demográfico (Brasil, 2000)

Tabela 2 – Perfil dos responsáveis em domicílios com renda até 3 salários mínimos

50% Dos domicílios de baixa renda têm 5 ou mais moradores. Nos demais domicílios (com renda acima de 3 salários mínimos) somente 38% têm 5 ou mais moradores.

96% Dos domicílios de baixa renda são casa ou cômodo (contra 79% nos demais com renda acima de 3 salários mínimos) e 24% não possui banheiro (contra 4% nos demais).

O IBGE levantou no censo demográfico realizado em 2000 (Brasil, 2000), que aproximadamente 14% dos domicílios de baixa renda não têm nenhum rendimento.

Em função da informalidade de emprego, a entrada de renda no domicílio é inconstante. Essas circunstâncias levam o consumidor fazer 2 ou 3 visitas ao supermercado por semana. Quando sobra algum dinheiro, o consumidor de baixa renda pode apresentar dois comportamentos: adquirir algo que não poderia em outra ocasião devido à falta de ingresso de dinheiro (mais usual) ou comprar mais do mesmo produto aproveitando ofertas para se estocar - este comportamento acaba sendo mais encontrado na classe média (Dutra, 2004).

### 3.4 Segurança e Insegurança Alimentar

Definição de Segurança Alimentar:

Segurança Alimentar e Nutricional é a realização do direito de todos ao acesso regular e permanente a alimentos de qualidade, em quantidade suficiente, sem comprometer o acesso a outras necessidades essenciais, tendo como base práticas alimentares promotoras de saúde, que respeitem a diversidade cultural e que sejam social, econômica e ambientalmente sustentáveis.

IBGE<sup>1</sup> (Brasil, 2006, p. sn)

Ao contrário da segurança está a Insegurança Alimentar, que é percebida em vários níveis:

Leve – preocupação de que o alimento acabe antes que haja dinheiro para comprar mais, oferecendo um risco e configurando uma dimensão psicológica.

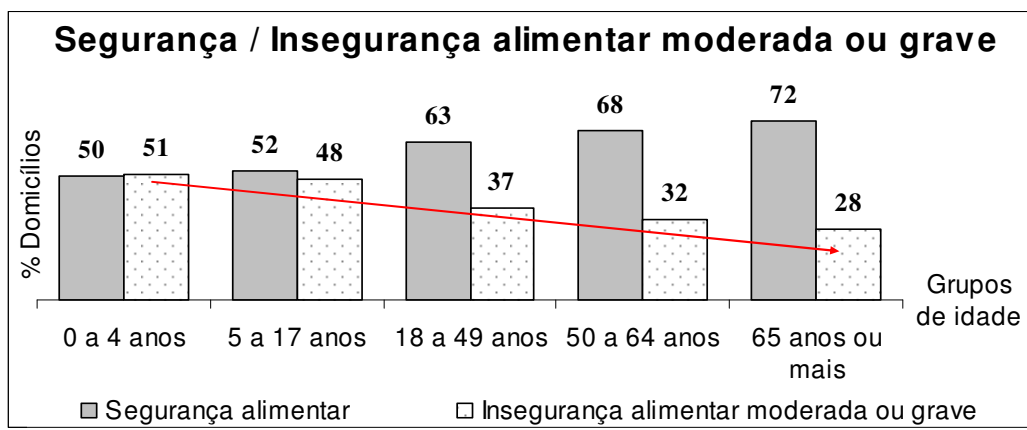
Moderada – insegurança relativa ao comprometimento da qualidade da dieta, porém sem restrição quantitativa.

Grave – situação em que a família passa por períodos concretos de restrição na disponibilidade de alimentos.

A seguir são apresentadas as possíveis causas que provocam a segurança/insegurança alimentar a nível nacional apontadas pelo IBGE.

#### 3.4.1 Segurança / Insegurança alimentar e a idade dos moradores no domicílio

Os dados levantados na pesquisa nacional por amostra de domicílios (Brasil, 2004) sobre condição de vida sugerem que existe uma relação negativa entre a insegurança alimentar e a idade, ou seja, quanto mais jovem, maiores são as chances de exposição à insegurança alimentar (sinalizado pela seta na Figura 3).



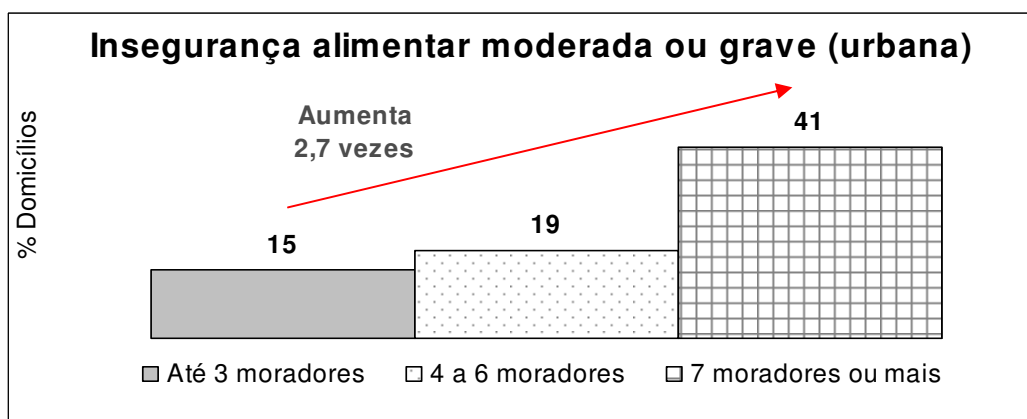
Fonte: Pesquisa nacional por amostra de domicílios (Brasil, 2004).

Figura 3 – Segurança e insegurança alimentar moderada ou grave por grupos de idade

### 3.4.2

#### Insegurança alimentar e a quantidade de moradores no domicílio

Os dados mostrados a seguir sugerem que a insegurança alimentar aumenta junto com a quantidade de moradores no domicílio. Nos domicílios com 7 moradores ou mais ela é 2,7 vezes maior do que nos domicílios com até 3 moradores, conforme sinalizado no gráfico abaixo.



Fonte: Pesquisa nacional por amostra de domicílios (Brasil, 2004).

Figura 4 – Insegurança alimentar moderada ou grave por quantidade de moradores nos domicílios urbanos

Esses dados cobrem os riscos de insegurança alimentar, mas não refletem a satisfação das pessoas com os alimentos que consomem. Então cabe estender sua abrangência no plano da satisfação com os alimentos, donde:

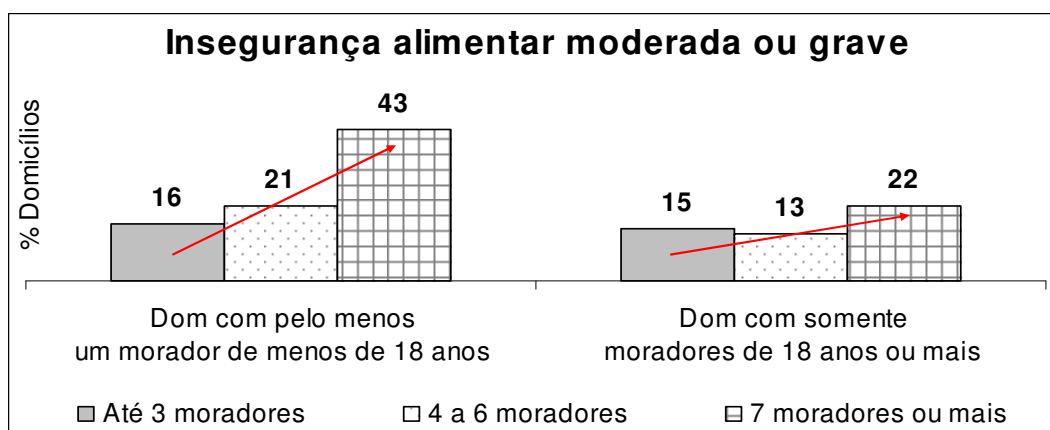
## H2 – A quantidade de adultos no domicílio pode impactar a satisfação geral com a alimentação.

### 3.4.3

#### Insegurança alimentar, moradores com menos de 18 anos e a quantidade de moradores no domicílio

Os dados mostrados a seguir sugerem que a insegurança alimentar aumenta quando a quantidade de moradores nos domicílios aumenta, especialmente nas residências com 7 moradores ou mais. No entanto isso ocorre de forma mais acentuada nos domicílios com pelo menos um morador de menos de 18 anos (sinalizada com uma seta no gráfico).

Comparando os domicílios que têm pelo menos um morador com menos de 18 anos com os que têm somente moradores de 18 anos ou mais, a insegurança alimentar é 1 ponto percentual (16% - 15%) maior em domicílios com até 3 moradores, 8 pontos percentuais (21% - 13)% maior em domicílios de 4 a 6 moradores e 22 pontos percentuais (43% - 22%) maior em domicílios com 7 moradores ou mais.



Fonte: Pesquisa nacional por amostra de domicílios (Brasil, 2004).

Figura 5 – Insegurança alimentar moderada ou grave por quantidade de moradores nos domicílios urbanos e presença de moradores com menos de 18 anos

No gráfico apresentado (figura 5) é possível observar que nos domicílios com pelo menos um morador com menos de 18 anos a relação entre insegurança alimentar e a quantidade de moradores é mais forte do que nos domicílios que tem moradores de 18 anos ou mais. Esses dados sugerem que a presença de moradores com menos de 18 anos tem algum impacto na insegurança alimentar.

A pesquisa nacional por amostra de domicílios (Brasil, 2004) constatou também que o número de moradores em cada domicílio tem impacto no padrão de segurança alimentar. No Brasil, a prevalência de insegurança moderada ou grave foi de 15% em domicílios com até três moradores e de 43% em domicílios com 7 moradores ou mais, portanto, 2,9 vezes maior. Este padrão se repetiu ao ser considerada a situação de residência, urbana ou rural. No estado do Rio de Janeiro a prevalência de insegurança moderada ou grave foi de 15% em domicílios com até três moradores e de 22%, no caso de domicílios com sete moradores ou mais, portanto, 1,5 vezes maior.

