

As razões apontadas pelos consumidores para não estar consumindo certos tipos de feijão, apesar de ter vontade de consumi-los, também são diversas. Porém, a falta desses tipos no mercado é a principal causa apontada (Tabela 20).

Tabela 20. Por que não está consumindo este tipo de feijão que gostaria de consumir?

Razão	Número de respondentes	Participação (%)
Falta no mercado	5	1,4
Pelo sabor (alguém da família não gosta)	2	0,6
Falta no mercado e é mais caro	1	0,3
Não conhece	1	0,3
Não sabe	1	0,3
Sem motivo claro	236	97,1
Total	346	100,0

Dentre os derivados e subprodutos de feijão, o feijão pré-cozido é conhecido por 43,9% dos consumidores entrevistados. A “bandinha” de feijão (ou feijão quebrado) é conhecida por 35,0% dos entrevistados, o feijão desidratado para sopas por 27,2% e o feijão temperado por 18,2% (Tabela 21).

Tabela 21. Conhece derivados de feijão?

Derivados de feijão	Sim		Não	
	Nº de respondentes	Participação (%)	Nº de respondentes	Participação (%)
Feijão pré-cozido enlatado	152	43,9	194	56,1
“Bandinha” de feijão (grãos quebrados)	121	35,0	225	65,0
Feijão desidratado para sopas	94	27,2	252	72,8
Feijão temperado	63	18,2	283	81,8
Feijão pré-cozido embalado à vácuo	22	6,4	324	93,6
Outras formas	2	0,3	344	99,4

Dentre os entrevistados, 13,6% compram algum tipo de derivado ou alimento preparado a base de feijão. Entre os derivados apontados, a sopa de feijão aparece como a principal forma (63,8%), seguida pelo broto de feijão (12,8%), além de feijão desidratado e “bandinha” de feijão (ambos com 10,6%) (Tabela 22).

Tabela 22. Compra derivados ou subprodutos de feijão?

Compra derivados?	Número de entrevistados	Participação (%)
Sim...	47	13,6
Sopa de feijão	30	63,8
Broto de feijão	6	12,8
Feijão desidratado	5	10,6
Bandinha de feijão	5	10,6
Feijão temperado	2	4,3
Feijão enlatado	1	2,1
Feijoada enlatada	1	2,1
Não	299	86,4
Total	346	100,0

Considerações finais

Arroz branco, integral e parboilizado representam os três tipos principais de arroz conhecidos, consumidos e preferidos pelos consumidores. No entanto, há outros tipos já conhecidos por alguns consumidores e que podem se tornar mais importantes desde que sua oferta aumente e os seus preços diminuam.

Dentre os vários tipos comerciais de grãos de feijão existentes, os tipos carioca, preto, branco, jalo e roxo são os mais conhecidos e já consumidos. Considerando a preferência dos consumidores, 76% preferem o carioca. Os tipos carioca, preto, roxo e jalo, juntos, respondem por 95,4% da preferência dos consumidores goianienses.

Referências bibliográficas

IBGE. **Pesquisa nacional por amostras de domicílios - PNAD 2004**. Disponível em: < <http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/pesquisas/pnad/default.asp?o=18&i=P> >. Acesso em: 7 dez. 2006.

Perfil dos consumidores de arroz e feijão na Região Metropolitana de Goiânia

Alcido Elenor Wander¹
Priscila Zaczuk Basinello²
Tiago Ribeiro Ricardo³

Introdução

O presente estudo teve por objetivo conhecer o perfil de consumo de arroz e feijão no mercado goianiense, de forma a contribuir para a identificação de oportunidades de pesquisa e negócios, focando estes dois produtos.

Metodologia

O instrumento de pesquisa foi um questionário estruturado com questões abertas e fechadas, respondidas por representantes de domicílios da Região Metropolitana de Goiânia. O número de domicílios considerados na pesquisa foi de 346, representando uma amostra dos domicílios existentes na Região Metropolitana, conforme a Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios (PNAD) de 2004 (IBGE, 2006).

As entrevistas foram realizadas nos dias 12, 13 e 14 de julho de 2005, por uma equipe composta de cinco entrevistadores.

