

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).