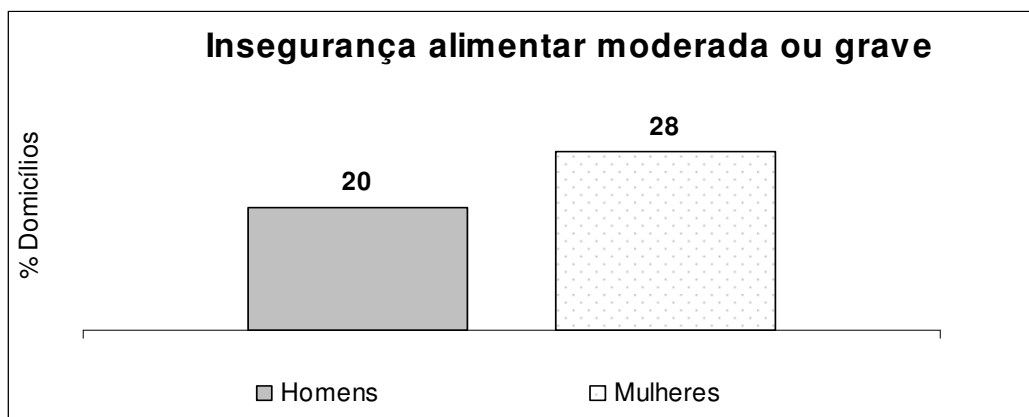
Esses dados cobrem os riscos de insegurança alimentar, todavia não refletem a satisfação das pessoas com os alimentos que consomem. Logo novamente resultados permitem estender sua abrangência com uma conjectura sobre a satisfação com os alimentos, donde:

**H3 – A presença de crianças no domicílio pode impactar a satisfação geral com a alimentação**

### 3.4.4

#### Insegurança alimentar segundo o sexo da pessoa de referência no domicílio

Os domicílios onde a pessoa de referência é do sexo feminino tiveram 28% de insegurança alimentar moderada ou grave, enquanto os demais tiveram 20%.



Fonte: Pesquisa nacional por amostra de domicílios (Brasil, 2004).

Figura 6 – Insegurança alimentar moderada ou grave por sexo da pessoa de referência

---

IBGE<sup>1</sup> (Brasil, 2006, p. sn)

Disponível em:

<[http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=600&id\\_pagina=1](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=600&id_pagina=1)>. Acesso em: 21 jan. 2008.



## 4 Referencial Teórico

Neste capítulo são abordados os seguintes conceitos: baixa renda, quantidade de alimentos, quantidade de crianças no domicílio, quantidade de adultos no domicílio, sexo do responsável pela decisão da compra, variedade de alimentos e localização geográfica.

### 4.1 Baixa Renda

Alwitt e Donley (1996) definem a pobreza sob três aspectos: absoluta, relativa e subjetiva. A absoluta define um padrão mínimo de recursos, abaixo do qual a posse equivale à pobreza. A relativa define pobreza em termos dos recursos usualmente disponíveis dentro de uma comunidade, onde quem tem menos é pobre. E a subjetiva se baseia na percepção individual de necessidades.

Andreasen (1975) alerta para a importância da diferença entre as famílias de baixa renda e o restante da sociedade. Elas não são simplesmente pessoas com menos dinheiro, elas possuem certos valores, auto-percepções e atitudes.

O grupo de baixa renda não é um grupo homogêneo, mas suas diferenças têm sido pouco discutidas (Rangan et al., 2007), dificultando a segmentação que é uma poderosa ferramenta de marketing e permite identificar o grupo de potenciais clientes. Normalmente são determinados limites por padrões mínimos absolutos (faixas de corte de renda) baseados nas necessidades atuais e dos recursos necessários para atendê-las.

Como uma subcultura, o grupo de baixa renda tem sua própria estrutura e racionalização. Trata-se de uma forma de vida passada de geração em geração.

Quando as crianças atingem a idade de seis ou sete anos, geralmente já absorveram os valores e atitudes da sua subcultura e não são psicologicamente direcionadas para aproveitar as oportunidades que surgem ao longo da vida e que poderiam mudar essas condições (Andreasen, 1975).

Um estudo realizado com consumidores pobres da América Latina revela que por terem uma renda menor, precisam de produtos com baixos preços, mas estão dispostos a pagar por marcas intermediárias e líderes na categoria dos alimentos mais essenciais, pois na sua percepção estas significam confiança e qualidade. Isso leva a uma tensão entre as marcas preferidas e poder aquisitivo que muitas vezes impede a compra. Produtos tais como arroz e óleo de cozinha foram identificados como tendo os maiores níveis de fidelidade (COMO ...2004).

Outro estudo realizado na Inglaterra (Joseph Rowntree Foundation, 1994) com 48 famílias que não conseguem comprar regularmente os alimentos que gostariam independente da boa administração do orçamento focou o processo decisório da escolha dos alimentos. Ele revelou o seguinte:

- Todas as famílias conseguem comer a quantidade suficiente, mas a um determinado custo: privação, stress familiar e mudanças alimentares indesejadas. O fato de conseguir comer o suficiente as coloca num patamar de “bem sucedidas”.
- A comida é considerada o único item do orçamento com certo grau de flexibilidade enquanto as demais contas têm valores mais rígidos. As compras são realizadas semanalmente, pois caso tenha algum gasto inesperado, poderão compensar na compra de comida, permitindo assim maior controle do orçamento.
- Todas as famílias mudam os seus hábitos de compra de alimentos na tentativa de economizar, sendo que o custo precede o gosto, a adaptação cultural e a alimentação saudável. As mães são responsáveis pelo orçamento, pelas compras, pela escolha do cardápio e preparação dos alimentos. Elas administram a escolha dos alimentos tentando minimizar o impacto especialmente nas crianças, mas também nos demais adultos em casa. Elas priorizam a comida preferida pelos outros membros da família, sacrificando-se a si mesma.

- As mães precisam racionar os alimentos, decidir onde comprá-los e ir sozinhas fazer compras para não caírem na tentação de comprar além do mínimo necessário e assim conseguirem restringir os gastos.
- As famílias tendem a comprar pouca quantidade e com muita frequência, geralmente nos pequenos mercados.
- Elas resistem às mudanças radicais e tentam manter os padrões convencionais de alimentação, às vezes comendo uma versão mais barata da refeição principal. O orçamento limitado não lhes permite experimentar alimentos novos e impõe restrições quanto à frequência das refeições. Geralmente comem juntos, pois o orçamento não permite preparar refeições individuais.
- Existem tensão e frustração geradas pela impossibilidade de acesso aos restaurantes e lanchonetes, à conveniência de comprar comida pronta e ao prazer de se presentear com um lanche.
- Os pais se preocupam com que seus filhos não pareçam diferentes dos seus pares: levar chocolate para a escola não é um luxo, é uma forma de inclusão no comportamento convencional. Muitas crianças recebem o seu lanche predileto, que nem sempre são opções saudáveis.
- Com o tempo, o desafio de manter os gastos dentro do orçamento não diminui, mas o processo vai ficando mais fácil devido a experiência adquirida e as frustrações ficam menos explícitas.
- As famílias têm um conhecimento parcial sobre os assuntos relacionados à alimentação, recebendo informações de diferentes fontes, mas principalmente da televisão. Elas conhecem os benefícios de uma alimentação saudável, mas não podem comprar coisas, tais como frutas. As recomendações sobre esse tipo de alimentação geralmente não é considerada possível de ser colocada em prática ou é só parcialmente seguida. No momento das compras, as escolhas são feitas pensando mais em termos da refeição como um todo, do que no valor nutricional de cada alimento.

Andreasen (1975) relatou que os pobres se auto-percebem como estando relativamente em desvantagem em termos de renda. Isso é indesejável em uma sociedade que preza pelo acúmulo de riquezas e exibição dos bens materiais como prova de sucesso. Também existe a sensação de manipulação externa, de impotência relacionada à falta de sorte de nascer em uma família rica, e de

alienação já que a sociedade os ignora. Juntamente com esta auto-percepção, estão os seguintes sentimentos:

- Insegurança, pois são os últimos a serem contratados e os primeiros a serem demitidos. Além disso, correm o risco de não poder pagar o aluguel caso tenham alguma emergência médica.
- Incompetência, por causa dos seus limitados recursos, educação e experiência de vida.
- Fatalismo que pode ser visto como uma racionalização das falhas.
- Orientados para o presente à medida que outros fatores controlam o seu futuro, aproveitam a vida agora, gastando hoje, bebendo hoje e deixando que o futuro tome seu rumo.

Alwitt realizou uma pesquisa exploratória com 300 pessoas “não pobres” (Alwitt; Donley, 1996) e constatou que os pobres são percebidos pelo público em geral de maneira incorreta, ou seja, existe uma visão distorcida da realidade.

## **4.2 Quantidade de alimentos**

A Fome é a soma de experiências passadas de ficar várias horas em jejum. Essas experiências envolvem sucessivas fases de incômodo difuso, sensação de tensão e vazio, dores desagradáveis, crescente necessidade de comida. Durante um período de semi-privação de comida, a sensação de fome é constante e após vários dias ela desaparece (Maurer; Sobal, 1995).

As políticas para a alimentação estão geralmente direcionadas para evitar a desnutrição, com adequada produção e distribuição de alimentos. No entanto a quantidade de comida não é somente determinada por fatores biológicos, ela é fortemente influenciada por fatores culturais, além da pressão social e psicológica (Mennell et al., 1992).

Economia na alimentação – as pessoas de baixa renda usam uma série de técnicas para economizar dinheiro. Por exemplo, eles reduzem as compras de alimentos, fazendo menos de 3 refeições ao dia (Alwitt; Donley, 1996). Além disso, nas despesas mensais, a alimentação é considerada o item flexível do orçamento que é reduzido quando surge a pressão para pagar outras contas tais como aluguel e luz (Maxwell; Slater, 2004). Estas pessoas também tentam gastar somente com as necessidades básicas, comprando menos produtos supérfluos e usam os seus recursos de forma prudente, preparando os alimentos e evitando pagar pela conveniência (Alwitt; Donley, 1996).

Tendo em vista a literatura pertinente, pode existir uma afinidade entre a quantidade de alimentos e a satisfação com a alimentação. Surge a seguinte hipótese:

**H4a – A satisfação com a quantidade de comida pode impactar a satisfação geral.**

#### **4.3 Quantidade de Crianças no Domicílio**

A família é o grupo primário de referência (Kotler; Armstrong, 1997), considerada a unidade de consumo mais importante (Assael, 1987) onde as crianças têm um papel respeitável nas decisões de compra.

O processo de tomada de decisão que ocorre entre pais e filhos tem sido estudado sob o conceito de socialização do consumo, sendo esse um campo relativamente novo de estudo, com raízes multidisciplinares. Um conceito mais abrangente foi considerado por Atkin (1978): a socialização é o processo pelo qual o indivíduo conquista novas habilidades, conhecimento, valores e posicionamento adequado diante do grupo ou sociedade. Como um agente no processo de socialização, as crianças influenciam os pais através dos seus conhecimentos e habilidades de consumo. Em sua pesquisa Atkin (1978) observou crianças entre 3 e 12 anos em 20 supermercados. Em 67% dos casos as

crianças demonstraram preferência por determinado cereal e a maioria dos pais acatou a sugestão. A pesquisa concluiu que os pais cediam mais quando o produto era destinado principalmente para o consumo da criança (Ekstrom et al, 1987).

Analisando a televisão como um agente de socialização, Thomson et al (2007) encontrou uma relação significativa com a comunicação intra-familiar, onde os adolescentes incentivavam o consumo.

A televisão tem importante participação nos domicílios de baixa renda. Comparado com os demais públicos, o de baixa renda tem 30% a mais de chances de assistir e 21% de chances de assistir por mais tempo (no mínimo 5 horas por dia). Além disso, a valorizam mais (Alwitt; Donley, 1996).