Os pontos de aplicação dos questionários foram supermercados, feiras e casas especializadas. Nestes locais, representantes de domicílios (consumidores) foram abordados para uma entrevista, que durou cerca de dez minutos.

Após a finalização das entrevistas, as informações dos questionários foram tabuladas em planilha eletrônica e importadas para o programa SPSS onde foram analisadas. A

análise dos dados foi procedida por métodos de estatística descritiva, especialmente tabelas de frequência.

Resultados obtidos

Perfil socioeconômico dos consumidores e seus domicílios

Dentre os 346 consumidores entrevistados predomina o sexo feminino, sendo 65,6% mulheres e 34,4% homens.

O nível de escolaridade predominante entre os consumidores entrevistados é o superior completo (35,8%), seguido do ensino médio (30,3%) e do superior incompleto (13,8%) (Tabela 1).

Tabela 1. Grau de escolaridade dos entrevistados.

Escolaridade	Número de entrevistados	Participação (%)
Nenhum ou Fundamental (1º Grau) Incompleto	5	1,4
Fundamental (1º Grau) Completo	34	9,8
Médio (2º Grau) Incompleto	10	2,9
Médio (2º Grau) Completo	105	30,3
Superior (3º Grau) Incompleto	45	13,0
Superior (3º Grau) Completo	124	35,8
Pós-Graduação (Especialização, Mestrado, Doutorado ou Pós-Doutorado)	23	6,6
Total	346	100,0

A maioria dos domicílios abrangidos pela pesquisa (62,7%) possuem de três a cinco membros (Tabela 2).

Comunicado Técnico, 127



Exemplares desta edição podem ser adquiridos na:
Embrapa Arroz e Feijão
Rodovia GO 462 Km 12 Zona Rural
Caixa Postal 179
75375-000 Santo Antônio de Goiás, GO
Fone: (62) 3533 2123
Fax: (62) 3533 2100
E-mail: sac@cnpaf.embrapa.br

1ª edição
1ª impressão (2006): 1.000 exemplares

Comitê de publicações

Presidente: Carlos Agustin Rava
Secretário-Executivo: Luiz Roberto R. da Silva
Leo Darck da Costa

Expediente

Supervisor editorial: Marina A. Souza de Oliveira
Revisão de texto: Marina A. Souza de Oliveira
Normalização bibliográfica: Ana Lúcia D. de Faria
Editoração eletrônica: Fabiano Severino

¹ Engenheiro Agrônomo, Ph.D. em Economia Rural, Embrapa Arroz e Feijão, Rod. GO 462, Km 12 65375-000 Santo Antônio de Goiás-GO. awander@cnpaf.embrapa.br.

² Engenheira Agrônoma, Doutora em Ciência de Alimentos, Embrapa Arroz e Feijão. pzbassin@cnpaf.embrapa.br.

³ Acadêmico do Curso de Agronomia na Universidade Federal de Goiás, Bolsista PIBIC da Embrapa Arroz e Feijão. tiago@cnpaf.embrapa.br.

Tabela 2. Número de pessoas do domicílio.

Tamanho do domicílio	Número de entrevistados	Participação (%)
Uma a duas pessoas	92	26,5
Três a cinco pessoas	216	62,7
Mais de cinco pessoas	38	10,8
Total	346	100,0

A maioria (80,1%) dos domicílios abrangidos pela pesquisa possui, no máximo, uma pessoa com idade inferior a 16 anos de idade (Tabela 3).

Tabela 3. Número de pessoas com idade inferior a 16 anos, nos domicílios.

Número de pessoas menores de 16 anos	Número de entrevistados	Participação (%)
Nenhuma	167	48,3
Uma pessoa	110	31,8
Duas pessoas	50	14,5
Três pessoas	12	3,5
Mais de três pessoas	5	1,4
Sem informação	2	,6
Total	346	100,0

As faixas etárias dominantes na amostra foram de 36 a 45 anos (30,3%), de 36 a 45 anos (20,5%) e de 46 a 55 anos (15,6%) (Tabela 4).

Tabela 4. Faixa etária do(a) entrevistado(a).

Faixa etária	Número de entrevistados	Participação (%)
Até 25 anos	37	10,7
26 a 35 anos	71	20,5
36 a 45 anos	105	30,3
46 a 55 anos	54	15,6
56 a 65 anos	36	10,4
Acima de 65 anos	14	4,0
Não quiseram responder	29	8,4
Total	346	100,0

A maioria dos domicílios considerados na amostra (64,7%) possui de dois a três membros com remuneração regular (Tabela 5).