Um estudo realizado em junho de 2007 pela empresa britânica TNS identificou que os pais, especialmente os separados e as mães que trabalham fora cedem mais aos apelos dos filhos, movidos principalmente pelo sentimento de culpa. Apesar de se esforçarem para comprar produtos saudáveis, funcionais e mais baratos, muitos disseram satisfazer às vontades dos filhos como forma de evitar conflitos. Para compensar a falta de atenção, os pais atendem aos apelos consumistas, desta forma transferindo o poder de decisão para os filhos (Instituto Alana, 2007).

Um estudo realizado na Noruega (Maurer; Sobal, 1995) revelou que a qualidade nutricional está ligada à renda. Por esse motivo para muitas famílias de baixa renda raramente é possível ter uma dieta adequada. Esse problema se agrava nas famílias com muitas crianças, onde a renda per capita é menor e elas precisam de uma alimentação especial.

Reis (2006) atenta para o fato de que as expectativas da família podem ser um fato gerador de riscos relacionados à escolha dos produtos da cesta de alimentos do consumidor de baixa renda:

Os resultados da pesquisa nacional por amostra de domicílios (Brasil, 2004) mostraram que a segurança ou a insegurança alimentar no Brasil, do mesmo modo

que em outros países, tem associação forte com a composição da unidade domiciliar.

Dado que a segurança alimentar pode ser uma condição necessária, mas não suficiente para aumentar a satisfação com a alimentação, cabe testar a seguinte hipótese:

**H5 - Quanto maior a quantidade de crianças menor o nível de satisfação geral com a alimentação**

#### **4.4 Quantidade de Adultos no Domicílio**

A pesquisa nacional por amostra de domicílios (Brasil, 2004) constatou que o número de moradores em cada domicílio, bem como a estrutura familiar, tem impacto no padrão de segurança alimentar. Existe também uma relação clara e positiva entre as classes de idade dos moradores e a condição de segurança alimentar. À medida que aumentava a idade, aumentavam também as proporções daqueles que viviam em domicílios em segurança alimentar e diminuía, conseqüentemente, as proporções dos moradores em insegurança, nos seus diversos níveis.

Os resultados da pesquisa de orçamentos familiares (Brasil, 2003) identificaram que na idade adulta a freqüência do excesso de peso supera largamente a freqüência do déficit de peso: em oito vezes, no caso da população feminina, e em quinze vezes, no caso da população masculina.

Na família geralmente as decisões são tomadas em conjunto. Para determinados produtos os pais influenciam os filhos, para outros os pais se influenciam um ao outro ou os filhos influenciam os pais. Os influenciadores estabelecem critérios para comparar as marcas e influenciar os demais membros da família. No entanto quem se responsabiliza é quem toma a decisão pela compra dos produtos (Assael, 1990).

Os profissionais de marketing estão interessados em saber como a família interage e como os seus membros se influenciam entre si quando tomam decisões de compra, para desenvolver campanhas de mídia mais direcionadas e a família é analisada como uma unidade de análise.

Foi realizado um estudo sobre os hábitos alimentares nos domicílios com somente um adulto e onde o orçamento e as opções alimentares são limitados, focando nas conseqüências nutricionais das estratégias adotadas (Joseph Rowntree Foundation, 1995). Foram entrevistadas 200 famílias de baixa renda em Londres com somente um adulto no domicílio, sendo 2/3 com crianças.

A medida nutricional levou em conta o seguinte:

1. quantidade de nutrientes ingerida quando comparada aos padrões mínimos divulgados pelo Departamento de Saúde;
2. variedade geral e entre grupos de alimentos, tais como frutas e vegetais;
3. padrões alimentares diários que incluem a freqüência com que se alimentam e a probabilidade de comerem mais de cinco frutas e verduras e o percentual de gordura ingerido.

Seguem os resultados obtidos:

- as famílias que procuram comprar alimentos saudáveis tiveram uma alimentação melhor do que as demais, apesar de que os resultados são piores do que quando comparadas ao restante da sociedade;
- os pais protegem seus filhos das piores conseqüências nutricionais da pobreza, mas são eles mesmos que sofrem com isso;
- as famílias mais pobres freqüentemente ficam sem ingerir determinados alimentos e até refeições; apesar dos pais usarem esta estratégia de restringir os alimentos, poucos são os casos onde eles deixam as crianças sem comida;
- a estratégia de gerenciar a alimentação de forma flexível de acordo com o orçamento foi bem sucedida dado que não houve uma aderência consistente com o déficit nutricional para pais e filhos, no entanto outros fatores são mais importantes;
- os pais que procuram uma dieta saudável e variada para sua família atingiram melhores resultados do que os demais;



- os domicílios que cozinham produtos frescos tiveram uma alimentação mais saudável em relação aos que seguiam o gosto das crianças;
- não foi encontrada nenhuma evidência de que as campanhas educacionais melhorassem a qualidade da alimentação. Para ter uma dieta mais saudável os pais incentivam os filhos a comerem menos doces e mais frutas e verduras;
- as famílias que tem ajuda do Governo, mesmo quando tentam, enfrentam dificuldade para ter uma alimentação saudável;
- é grave o problema da insuficiência da renda para compra de frutas e verduras.

#### **4.5 Sexo do Responsável pela Decisão de Compra**

Qualls (1987) alertou para o impacto da tomada de decisão de acordo com o sexo do responsável, uma vez que a divisão das tarefas ocorre de forma distinta.

Estudos realizados na França e na Inglaterra relatam que crenças sociais suportam que homens e mulheres precisam de distintos tipos de alimentação (Mennell et al., 1992).

Alimentar o marido e os filhos ao mesmo tempo é bastante complexo. São obrigações contraditórias, pois as mulheres são responsáveis por manter um ambiente sem conflitos, reconhecer a autoridade do marido e prover comida de acordo com o gosto dele. Alimentar os filhos está relacionado aos sentimentos de amor e de satisfazer o gosto e a vontade deles. Elas são responsabilizadas pela saúde dos filhos a partir do momento da concepção. Elas usam doces para satisfazer as crianças, mesmo que isso traga preocupação com a saúde deles (Mennell et al., 1992).

Andreasen (1975) relata que os papéis do casal são bem definidos. Os homens têm o dever de ganhar o dinheiro e as mulheres de administrá-lo bem, cuidar da casa e das crianças. Quando se casam, geralmente é com uma pessoa que mora na vizinhança, vendo o casamento como “algo que acontece”. Eles

mantêm as rotinas de solteiro. Esses papéis tão definidos e tão distintos causam um isolamento emocional entre marido e mulher. A relação entre mãe e filho é vista como o laço mais forte no mundo da pobreza.

As mulheres sofrem uma pressão social para que se mantenham magras e atraentes, provendo alimentação saudável e nutritiva para a sua família (Mennell et al., 1992).

Dado que a literatura pertinente revela a responsabilidade que recai para a mulher, já que é o seu papel administrar bem o dinheiro (Andreasen, 1975) e a pressão social que ela sofre (Mennell et al., 1992), de manter o peso e prover alimentação saudável, é possível inferir a relação entre o sexo do respondente e a satisfação. Surgem duas hipóteses:

**H6 – A satisfação geral com a alimentação é menor quando é feminino o sexo da pessoa de referência.**

**H7 – O sexo do respondente pode impactar a satisfação com a variedade de frutas**

#### **4.6 Variedade de alimentos**

Conforme Prahalad (2005), como essas pessoas de baixa renda têm fluxos de renda imprevisíveis, fazem compras somente quando tem dinheiro à mão e procuram adquirir apenas o que é indispensável para o dia de hoje.

Quando existe um limite para gastar com comida, mesmo que possam comprar o suficiente, a alimentação pode não ser considerada apropriada ou satisfatória, pois como as pessoas só conseguem comprar o básico, como arroz e pão, sentem falta da variedade e consideram a alimentação inadequada (Alwitt; Donley, 1996).

A variedade aumenta quando ocorre o aumento da renda, pois a redução do consumo de produtos inferiores é compensada com o aumento dos produtos com mais qualidade (Mennell et al., 1992).

Conforme relatado por Klein e Einstein (2003), medir a satisfação permite identificar as frustrações do consumidor e detectar problemas com a qualidade. Então se a qualidade estiver relacionada com a satisfação, conforme relatado, esta é uma premissa teórica importante que deve ser testada. Assim surge a hipótese:

**H4b - A satisfação com a variedade da comida pode impactar a satisfação geral.**

Se o consumo de frutas está relacionado com a alimentação saudável, que previne doenças, então é outro fenômeno que pode estar relacionado à satisfação. Surge a hipótese:

**H4c - A satisfação com a variedade de frutas pode impactar a satisfação geral.**

O estudo realizado com consumidores de baixa renda da América Latina (COMO ...2004) revela que para eles a variedade de produtos por um lado oferece mais opções e por outro representa a tentação, requerendo mais tempo para realizar as compras, reforçando o sentimento de restrição. Por isso eles preferem a variedade que combina desempenho, economia e sentimento de auto-afirmação.

Os doces, para as famílias de baixa renda poderiam ser considerados supérfluos, caso não constem na lista de necessidades básicas (Alwitt; Donley, 1996). No entanto existe o desejo de usar doces para satisfazer as crianças (Mennell et al., 1992)

Portanto na tentativa de estimar a satisfação geral, estes aspectos poderiam estar relacionados, de onde surge a hipótese:

**H4d - A satisfação com a variedade de doces pode impactar a satisfação geral.**

#### **4.7**

#### **Localização Geográfica**

Uma família pobre que mora na zona rural tem problemas distintos de acesso aos produtos e serviços dos que moram na zona urbana. Além disso, os pobres pagam preços mais caros, pois as empresas que os atendem têm custos maiores e os repassam para os consumidores. E quando eles precisam se deslocar para fazer compras, incorporam ao custo o transporte até o local (Alwitt; Donley, 1996).

A localização das lojas se apresenta como um fator importante uma vez que 40% das donas de casa desse grupo vão às compras a pé, o que explica a baixa utilização dos hipermercados e a preferência pelos supermercados, mercearias, lojas de conveniência, padarias, feiras e açougues. A falta de transporte próprio faz com que a proximidade física seja um dos principais diferenciais do pequeno varejo (Oliveira, 2006).

Talvez uma das maiores frustrações da maioria das pessoas de baixa renda provinha da sensação de que são vítimas de discriminação de preço: se não fossem pobres e não morassem onde moram, poderiam comprar os alimentos por muito menos. Assim sentem-se enganadas, pois as pequenas lojas de varejo nos bairros pobres se aproveitam da sua falta de mobilidade e do seu baixo grau de escolaridade. Isso ocorre independente do fato de que esses negócios tenham alto custo e maior risco (Andreasen, 1975).

Esta pode ser uma premissa teórica importante para relacionar os dois aspectos através da seguinte hipótese:

## **H8 – A localização geográfica pode impactar a satisfação geral com a alimentação**

O estudo realizado com consumidores de baixa renda da América Latina (COMO ...2004) constatou que os pequenos supermercados atendem melhor esse consumidor e apesar da informalidade, há muito mais na proposição de valor. A proximidade e o preço são critérios predominantes na escolha do local de compra, sempre procurando o menor preço total pago no caixa. A proximidade representa uma redução no valor total devido à economia do transporte. Os preços pagos nos pequenos supermercados foram entre 5% e 20% mais caros do que nos grandes supermercados, no entanto, para viabilizar o transporte e poder comprar nesses locais, precisariam obter descontos entre 25 e 55%. Além disso, nos grandes supermercados existem artigos caros, embalagens grandes e promoções que induzem o consumidor a comprar demais.

Os supermercados pequenos oferecem os seguintes atributos valorizados pelo consumidor de baixa renda: zelam pela higiene, apesar de apresentar certa desordem; otimizam a combinação, oferecendo variedade adequada das principais categorias com marcas e tamanhos mais procurados; fracionam alguns artigos em quantidades menores (COMO ...2004).

Os bairros têm diferentes características dos alimentos disponíveis, sendo este um fator importante que afeta a alimentação das crianças. Nos bairros de baixa renda geralmente as promoções são feitas com alimentos não saudáveis (Estados Unidos, 2006).

## 5 Método

O método deste trabalho seguiu as seguintes etapas:

Etapa 1: Na primeira etapa buscou-se entender os resultados da pesquisa nacional por amostra de domicílios (Brasil, 2004) sobre segurança e insegurança alimentar e como eles se alinhavam com a teoria relacionada a esse tipo de resultado. O objetivo final foi o de levantar hipóteses sobre o comportamento dos consumidores com base no conceito de satisfação com o consumo de alimentos.

Etapa 2: Na segunda etapa utilizou-se uma base de dados de um questionário previamente aplicado a uma amostra de consumidores de baixa renda e que cobria o tema da pesquisa e que permitira formular hipóteses cujo teste seria viável com os dados disponíveis.

Etapa 3: A terceira etapa consistiu de uma análise detalhada dos dados disponíveis em 540 questionários. Como o propósito deste estudo é entender a população de baixa renda, decidiu-se utilizar a quebra de renda menor do que um salário mínimo per capita. Essa definição foi utilizada já que o salário mínimo é a unidade salarial legal mais baixa. Para poder realizar as análises com a quantidade de crianças, foram retirados da amostra os questionários das famílias com mais de três crianças em casa (até 14 anos), pois a quantidade de questionários era muito pequena (total de 10). Por essa razão, a base utilizável ficou reduzida a 326 respondentes. Os questionários foram aplicados entre dezembro de 2006 e janeiro de 2007, em diversas regiões do Estado do Rio de Janeiro, mas próximas à capital. O questionário deveria ser respondido por escrito e embora tenha sido testado em entrevistas com 105 pessoas, optou-se por treinar estudantes de baixa renda que conheciam as regiões de moradia dos respondentes para a sua aplicação. Estes estudantes ficariam disponíveis caso os respondentes tivessem alguma dúvida, mas não deveriam insistir para que o entrevistado respondesse qualquer pergunta

que não desejassem. Foram distribuídos 700 questionários e recebidos 540 utilizáveis. Para se qualificar como membro da amostra, o respondente tinha que ser o responsável pelas compras de alimento do domicílio.

Assim, a amostra utilizada neste estudo compõe-se de respondentes: 75% mulheres e 25% homens. Nos domicílios dos respondentes, 35% não tinham crianças (menores de 14 anos), nos demais 34% tinham uma criança, 23% tinham duas e 8% tinham três. Foram entrevistadas pessoas na capital (51%) e nos municípios vizinhos (49%). As entrevistas na capital foram feitas nas zonas oeste (19%), norte (23%) e sul (9%). As entrevistas foram distribuídas da seguinte forma:

- Na **zona oeste** foram feitas 60 entrevistas nos seguintes bairros: Bangu – 4, Campo Grande - 3, Cidade de Deus - 25, Curicica - 2, Itanhangá - 1, Jacarepaguá - 1, Padre Miguel - 1, Realengo - 1, Rio Bonito - 10, Rio das Pedras - 1, Rocinha - 7, outros na zona oeste - 5.

- Na **zona norte** foram feitas 72 entrevistas nos seguintes bairros: Cascadura -1, Grajaú -1, Ilha do Governador -2, Inhaúma -16, Madureira -6, Olaria -36, Pavuna -2, Penha -1, São Cristóvão -8, Tijuca -1 e Vila da Penha -1.

- Na **zona sul** foram feitas 29 entrevistas nos seguintes bairros: Botafogo - 3, Humaitá - 4, Ipanema - 1, Vidigal - 3 e Vila Canoa - 18.

- Na **região metropolitana e interior** foram feitas 160 entrevistas nas seguintes áreas: Baixada - 7, Belford Roxo - 31, Casimiro de Abreu - 1, Coelho da Rocha - 1, Duque de Caxias - 19, Japeri - 1, Macaé - 1, Magé - 1, Niterói - 1, Nova Iguaçu - 26, Petrópolis - 34, São Gonçalo - 1, São João de Meriti - 10 e Silva Jardim - 26.

O bairro é referente ao local de residência dos entrevistados.

Com relação à renda, o questionário foi testado e as pessoas responderam a pergunta sobre renda entendendo que era a renda total (de todos as pessoas que residiram no domicílio) incluído a própria renda.

Etapa 4: Tendo em conta os dados pesquisa de orçamentos familiares (Brasil, 2003), da pesquisa nacional por amostra de domicílios (Brasil, 2004) e do censo demográfico (Brasil, 2000), os dados disponíveis na base de dados e a revisão da literatura pertinente foram formuladas as seguintes hipóteses:

Hipóteses		Origem
H1	A <b>renda</b> pode impactar a satisfação geral com a alimentação	Referencial prático
H2	A <b>quantidade de adultos</b> no domicílio pode impactar a satisfação geral com a alimentação	
H3	A presença de <b>crianças</b> no domicílio pode impactar a satisfação geral com a alimentação	
H4a	A satisfação com a <b>quantidade de comida</b> pode impactar a satisfação geral	Referencial teórico
H4b	A satisfação com a <b>variedade da comida</b> pode impactar a satisfação geral	
H4c	A satisfação com a <b>variedade de frutas</b> pode impactar a satisfação geral	
H4d	A satisfação com a <b>variedade de doces</b> pode impactar a satisfação geral	
H5	A <b>quantidade de crianças</b> no domicílio pode impactar a satisfação geral com a alimentação	
H6	A satisfação geral com a alimentação é menor quando é <b>feminino o sexo</b> da pessoa de referência	
H7	O <b>sexo do respondente</b> pode impactar a satisfação com a variedade de frutas	
H8	A <b>localização geográfica</b> pode impactar a satisfação geral com a alimentação	

Tabela 3 – Hipóteses e sua origem

As hipóteses foram testadas por regressões univariadas (H1, H2, H3, H5, H6, H7 e H9), multivariada (H4a, H4b, H4c e H4d) e teste das médias (H8).



## 6 Resultados

Os resultados serão apresentados da seguinte forma:

- Inicialmente (Parte A1) estão os resultados das frequências obtidas para a satisfação geral com a alimentação e pelas abordagens de quantidade e variedade;
- Na sequência, (Parte A2) são apresentados os resultados da satisfação média com a quantidade e variedade de comida, com a variedade de frutas e doces de acordo com o perfil dos respondentes;
- Por último (Parte B) são testadas as hipóteses.

## 6.1 Parte A. Satisfação com a alimentação

### 6.1.1 Parte A1: satisfação geral e média com a quantidade de comida, com a variedade da comida, frutas e doces

Para avaliar a satisfação geral com a alimentação, foi utilizada uma escala onde zero é muito insatisfeito e dez é muito satisfeito, cujos resultados são apresentados a seguir:

Nota	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Qtd de Respondentes</b>	2	4	12	15	21	55	45	58	57	20	37
<b>Percentual</b>	1%	1%	4%	5%	6%	17%	14%	18%	17%	6%	11%

Tabela 4 - Distribuição da nota da satisfação geral com a alimentação

Com relação à satisfação geral, a maioria dos respondentes (83%) concentrou suas notas entre 5 e 10. Somente 17% responderam entre 0 e 4.

Satisfação média c/ atributos: (resultado percentual)	Variedade da comida	Quantidade de comida	Variedade de frutas	Variedade De doces
Muito Insatisfeito	12	9	17	6
Insatisfeito	25	23	38	22
Nem satisfeito nem insatisfeito	18	20	20	30
Satisfeito	40	43	21	35
Muito satisfeito	6	6	4	6
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tabela 5 - Satisfação média com a quantidade de comida, com a variedade da comida, frutas e doces.

Uma grande parte dos respondentes está satisfeito ou muito satisfeito com a variedade (46%) e com a quantidade de comida (49%), bem como com a variedade de doces (41%). No entanto, uma grande parte (55%) está insatisfeita ou muito insatisfeita com a variedade de frutas.

## 6.1.2

**Parte A2: satisfação média com a variedade e quantidade de comida, com a variedade de frutas e de doces de acordo com o perfil dos respondentes**

	Coluna 1 de 0 a 10	Coluna 2 de 1 a 5	Coluna 3 de 1 a 5	Coluna 4 de 1 a 5	Coluna 5 (de 1 a 5)
Variáveis	Satisfação Geral	Variedade da comida	Quantidade de comida	Variedade de frutas	Variedade de doces
A. Média Geral	6,5	3,0	3,1	2,6	3,1
<b>B. Sexo do respondente</b>					
Feminino	6,5	3,0	3,2	2,5	3,1
Masculino	6,5	3,1	3,1	2,8	3,2
<b>C. Estrutura familiar (adultos)</b>					
Dom. c/ 1 adulto	5,7	2,9	2,9	2,2	2,9
2 ou mais adultos	6,8	3,1	3,2	2,7	3,2
<b>D. Estrutura familiar (crianças)</b>					
Dom sem crianças	7,3	3,2	3,5	2,9	3,4
Dom com crianças	6,1	2,9	3,0	2,4	3,0
<b>E. Quantidade de crianças no domicílio</b>					
1	6,4	3,0	3,2	2,6	3,1
2	6,1	2,9	2,8	2,4	2,9
3	4,5	2,6	2,2	2,2	3,0
<b>F. Região onde os domicílios pesquisados estão localizados</b>					
Metrop./Interior	6,7	3,2	3,2	2,6	3,1
Sul	5,4	2,3	2,5	1,9	2,7
Norte	6,8	2,9	3,2	2,8	3,2
Oeste	6,1	3,0	3,2	2,5	3,2

Tabela 6 - Distribuição da satisfação média da população de baixa renda de acordo com a variedade e quantidade de comida e com a variedade de frutas e doces

Para comparar as médias de satisfação da Tabela 6, foram feitos os seguintes testes ANOVA:

- Item B. Sexo do respondente. O teste das médias da satisfação geral, da satisfação com a quantidade e variedade da comida, variedade de frutas e de doces entre respondentes do sexo feminino e masculino sugere que estas médias não são estatisticamente distintas. Para a significância ver tabela 9.2.1 do Anexo.