Tabela 5. Número de pessoas do domicílio com remuneração regular.

Número de pessoas	Número de entrevistados	Participação (%)
Nenhuma	4	1,2
Uma	55	15,9
Duas	142	41,0
Três	82	23,7
Quatro	37	10,7
Cinco	17	4,9
Seis	3	,9
Sem informação	6	1,7
Total	346	100,0

A renda familiar dos domicílios apresentou variação acentuada. Porém, a faixa de renda de três a cinco salários mínimos foi a que teve a maior representação (29,2%), seguida pela faixa de cinco a dez salários mínimos (23,7%). Do total dos entrevistados, 10,4% declararam ter renda superior a 20 salários mínimos. Da amostra considerada, 78,4% possui renda superior a três salários mínimos e 49,2% possui renda acima de cinco salários mínimos (Tabela 6).

Tabela 6. Faixa de renda familiar dos domicílios abrangidos pela pesquisa.

Número de salários mínimos	Número de entrevistados	Participação (%)
1 SM	2	0,6
> 1 a 2 SM	26	7,5
> 2 a 3 SM	47	13,6
> 3 a 5 SM	101	29,2
> 5 a 10 SM	82	23,7
> 10 a 20 SM	50	14,5
> 20 SM	36	10,4
Não informado	2	0,6
Total	346	100,0

Perfil de consumo de arroz e de feijão

A maioria dos consumidores (98,3%) está habituada a consumir arroz e feijão regularmente (Tabela 7).

Tabela 7. Sua família está habituada a consumir arroz e feijão?

Consumo regular	Arroz		Feijão	
	Número de entrevistados	Participação (%)	Número de entrevistados	Participação (%)
Não	6	1,7	6	1,7
Sim	340	98,3	340	98,3
Total	346	100,0	346	100,0

O local de compra destes produtos está concentrado nos supermercados: arroz (98,0%) e feijão (97,1%) (Tabela 8).

Tabela 8. Onde costuma comprar arroz e feijão?

Local de compra	Arroz		Feijão	
	Número de entrevistados	Participação (%)	Número de entrevistados	Participação (%)
Supermercado	339	98,0	336	97,1
Feira livre	1	0,3	1	0,3
Não informado	6	1,7	6	1,7
Total	346	100,0	346	100,0

Arroz

Dentre os vários tipos comerciais de arroz, os mais conhecidos são arroz branco, integral e parboilizado. O arroz branco é conhecido por 98,8% dos consumidores entrevistados, o arroz integral por 82,4% e o arroz parboilizado por

52,0% (Tabela 9). Chama a atenção, no entanto, que, apesar de serem em número reduzido, há consumidores que conhecem outros tipos de arroz, como arroz para culinária japonesa, arbóreo, aromático, negro, italiano e amarelo.

Tabela 9. Tipos de arroz conhecidos pelos entrevistados.

Tipo de arroz	Sim		Não	
	Nº de respondentes	Participação (%)	Nº de respondentes	Participação (%)
Arroz branco	342	98,8	4	1,2
Arroz integral	285	82,4	61	17,6
Arroz parboilizado	180	52,0	166	48,0
Arroz para culinária japonesa	83	24,0	263	76,0
Arroz arbóreo	34	9,8	312	90,2
Arroz aromático	31	9,0	315	91,0
Arroz negro	19	5,5	327	94,5
Arroz italiano	2	0,6	344	99,4
Arroz amarelo	1	0,3	345	99,7

Dentre os tipos de arroz mais consumidos estão novamente o arroz branco (97,1% dos entrevistados), arroz integral (59,8%) e arroz parboilizado (37,6%) (Tabela 10).

Tabela 10. Tipos de arroz já consumidos pelos entrevistados.