Quais médias são distintas?	Satisf. Geral	Variedade Da comida	Quantidade de comida	Variedade de frutas	Variedade De doces
Respondente do Sexo Feminino X Masculino	Não	Não	Não	Não	Não

Tabela 7 - Comparação das médias nos domicílios com respondente do sexo feminino e masculino

- Item C. Estrutura Familiar (adultos). A aparente diferença da satisfação geral das famílias que tem um adulto (média=5,7) e das que tem mais de um adulto (média=6,8), sugere que existe um impacto da quantidade de adultos na satisfação. Com relação a variedade de frutas, a aparente diferença da satisfação média nas famílias que tem um adulto (média=2,2) e as demais (média=2,7) sugere que existe um impacto da quantidade de adultos na satisfação com a variedade de frutas. A satisfação média aparente com a variedade de doces das famílias que tem um adulto (média= 2,9) e das demais (média=3,2) sugere que existe um impacto da quantidade de adultos na satisfação com a variedade de doces. As médias de satisfação com a variedade e quantidade de comida não são estatisticamente distintas. Para a significância ver tabela 9.2.2 do Anexo.

Quais médias são distintas?	Satisf. Geral	Variedade da comida	Quantidade de comida	Variedade de frutas	Variedade De doces
Famílias com um X Famílias com mais de um adulto	<b>Sim</b>	Não	Não	<b>Sim</b>	<b>Sim</b>

Tabela 8 - Comparação das médias nos domicílios com um e com mais de um adulto

Após analisar os resultados e com base na literatura, surgiu a seguinte hipótese:

**H9 – A estrutura familiar (domicílios com 1 ou mais adultos) pode impactar a satisfação com a variedade de frutas**

- Item D. Estrutura Familiar (crianças). A aparente diferença da satisfação geral entre os domicílios sem crianças (média=7,3) e os demais (média=6,1), da satisfação com a quantidade de comida entre os domicílios sem crianças (média=3,5) e os demais (média=3,0), da satisfação com a variedade de frutas nos domicílios sem crianças (média=2,9) e os demais (média=2,4) e da satisfação com a variedade de doces entre domicílios sem crianças (média=3,4) e os demais (média=3,0) sugere que existe um impacto da presença das crianças na satisfação. Não houve diferença estatística na média da satisfação com a variedade da comida. Para a significância ver tabela 9.2.3 do Anexo.

Quais médias são distintas?	Satisf. Geral	Variedade da comida	Quantidade de comida	Variedade de frutas	Variedade De doces
Dom. sem crianças X Dom. com crianças	<b>Sim</b>	Não	<b>Sim</b>	<b>Sim</b>	<b>Sim</b>

Tabela 9 - Comparação das médias nos domicílios sem e com crianças

- Item E. Quantidade de crianças. A aparente diferença da satisfação geral entre os domicílios com 3 crianças (média=4,5) e os domicílios com 1 (média=6,1) ou 2 (média=6,4), da satisfação com a quantidade de comida entre os domicílios com 3 crianças (média=2,2) e os domicílios com 1 (média=3,2) e 2 (média=2,8) crianças, sugerem que a quantidade de crianças impacta na satisfação geral e com a quantidade de comida. A satisfação com a variedade de comida, de frutas e de doces não é estatisticamente diferente para os domicílios com 1, 2 ou 3 crianças. Para a significância ver tabela 9.2.4 do Anexo.

Quais médias são distintas?	Satisf. Geral	Variedade Da comida	Quantidade de comida	Variedade de frutas	Variedade De doces
Famílias com 1 e com 2 crianças	Não	Não	<b>Sim</b>	Não	Não
Famílias com 2 e com 3 crianças	<b>Sim</b>	Não	<b>Sim</b>	Não	Não
Famílias com 1 e com 3 crianças	<b>Sim</b>	Não	<b>Sim</b>	Não	Não

Tabela 10 – Comparação das médias nos domicílios com 1, 2 ou 3 crianças.

- Item F. Localização geográfica. A aparente diferença da satisfação geral entre a região sul (média=5,4) e as regiões metropolitana (média=6,7), norte (média=6,8) e oeste (média=6,1), da satisfação média com a quantidade de comida entre a região sul (média=2,5) e as regiões metropolitana (média=3,2), norte (média=3,2) e oeste (média=3,2), da satisfação média com a variedade de comida entre a região sul (média=2,3) e as regiões metropolitana (média=3,2), norte (média=2,9) e oeste (média=3,0), da satisfação média com a variedade de frutas entre a região sul (média=1,9) e as regiões metropolitana (média=2,6), norte (média=2,8) e oeste (média=2,5), da satisfação média com a variedade de doces da região sul (média=2,7) e das regiões metropolitana (média=3,1), norte (média=3,2) e oeste (média=3,2), sugere que existe um impacto da localização geográfica na satisfação geral, com a quantidade e variedade de comida, na variedade de frutas e doces. Para a significância ver tabela 9.2.5 do Anexo.

Quais médias são distintas?	Satisf. Geral	Variedade da comida	Quantidade de comida	Variedade de frutas	Variedade de doces
Metrop e Norte	Não	Não	Não	Não	Não
Metrop e Oeste	Não	Não	Não	Não	Não
Metrop e Sul	<b>Sim</b>	<b>Sim</b>	<b>Sim</b>	<b>Sim</b>	<b>Sim</b>
Norte e Oeste	Não	Não	Não	<b>Sim</b>	Não
Norte e Sul	<b>Sim</b>	<b>Sim</b>	<b>Sim</b>	<b>Sim</b>	<b>Sim</b>
Oeste e Sul	Não	<b>Sim</b>	<b>Sim</b>	<b>Sim</b>	<b>Sim</b>

Tabela 11 – Comparação das médias da satisfação entre domicílios situados na região metropolitana, sul, norte e oeste.

## 6.2

### Parte B: Teste das Hipóteses

Os resultados dos testes de hipóteses aparecem na tabela apresentada a seguir. Nela cada hipótese é mostrada juntamente com a variável dependente e a variável ou variáveis independentes conforme o caso. Mostra ainda o coeficiente de regressão, o índice de significância e a correlação. As hipóteses H6 e H7 não alcançaram o nível de significância desejado 0,05.

Hipó-Tese	Variável Dependente	Variável Independente	Beta	Signif. do Beta	R <sup>2</sup>	F
H1	Satisfação Geral	Renda Media per capita	0,215	0,000	0,215	15,652
H2	Satisfação Geral	Quantidade de adultos	0,209	0,000	0,209	14,809
H3	Satisfação Geral	Presença de crianças	(0,255)	0,000	0,225	22,556
		H4a. Satisfação com a quantidade de comida	0,209	0,000		
		H4b. Satisfação com a variedade da comida	0,251	0,000		
H4	Satisfação Geral	H4c. Satisfação com a variedade de frutas	0,211	0,000	0,621	50,413
		H4d. Satisfação com a variedade de doces	0,139	0,004		
H5	Satisfação Geral	Quantidade de crianças	(0,327)	0,000	0,327	38,852
H6	Satisfação Geral	Sexo do respondente feminino	0,015	<b>0,786</b>	0,015	0,074
H7	Satisfação com a variedade de frutas	Sexo do respondente	0,089	<b>0,111</b>	0,890	2,560
H8	Satisfação Geral	Localização Geográfica		0,008		3,976
H9	Satisfação com a variedade de frutas	Estrutura da família: somente 1 adulto	0,254	0,000	0,369	46,181

Tabela 12 - Apresentação dos achados segundo as hipóteses do estudo

### 6.2.1

#### Parte B1. A Satisfação e a Renda

##### **H1: A renda pode impactar a satisfação geral com a alimentação**

###### **Os resultados confirmam a hipótese.**

Dado que a comida é o item mais flexível do orçamento (Maxwell; Slater, 2004), é possível que esta seja a primeira a sofrer com a redução da renda. Nesse caso aumentam as chances da falta e encontra-se nisto uma das razões para que aumente a tensão para a boa administração do orçamento. Esse evento pode conduzir ao aumento da privação, frustração, stress familiar, mudanças alimentares indesejadas consumindo produtos de qualidade inferior (Joseph Rowntree Foundation, 1994). Além disso, é um fator gerador da sensação de incompetência, culpa, aumentando a vulnerabilidade a violência doméstica, desaprovação social e discriminação (Rangan et al., 2007).

### 6.2.2

#### Parte B2. A Satisfação e a Estrutura Familiar

##### **H2: A quantidade de adultos no domicílio pode impactar a satisfação geral com a alimentação**

**Os resultados confirmam a hipótese**, no entanto sugerem um comentário importante: o IBGE mede a segurança/insegurança alimentar, e a pesquisa mede a satisfação/insatisfação. Conforme mostrado anteriormente, são dois conceitos distintos: a insegurança alimentar, por exemplo, mede desde o risco de faltar comida (leve) até a fome (grave) enquanto a satisfação está associada ao sentimento de prazer. Os resultados sugerem que a quantidade de adultos no domicílio impacta a segurança alimentar e satisfação de forma contrária, ou seja:

- as pesquisas realizadas pelo IBGE indicaram que quanto maior a quantidade de adultos, menor a segurança alimentar, quando são comparados os domicílios com até 3 moradores aos que tem 7 ou mais.

- Os resultados obtidos pela pesquisa de satisfação sugerem que quanto maior a quantidade de adultos, maior a satisfação com a alimentação. É importante ressaltar que a pesquisa sobre satisfação com a alimentação teve uma parcela muito pequena de participação de domicílios com 7 ou mais adultos (1%), não sendo representativa da população. Ela teve forte participação dos domicílios com 0-3 (81%) e com 4-6 adultos (18%). Isso pode estar ocorrendo, pois com mais moradores adultos, o risco de faltar dinheiro diminui e as tensões são compartilhadas.

Outra comparação das médias da satisfação geral foi feita entre as famílias que só tem 1 adulto e as demais que possuem mais de um adulto (gráfico abaixo). O resultado sugere que as que têm somente o pai ou a mãe possuem satisfação geral média inferior ( $F=15,101$   $p=0,000$ ). Se isso for verdade, reforça a hipótese sobre o compartilhamento das tensões sendo que com somente 1 adulto, eles não tem com quem compartilhar as responsabilidades, agravando o sentimento de incompetência e o risco do fracasso.