Tipo de arroz	Sim		Não	
	Nº de respondentes	Participação (%)	Nº de respondentes	Participação (%)
Arroz branco	336	97,1	10	2,9
Arroz integral	207	59,8	139	40,2
Arroz parboilizado	130	37,6	216	62,4
Arroz para culinária japonesa	41	11,8	305	88,2
Arroz arbóreo	16	4,6	330	95,4
Arroz aromático	12	3,5	334	96,5
Arroz negro	9	2,6	337	97,4
Arroz vermelho	5	1,4	341	98,6
Arroz italiano	1	0,3	345	99,7
Arroz amarelo	1	0,3	345	99,7

A preferência dos consumidores continua sendo o arroz branco, o qual foi apontado por 89,3% dos entrevistados como o preferido da família (Tabela 11).

Tabela 11. Qual é o tipo de arroz preferido pela família?

Tipo de arroz	Número de respondentes	Participação (%)
Arroz branco	309	89,3
Arroz integral	21	6,1
Arroz parboilizado	13	3,8
Arroz arbóreo	1	0,3
Nenhum tipo específico	2	0,6
Total	346	100,0

Alguns consumidores (7,8%) declararam que gostariam de consumir algum tipo de arroz diferente daquele que estão consumindo atualmente. Dentre os tipos apontados como “sonhos de consumo” está o arroz integral.

Tabela 12. Existe algum tipo de arroz que a família gostaria de consumir e não está consumindo?

Gostaria de consumir outro tipo de arroz?	Número de entrevistados	Participação (%)
Sim...	27	7,8
Arroz integral	21	77,8
Arroz negro	3	11,1
Arroz japonês	1	3,7
Arroz parboilizado	1	3,7
Arroz arbóreo	1	3,7
Não	319	92,2
Total	346	100,0

A razão principal apontada pelos consumidores para não consumir certos tipos de arroz, como o arroz integral (Tabela 12) é o seu preço mais elevado (Tabela 13).

Tabela 13. Por que não está consumindo este tipo de arroz que gostaria de consumir?

Razão	Número de respondentes	Participação (%)
Mais caro	12	3,5
Não tem hábito	6	1,7
Muito caro e difícil de encontrar	3	0,9
Sabor ruim	1	0,3
Difícil de preparar	1	0,3
Difícil de encontrar	1	0,3
Mais caro e não tem hábito	1	0,3
Sem motivo claro	321	92,8
Total	346	100,0

Além da forma tradicional de consumo, tentou-se avaliar o nível de conhecimento dos consumidores sobre diferentes tipos de derivados e subprodutos de arroz. Percebeu-se que mais da metade dos entrevistados (56,1%) conhecem farelo de arroz, 47,1% conhecem óleo de arroz e 43,6% conhecem farinha de arroz. Outros derivados como desidratados de arroz para sopas, saquê e massas de arroz também são conhecidos por 13,9%, 13,6% e 10,1% dos entrevistados, respectivamente (Tabela 14).

Tabela 14. Conhece derivados de arroz?

Derivados de arroz	Sim		Não	
	Nº de respondentes	Participação (%)	Nº de respondentes	Participação (%)
Farelo de arroz	194	56,1	152	43,9
Óleo de arroz	163	47,1	183	52,9
Farinha de arroz	151	43,6	195	56,4
Desidratados de arroz para sopas	48	13,9	298	86,1
Saquê de arroz	47	13,6	299	86,4
Massas de arroz	35	10,1	311	89,9
Fubá de arroz	3	0,9	343	99,1

Quase a metade dos consumidores (40,5%) entrevistados costuma comprar algum tipo de derivado ou subproduto de arroz. Destes consumidores, 42,9% compram óleo de arroz,

40,0% compram farelo de arroz, 37,1% compram arrozina e 20,7% compram farinha de arroz (Tabela 15).

Tabela 15. Compra derivados ou subprodutos de arroz?

Compra derivados?	Número de entrevistados	Participação (%)
Sim...	140	40,5
Óleo	60	42,9
Farelo	56	40,0
Arrozina	52	37,1
Farinha	29	20,7
Fuba	3	2,1
Amido	2	1,4
Não	206	59,5
Total	346	100,0

Ao comparar estes resultados percebe-se a existência de uma discrepância entre conhecer e consumir os diferentes tipos de arroz (Tabelas 9 e 10) e seus derivados (Tabelas 14 e 15). A razão principal identificada é o preço elevado de alguns tipos de arroz e seus derivados.