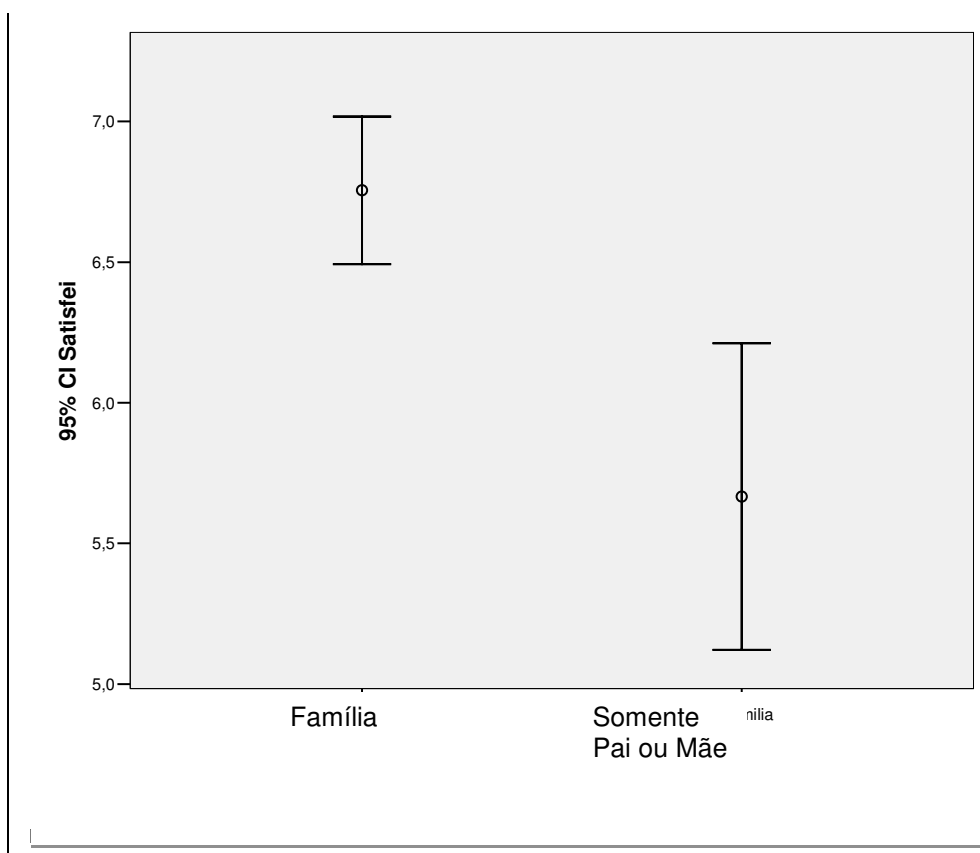


Figura 7 – Satisfação geral média e a estrutura familiar



### 6.2.3

#### Parte B3. A Satisfação e a Presença de Crianças

**H3: A presença de crianças no domicílio pode impactar a satisfação geral com a alimentação**

**Os resultados confirmam a hipótese.**

Esses resultados estão compatíveis com a literatura pertinente. Por exemplo: no processo de socialização, as crianças influenciam os pais através dos seus conhecimentos e habilidades de consumo (Ekstrom et al., 1987). Esse processo poderia gerar as sensações de privação e frustração quando os pais não conseguem atender a vontade dos filhos.

Além disso, estudos sociológicos consideram que pode existir um link entre alimentação e saúde. As mães associam boa alimentação como forma importante de prevenir doenças e são responsáveis pela saúde dos filhos desde a concepção (Mennell et al., 1992). Esses fatores poderiam causar preocupação, pois conhecem os benefícios de uma alimentação saudável, mas não podem comprar coisas como frutas (Joseph Rowntree Foundation, 1994).

Alguns fatores encontrados na literatura podem também trazer preocupações com relação à saúde das crianças. São eles:

- especialmente os pais separados e as mães que trabalham fora cedem mais aos apelos dos filhos, movidos principalmente pelo sentimento de culpa (Matta, 2007).
- as mulheres usam doces para satisfazer as crianças, mesmo que isso traga preocupação com a saúde deles (Mennell et al., 1992).

Uma interpretação possível é que como os resultados da pesquisa estão sendo trabalhados com a renda per capita, quanto maior a quantidade de crianças, maiores são as chances de diminuir a renda per capita. Como já foi testado, a

renda impacta na satisfação com a alimentação, no entanto como sugerido na literatura, este não é o único fator.

#### 6.2.4

#### Parte B4. Satisfação Geral

**H4a - A satisfação com a quantidade de comida pode impactar a satisfação geral.**

**H4b - A satisfação com a variedade da comida pode impactar a satisfação geral.**

**H4c - A satisfação com a variedade de frutas pode impactar a satisfação geral.**

**H4d - A satisfação com a variedade de doces pode impactar a satisfação geral.**

Entende-se que a satisfação geral poderia estar relacionada com as demais perguntas sobre satisfação com a quantidade e variedade de comida, variedade de frutas e de doces (são as abordagens). Logo, a variável dependente é a satisfação geral e as independentes são: satisfação com a quantidade e variedade de comida, variedade de frutas e de doces. Como as perguntas feitas se referem à assuntos semelhantes (satisfação com as abordagens), o scatterplot do erro foi analisado e o erro não está correlacionado.

**Os resultados confirmam a hipótese**, sugerindo que a satisfação com a quantidade e variedade de comida, variedade de frutas e de doces podem ter impacto na satisfação geral com a alimentação.

O item que se mostrou mais relevante foi a variedade da comida. Talvez isso ocorra devido ao fato de que nas famílias de baixa renda a variedade fique para segundo plano, sendo que a preocupação principal esta centrada em comprar o básico, ou seja, os produtos essenciais (Alwitt; Donley, 1996) e agradar a todos.

Em segundo lugar vem a satisfação com a variedade de frutas. Apesar de saber que as frutas são importantes para uma alimentação saudável, talvez nem sempre seja possível comprá-las.

Em terceiro lugar aparece a quantidade de comida. Esse resultado tem coerência com a pesquisa de orçamentos familiares (Brasil, 2003) sobre a dificuldade de o orçamento chegar ao final do mês e com as tabelas sobre condição de vida, onde 63% das famílias de baixa renda consideram que a comida é às vezes ou normalmente insuficiente.

Finalmente está satisfação com a variedade de doce, sugerindo que é a variável menos essencial, dentre os anteriores, para a satisfação com a alimentação.

As famílias de baixa renda têm uma grande parte do orçamento destinado à alimentação, que é o principal, senão único, gasto com maior liberdade de escolha. Os gastos com transporte e habitação são mais inelásticos, deixando pouco espaço para vestuário, educação e recreação.

### 6.2.5

#### **Parte B5. A Satisfação com a Alimentação e a Quantidade de Crianças**

##### **H5: A quantidade de crianças no domicílio pode impactar a satisfação geral com a alimentação**

**Os resultados confirmam a hipótese.** À medida que a quantidade de crianças aumenta, a satisfação geral diminui ( $F=38,852$ ;  $p=0,000$ ;  $R=-0,327$ ).

O mesmo teste foi realizado excluindo-se da amostra os domicílios sem crianças e os resultados novamente confirmaram a hipótese ( $F=14,372$ ;  $p=0,000$ ;  $R=-0,253$ ).

Uma interpretação desses resultados é que as crianças talvez exerçam algum tipo de influência nos adultos para as compras domésticas de alimentos.

Talvez os pais assumam grande parte da responsabilidade pela alimentação suficiente e nesse contexto as crianças trazem dificuldade, tensão e expectativa.

### 6.2.6

#### **Parte B6. A Satisfação e o Respondente do Sexo Feminino**

**H6: A satisfação geral com a alimentação é menor quando é feminino o sexo da pessoa de referência.**

Foi testado se há diferença entre as respostas dos dois grupos: do sexo feminino e masculino.

**Os resultados obtidos não permitem comprovar a hipótese.**

A amostra aleatória contém 83 respondentes do sexo masculino (25%) e 243 respondentes do sexo feminino (75%), portanto a cada 4 domicílios pesquisados, em 1 deles as compras são realizadas por mulheres.

Analisando a tabela (Parte A2), observa-se que o teste das médias no item C não confirmou que a satisfação para respondentes do sexo masculino e feminino sejam estatisticamente distintas.

O IBGE sugere que a insegurança alimentar é maior nos domicílios onde a pessoa de referência é do sexo feminino. Os resultados da pesquisa não confirmaram a hipótese de que o sexo do respondente exerça algum impacto na satisfação com a alimentação.

A literatura sugere que o sexo do responsável influencia na tomada de decisão, uma vez que a divisão das tarefas ocorre de forma distinta (Qualls, 1987).

Esse fator requer um aprofundamento para o melhor entendimento das possíveis divergências de percepção e dos papéis desempenhados por homens e mulheres como responsáveis pela alimentação no domicílio.

### **6.2.7**

#### **Parte B7. A Satisfação com a Variedade de Frutas e o Sexo do Respondente**

**H7 – O sexo do respondente pode impactar a satisfação com a variedade de frutas**

**Os resultados obtidos não permitem comprovar a hipótese.**

A literatura sugere que as mulheres sofrem uma pressão provendo alimentação saudável e nutritiva para a sua família (Mennell et al., 1992) e estudos anteriores sugeriram que elas conhecem os benefícios de uma alimentação saudável, mas percebem a provação causada pela baixa renda (Joseph Rowntree Foundation, 1994).

### **6.2.8**

#### **Parte B8. A Satisfação e a Localização Geográfica**

**H8: A localização geográfica pode impactar a satisfação geral com a alimentação**

O seguinte gráfico com as médias de satisfação geral com a alimentação segundo a localização do domicílio, sugere que a satisfação média dos respondentes da zona sul são inferiores aos das regiões metropolitana e norte.

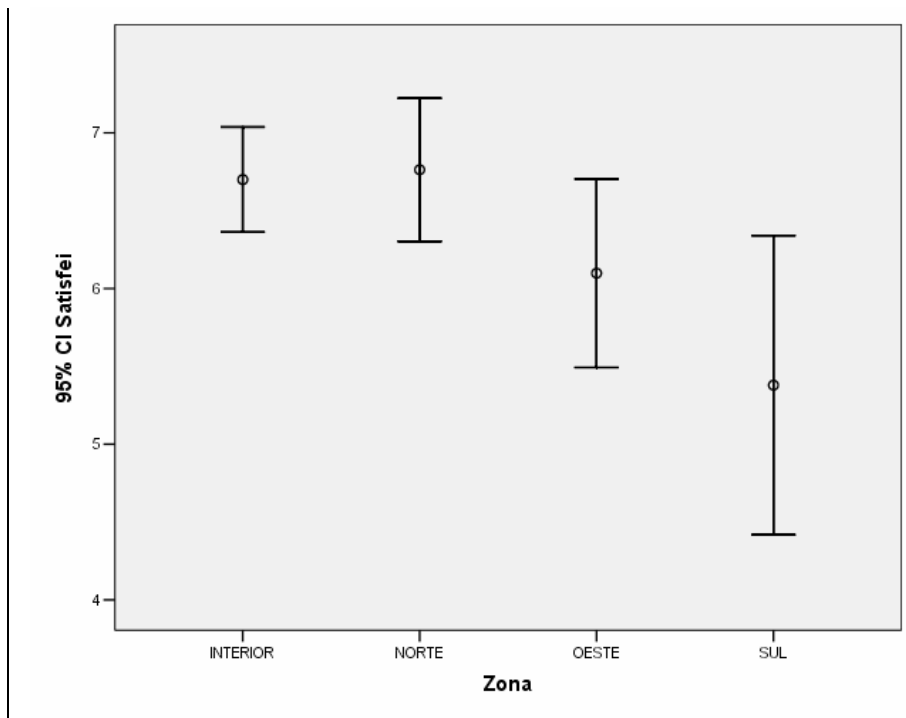


Figura 8 – Satisfação e a localização do domicílio

**Os resultados confirmam a hipótese** com um grau de significância de 0,008, sugerindo que existe algum elemento que distingue as regiões e que faz com que a satisfação seja alterada.

As famílias de baixa renda frequentemente têm alguma dificuldade de acesso para aquisição de alimentos devido a necessidade de usar o transporte público, que requer um gasto adicional. Isso pode ser um obstáculo para que façam compras em supermercados maiores e mais distantes (Alwitt; Donley, 1996).

Quando o fluxo de caixa é imprevisível, as famílias de baixa renda fazem várias compras por semana (Prahalad, 2005), nesse caso dando prioridade aos pequenos mercados de bairro, onde não seja necessário incorporar os custos com transporte.

Esses podem ser alguns dos fatores que influenciam na escolha de um pequeno supermercado mais próximo de casa, mesmo com a percepção de que estão pagando mais caro (Andreasen, 1975) como no caso dos moradores da zona sul.

Esse resultado tem coerência com a hipótese de que os pequenos supermercados têm uma melhor proposta de valor para o consumidor de baixa renda, pois eles têm atributos valorizados por este consumidor, tais como variedade adequada e tamanhos menores. (COMO ...2004)

### **6.2.9**

#### **Parte B9. A Satisfação com a Variedade de Frutas e a estrutura familiar (somente 1 adulto)**

**H9 – A estrutura familiar (domicílios com 1 ou mais adultos) pode impactar a satisfação com a variedade de frutas**

**Os resultados confirmam a hipótese.**

Isso talvez ocorra, pois os domicílios que tem somente 1 adulto direcionam uma parcela maior para os custos mais fixos, como água e luz e sobra uma parcela menor para gastar com a alimentação.

A literatura sugere que as famílias de baixa renda tentam gastar somente com as necessidades básicas, comprando menos produtos supérfluos (Alwitt; Donley, 1996). Uma hipótese que surge é que talvez essas famílias considerem as frutas como sendo parte dos itens supérfluos.

## 7 Conclusão

### 7.1 Discussão

Este trabalho teve como objetivo identificar as diferenças existentes nas famílias de baixa renda que impactam na satisfação com a alimentação.

Inicialmente, no referencial prático, foram analisados os dados da pesquisa de orçamentos familiares (Brasil, 2003) e da pesquisa nacional por amostras de domicílios (Brasil, 2004) os quais sugerem que a baixa renda, a presença de crianças no domicílio, a quantidade de adultos e o sexo da pessoa de referência impactam na insegurança alimentar. Foram levantadas 3 hipóteses.

Em seguida foram analisados os resultados da pesquisa de satisfação e em paralelo foi feita uma revisão da literatura existente sobre esses fatores. Surgiram fatores relacionando a satisfação geral com a quantidade e variedade de comida, frutas e doces, localização geográfica e o número de crianças. Sobre a satisfação com a variedade de frutas surgiram fatores relacionados ao sexo do respondente e a estrutura familiar. Em consequência foram levantadas mais 6 hipóteses.

Todas as hipóteses foram validadas á luz da literatura e depois foram testadas na pesquisa de satisfação com a alimentação.

**A pesquisa sugere que a satisfação geral com a alimentação sofre impacto da renda. Por quê?**

A alimentação é o item mais flexível do orçamento, ou seja, esses gastos são reduzidos na medida em que aumenta a pressão para pagar outras contas tais como aluguel e luz (Maxwell; Slater, 2004). Uma estratégia utilizada para reduzir



as compras de alimentos é fazer menos de 3 refeições diárias (Alwitt; Donley, 1996). Esta dinâmica pode estar associada à necessidade de fazer mudanças alimentares indesejadas para adequar-se ao orçamento disponível, podendo inclusive aumentar o risco de passar fome.

Além dos impactos biológicos, dentre os elementos que podem ser considerados estão:

- o aumento do stress familiar e as pressões sociais que geram o risco da desaprovação social e da discriminação (Joseph Rowntree Foundation, 1994);
- o risco de sentir-se fracassado e incompetente devido falta de alimento suficiente (Maxwell; Slater, 2004);
- o risco da desaprovação social e da discriminação (Rangan et al., 2007)

### **A pesquisa sugeriu que a satisfação sofre impacto da estrutura familiar. Por quê?**

Os resultados dos testes sugerem que a presença de crianças, a quantidade de crianças, a presença de somente 1 adulto e a quantidade de adultos impactam na satisfação com a alimentação.

Uma possível razão para esse resultado, levando em conta a literatura pertinente, é que essas famílias vivem uma ansiedade para saber se os seus filhos resistirão aos anúncios persuasivos sem que se sintam vítimas por não comer o alimento “da moda” (Maxwell; Slater, 2004).

Com o aumento dos adultos existe a possibilidade do aumento da renda per capita, no entanto ela inexistente com o aumento da quantidade de crianças.

Os pais talvez sejam vítimas de privação e de frustração, quando não conseguem garantir uma alimentação saudável, pois segundo a literatura pertinente, para muitas famílias de baixa renda, raramente é possível ter uma dieta adequada, problema que se agrava nas famílias com muitas crianças (Maurer; Sobal, 1995).

Com relação aos adultos, quando a estrutura familiar constitui-se de somente um adulto no domicílio, a tensão gerada pelo risco de faltar dinheiro pode estar concentrada, enquanto que quando a quantidade de adultos aumenta, pode estar compartilhada entre eles.

Outra possibilidade faz referência à parcela da renda familiar destinada para os gastos fixos (água e luz) e para a alimentação. Quando tem somente um adulto no domicílio, talvez a parcela da renda familiar destinada a alimentação seja maior em termos percentuais do que nas famílias constituídas por vários adultos.

#### **A pesquisa sugeriu que a satisfação sofre impacto da localização geográfica. Por quê?**

Os resultados da pesquisa de satisfação sugerem que as famílias de baixa renda que residem na zona sul têm menor índice de satisfação em relação as demais. Esta área da cidade tem lojas maiores, com mais variedade de produtos e marcas mais caras. Uma possível interpretação é tendo acesso a essas lojas mais sofisticadas com muitos produtos que eles não podem comprar, as famílias da zona sul tem maior percepção de privação.

Por fim a pesquisa sugeriu que a satisfação sofre impacto da variedade de comida, da variedade das frutas, da quantidade de comida e da variedade de doces (nesta ordem de importância).

A pesquisa não confirmou as seguintes hipóteses: impacto do sexo do respondente na satisfação geral e na satisfação com a variedade de frutas. Estas hipóteses precisam ser aprofundadas.

## 7.2 Recomendações para futuros estudos

Fatores relacionados à estrutura familiar principalmente em relação à quantidade de adultos no domicílio merecem aprofundamento. Para ter resultados mais consistentes talvez seja necessário entender melhor as famílias de diferentes tamanhos observando como os adultos interagem, como são definidos os papéis e quais são as necessidades emocionais de cada membro para poder explicar os fatores que causam do aumento da satisfação quando a quantidade de adultos aumenta, resultado este sugerido pelos dados desta pesquisa.

Tendo a estrutura familiar alguma importância na satisfação, conforme sugerido pela pesquisa, poderia ser usada para ajudar na segmentação do mercado de baixa renda, caso outras pesquisas confirmem a mesma relação de causa.

A questão da influência do sexo da pessoa de referência na segurança alimentar que já havia sido sugerida pela pesquisa de orçamentos familiares (Brasil, 2003), mas que a pesquisa de satisfação não encontrou nenhuma evidência para sustentá-la, logo precisa ser aprofundada para melhor entendimento. Com relação a variedade de frutas, é necessário entender junto ao público feminino e masculino, qual é o seu entendimento sobre a importância da variedade das frutas para uma alimentação adequada.

A pesquisa sugere que a localização geográfica exerce algum tipo de influência sobre a satisfação com a alimentação e que os moradores da zona sul têm satisfação média inferior aos demais. Talvez isso seja uma indicação de que existe alguma diferença no composto de marketing que não atende a população de baixa renda da zona sul, que precisa ser investigado.

## Referências bibliográficas

ALWITT, L. E.; DONLEY, T. D. **The low-income consumer**: adjusting the balance of exchange. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. 208p.

ANDREASEN, A. R. **The disadvantaged consumer**. New York: The Free Press, 1975. 366p.

ASSAEL, H. **Consumer behaviour and marketing action**. 3. ed. Boston: Kent Publishing Company, 1987. 700p.

\_\_\_\_\_. **Marketing**: principles and strategy. New York: Dryden Press, 1990. 739p.

ATKIN, C. K. Observation of parent-child interaction in supermarket decision-making. **Journal of Marketing**, v. 42, n. 4, p. 41-45. 01 out. 1978.

BRASIL. Ibge. **Censo demográfico**, 2000. Disponível em: <[www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)>. Acesso em: 21 jan. 2008.

\_\_\_\_\_. Ibge. **IBGE traça perfil inédito sobre segurança alimentar no Brasil**, 2006. Disponível em:

<[http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=600&id\\_pagina=1](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=600&id_pagina=1)>. Acesso em: 21 jan. 2008.

\_\_\_\_\_. Ibge. **Pesquisa de orçamentos familiares**, 2003. Disponível em: <<http://www.ibge.org.br>>. Acesso em: 23 out. 2007.

\_\_\_\_\_. Ibge. **Pesquisa nacional por amostra de domicílios**, 2004. Disponível em: <<http://www.ibge.org.br>>. Acesso em: 23 out. 2007.

\_\_\_\_\_. Ministério do Trabalho e Emprego. **Evolução do salário mínimo**, 2007. Disponível em: <[http://www.mte.gov.br/sal\\_min/EVOLEISM.pdf](http://www.mte.gov.br/sal_min/EVOLEISM.pdf)>. Acesso em: 27 fev. 2007.

COMO chegar aos pobres da América Latina - HSM Management. Disponível em: <[http://www.hsm.com.br/hsmmanagement/edicoes/numero\\_44/como\\_chegar\\_aos.php](http://www.hsm.com.br/hsmmanagement/edicoes/numero_44/como_chegar_aos.php)>. Acesso em: 01 jun. 2004. Bimestral.

DUTRA, M. **Mercado de baixa renda**, 2004. Disponível em: <<http://pensandomarketing.com/home/id98.html>>. Acesso em: 26 jan. 2007.

EKSTROM, K. M.; TANSUHAJ, P.; FOXMAN, E. Children's influence in family decisions and consumer socialization: a reciprocal view. **Advances in Consumer Research**, v. 14, n. 1, p. 283-287. 01 jul. 1987.