Feijão

Os tipos de grãos comerciais de feijão mais conhecidos dentre os consumidores entrevistados são o carioca (96,0% dos entrevistados), preto (89,9%) e branco (64,7%). Porém, outros tipos de grão comercial são conhecidos por muitos consumidores, como o jalo, rajado, fradinho, roxo e mulatinho (Tabela 16).

Tabela 16. Tipos de feijão conhecidos pelos entrevistados.

Tipo de feijão	Sim		Não	
	Nº de respondentes	Participação (%)	Nº de respondentes	Participação (%)
Carioca	332	96,0	14	4,0
Preto	311	89,9	35	10,1
Branco	224	64,7	122	35,3
Jalo	149	43,1	197	56,9
Rajado	136	39,3	210	60,7
Fradinho*	136	39,3	210	60,7
Roxo	132	38,2	214	61,8
Mulatinho	98	28,3	248	71,7
Rosinha	58	16,8	288	83,2
Outros...				
Fava	5	1,4	341	98,6
Verde	2	0,6	344	99,4
Guandu	1	0,3	345	99,7
Pardinho	1	0,3	345	99,7

* Refere-se a feijões da espécie *Vigna unguiculata* (caupi ou feijão de corda).

Os tipos de feijão já consumidos pelos consumidores entrevistados são os mesmos apontados como conhecidos. O tipo carioca já foi consumido por 93,9% dos entrevistados, o tipo preto por 74,6%, o tipo branco por 37,0%, o tipo roxo por 33,2%, o tipo jalo por 32,9%, o tipo rajado por 32,7% e o tipo mulatinho por 22,8% (Tabela 17).

Tabela 17. Tipos de feijão já consumidos pelos entrevistados.

Tipo de feijão	Sim		Não	
	Nº de respondentes	Participação (%)	Nº de respondentes	Participação (%)
Carioca	325	93,9	21	6,1
Preto	258	74,6	88	25,4
Branco	128	37,0	218	63,0
Roxo	115	33,2	231	66,8
Jalo	114	32,9	232	67,1
Rajado	113	32,7	233	67,3
Fradinho*	80	23,1	266	76,9
Mulatinho	62	17,9	284	82,1
Roxinha	34	9,8	312	90,2
Outros...				
Fava	2	0,6	344	99,4
Pardinho	1	0,3	345	99,7
Verde	1	0,3	345	99,7
Amarelo	1	0,3	345	99,7
Guandu	1	0,3	345	99,7

* Refere-se a feijões da espécie *Vigna unguiculata* (caupi ou feijão de corda).

Dentre os tipos de feijão conhecidos e já consumidos, o preferido pelas famílias dos entrevistados é o carioca (76,0% dos entrevistados), seguido pelo preto (8,4%), roxo (6,4%) e jalo (4,6%) (Tabela 18).

Tabela 18. Qual é o tipo de feijão preferido pela família?

Tipo de arroz	Número de respondentes	Participação (%)
Carioca	263	76,0
Preto	29	8,4
Roxo	22	6,4
Jalo	16	4,6
Branco	6	1,7
Rajado	5	1,4
Fradinho*	2	0,6
Mulatinho	1	0,3
Fava	1	0,3
Nenhum tipo específico	1	0,3
Total	346	100,0

* Refere-se a feijões da espécie *Vigna unguiculata* (caupi ou feijão de corda).

Dentre os consumidores entrevistados, tentou-se identificar possíveis desejos não-satisfeitos quanto ao tipo de feijão que estão consumindo. No entanto, apenas 2,9% dos consumidores declararam ter vontade de consumir outro tipo de feijão que não aquele que consomem hoje. Dentre os tipos apontados aparecem indicações isoladas de poucos consumidores, o que não permite identificar tendências em função do número reduzido de respondentes (Tabela 19).

Tabela 19. Existe algum tipo de feijão que a família gostaria de consumir e não está consumindo?

Gostaria de consumir outro tipo de feijão?	Número de entrevistados	Participação (%)
Sim...	10	2,9
Feijão branco	2	0,6
Feijão preto	2	0,6
Feijão mulatinho	1	0,3
Feijão jalo	1	0,3
Feijão amarelo	1	0,3
Feijão fradinho	1	0,3
Feijão de corda	1	0,3
Feijão roxo	1	0,3
Não	336	97,1
Total	346	100,0