ESTADOS UNIDOS. Marlene Lee. Population Reference Bureau. **The neglected link between food marketing and childhood obesity in poor neighborhoods**: 2006. Disponível em:  
<<http://www.prb.org/Articles/2006/TheNeglectedLinkFoodMarketingandChildhoodObesityinPoorNeighborhoods.aspx>>. Acesso em: 13 nov. 2007.

FGV (Brasil). **IGP anual acumulado**. Disponível em:  
<<http://www.portalbrasil.net/igp.htm>>. Acesso em: 15 fev. 2007.

HILL, R. P. Stalking the poverty consumer: a retrospective examination of modern ethical dilemmas. **Journal of Business Ethics**, v. 37, n. 2, p. 209-219. 01 maio 2002.

INSTITUTO ALANA (Brasil) (Org.). **Aumenta o poder de compra das crianças da América Latina, constata pesquisa da TNS**, 2007. Disponível em:  
<<http://www.criancaeconsumo.org.br/imprensa/140.htm>>. Acesso em: 13 nov. 2007.

JOSEPH ROWNTREE FOUNDATION (Inglaterra). **Eating on a low income**, 1994. Disponível em:  
<<http://www.jrf.org.uk/knowledge/findings/socialpolicy/SP66.asp>>. Acesso em: 15 nov. 2007.

\_\_\_\_\_. **Diets of lone-parent Families**, 1995. Disponível em:  
<<http://www.jrf.org.uk/knowledge/findings/socialpolicy/SP71.asp>>. Acesso em: 15 jan. 2008.

KLEIN, M.; EINSTEIN, A. **The myth of customer satisfaction**, 2003. Strategy+Business. Disponível em:  
<<http://www.strategy-business.com/press/article/8146?pg=0>>. Acesso em: 15 nov. 2007.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. 7. ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall, 1997. 527p.

MASLOW, A. H. **Motivation and personality**. 2. ed. New York: Harper & Row, 1970. 369p.

MATTA, J. **A influência das crianças não é brincadeira**. Disponível em:  
<[http://www.criancaeconsumo.org.br/imprensa\\_influencia.htm](http://www.criancaeconsumo.org.br/imprensa_influencia.htm)>. Acesso em: 13 nov. 2007.

MAURER, D.; SOBAL, J. **Eating agendas**: Food and nutrition as social problems. Hawthorne, NY: Aldine de Gruyter, 1995. 344p.

MAXWELL, S.; SLATER, R. **Food policy old and new**. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2004. 200p.

MENNELL, S. J.; MURCOTT, A.; OTTERLOO, A. H. **Sociology of food**: eating, diet and culture. London: Sage, 1992. 160p.

OLIVER, R L. A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. **Journal of Marketing Research**, v. 17, n. 4, p. 460-469. 01 nov. 1980.

OLIVEIRA, M. **A base da pirâmide torna-se o topo de vendas**, 2006. Disponível em: <[http://www.mundodomarketing.com.br/2006/ver\\_reportagens.asp?cod=207](http://www.mundodomarketing.com.br/2006/ver_reportagens.asp?cod=207)>. Acesso em: 2 out. 2007.

PRAHALAD, C. K. **A riqueza na base da pirâmide**. Porto Alegre: Bookman, 2005. 391p.

QUALLS, W. J. Household Decision Behaviour: The Impact of Husbands' and Wives' Sex Role Orientation. **Journal of Consumer Research**, v. 14, n. 2, p. 264-279. 01 set. 1987.

RANGAN, V. K. et al. **Business solutions for the global poor**. San Francisco, CA: Jossey-Bass, 2007. 456p.

REIS, P. G. **Consumo de alimentos: o risco no comportamento dos consumidores de baixa renda**. 2006. 83p. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Departamento de Administração, Puc-RIO.

THOMSON, E.; LAING, A.; McKEE, L. Family purchase decision making: exploring child influence. **Journal of Consumer Behaviour**, v. 6, n. 4, p. 182-202. 13 set. 2007.

TSE, D. K.; WILTON, P. C. Models of consumer satisfaction formation: an extensive. **Journal of Marketing Research**, v. 25, n. 2, p. 204-212. 01 maio 1988.

YAHOO FINANÇAS (Brasil). **Concessão de crédito mais que dobra até 2007 e deve atingir R\$ 1 trilhão em 2008**. Disponível em: <<http://br.pfinance.yahoo.com/071226/22/gjigl6.html>>. Acesso em: 01 dez. 2007.

## 9 Anexos

### 9.1 As perguntas do questionário

Caro amigo (a),

Este questionário faz parte de uma pesquisa realizada pelo IAG – A Escola de Negócios da PUC-Rio. Sua resposta representa importante contribuição para um estudo que visa entender melhor os hábitos alimentares da população. O que você responder será tratado de maneira confidencial. Para que você se sinta com liberdade para responder o que pensa, não será necessário colocar seu nome. Pedimos que todas as questões sejam respondidas para que seja possível extrair o melhor nível de informação.

Obrigado pela colaboração.

O questionário é composto de 6 partes. Foi utilizada a parte 5 e algumas questões da parte 6.

Parte 5: Diga-nos agora sua satisfação com a comida que você compra hoje. Marque com um X em cada posição, sempre indicando aquela que está mais de acordo com o seu nível de satisfação hoje. Se você está muito insatisfeito, simplesmente insatisfeito, simplesmente satisfeito, muito satisfeito ou se está indiferente, isso é, nem insatisfeito nem satisfeito.

1. Com a **variedade da comida** que você compra atualmente, você está como?

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Muito insatisfeito	Insatisfeito	nem insatisfeito, nem satisfeito	Satisfeito	muito satisfeito

2. Com a **quantidade de comida** que você compra atualmente, você está como?

Muito insatisfeito       Insatisfeito       nem insatisfeito, nem satisfeito       Satisfeito       muito satisfeito

3. Com a **variedade de frutas** que você compra atualmente, você está como?

muito insatisfeito       Insatisfeito       nem insatisfeito, nem satisfeito       Satisfeito       muito satisfeito

4. Com a **variedade de doces** que você compra atualmente, você está como?

muito insatisfeito       Insatisfeito       nem insatisfeito, nem satisfeito       Satisfeito       muito satisfeito

5. Pense agora na comida que você e as pessoas que moram com você têm comido ultimamente. Gostaríamos que você desse uma nota de 0 a 10 à seu nível de satisfação com a comida que você e as pessoas na sua casa têm comido ultimamente. Dê uma nota 0 se você estiver muito insatisfeito e dê nota 10 se você estiver muito satisfeito com a comida que você e as pessoas na sua casa têm comido ultimamente. Lembre-se a nota pode ser qualquer uma de 0 a 10. Assim, marque um X naquela posição de 0 a 10 que indica melhor a sua opinião.

Muito Insatisfeito	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Muito Satisfeito

Parte 6. Marque com um X na posição que mais parece com a sua opinião.

6. Você é do sexo:       Masculino       Feminino



7. E as outras pessoas que moram com você na sua casa? Indique abaixo o sexo e a idade das pessoas que moram na sua casa. Marque um X se o sexo delas é M (Masculino) ou F (Feminino). Diga também se essa pessoa tem menos de 14 anos de idade.

	É de que sexo?		Tem menos de 14 anos?	
Morador 1	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
Morador 2	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
Morador 3	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
Morador 4	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
Morador 5	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
Morador 6	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
Morador 7	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
Morador 8	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
Morador 8	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
Morador 10	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não

8. Somando tudo que as pessoas que moram com você ganham dá mais ou menos quanto?

R\$ \_\_\_\_\_

## 9.2

### Resultados dos testes das médias

#### 9.2.1

#### Satisfação média comparando domicílios com respondentes do sexo masculino e feminino – Resultados teste t (significância)

Teste das médias de satisfação	Satisf. Geral	Variedade da comida	Quantidade de comida	Variedade de frutas	Variedade de doces
Respondente do Sexo Feminino X Masculino	0,786	0,326	0,548	0,111	0,454

### 9.2.2

#### Satisfação média comparando domicílios com um e com dois ou mais adultos – Resultados teste t (significância)

Teste das médias de satisfação	Satisf. Geral	Variedade da comida	Quantidade de comida	Variedade de frutas	Variedade de doces
Dom. com um X Dom. com mais de um adulto	<b>0,000</b>	0,224	0,014	<b>0,000</b>	<b>0,009</b>

### 9.2.3

#### Satisfação média comparando domicílios sem e com crianças – Resultados teste t (significância)

Teste das médias de satisfação	Satisf. Geral	Variedade da comida	Quantidade de comida	Variedade de frutas	Variedade de doces
Dom. sem crianças X Dom. com crianças	<b>0,000</b>	0,083	<b>0,000</b>	<b>0,001</b>	<b>0,004</b>

### 9.2.4

#### Satisfação média comparando domicílios com 1, 2 e 3 crianças – Resultados teste t (significância)

Teste das médias de satisfação	Satisf. Geral	Variedade da comida	Quantidade de comida	Variedade de frutas	Variedade de doces
Dom. com 1 e com 2 crianças	0,243	0,512	<b>0,025</b>	0,236	0,084
Dom. com 2 e com 3 crianças	<b>0,001</b>	0,249	<b>0,015</b>	0,389	0,517
Dom. com 1 e com 3 crianças	<b>0,000</b>	0,101	<b>0,000</b>	0,104	0,595

### 9.2.5

#### Satisfação média comparando domicílios situados na região metropolitana, sul, norte e oeste – Resultados teste t (significância)

Teste das médias de satisfação	Satisf. Geral	Variedade da comida	Quantidade de comida	Variedade de frutas	Variedade De doces
Metrop e Norte	0,831	0,114	0,949	0,228	0,706
Metrop e Oeste	0,073	0,343	0,906	0,290	0,592
Metrop e Sul	<b>0,004</b>	<b>0,000</b>	<b>0,004</b>	<b>0,003</b>	<b>0,036</b>
Norte e Oeste	0,078	0,666	0,868	<b>0,036</b>	0,845
Norte e Sul	<b>0,004</b>	<b>0,009</b>	<b>0,006</b>	<b>0,000</b>	<b>0,014</b>
Oeste e Sul	0,191	<b>0,006</b>	<b>0,006</b>	<b>0,038</b>	<b>0,021</b>

# Livros Grátis

( <http://www.livrosgratis.com.br> )

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)  
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)  
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)  
[Baixar livros de Matemática](#)  
[Baixar livros de Medicina](#)  
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)  
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)  
[Baixar livros de Meteorologia](#)  
[Baixar Monografias e TCC](#)  
[Baixar livros Multidisciplinar](#)  
[Baixar livros de Música](#)  
[Baixar livros de Psicologia](#)  
[Baixar livros de Química](#)  
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)  
[Baixar livros de Serviço Social](#)  
[Baixar livros de Sociologia](#)  
[Baixar livros de Teologia](#)  
[Baixar livros de Trabalho](#)  
[Baixar livros de Turismo](#)