

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

**USO DE ALIMENTOS CONVENIENTES:
UMA PROPOSTA DE MODELO CONCEITUAL**

Lívia Maria Borges Raimundo

SÃO CARLOS

2017

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

**USO DE ALIMENTOS CONVENIENTES:
UMA PROPOSTA DE MODELO CONCEITUAL**

Lívia Maria Borges Raimundo

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de São Carlos, como parte dos requisitos de qualificação para obtenção de título de Doutor em Engenharia de Produção.

Orientador: Prof. Dr. Mário Otávio Batalha (DEP/UFSCAR)
Supervisão no Exterior: Prof Dr. Pierre Sans (ENVT/INP – França)

SÃO CARLOS
2017



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS

Centro de Ciências Exatas e de Tecnologia
Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção

Folha de Aprovação

Assinaturas dos membros da comissão examinadora que avaliou e aprovou a Defesa de Tese de Doutorado da candidata Livia Maria Borges Raimundo, realizada em 08/03/2017:

Prof. Dr. Mario Otavio Batalha
UFSCar

Profa. Dra. Andrea Lago da Silva
UFSCar

Prof. Dr. Eduardo Eugênio Spers
USP

Prof. Dr. Marcos Fava Neves
USP

Prof. Dr. Pierre Sans
ENVT

AGRADECIMENTOS

É com muita alegria que expresso aqui o mais profundo agradecimento a todos aqueles que, de alguma forma, tornaram a realização deste trabalho possível.

Primeiramente, agradeço aos meus pais, Ubiraci e Eliana, pelo carinho e estímulo em todos os momentos, e por proporcionarem base suficiente para que eu pudesse iniciar e me manter nessa jornada tão desafiadora.

Presto também minha imensa estima e gratidão ao Prof. Dr. Mário Otávio Batalha, orientador desta tese, pela parceria de longa data e todos os bons frutos que dela obtivemos. Agradeço por todo o apoio e disponibilidade prestados em todas as fases que levaram à concretização deste trabalho.

Agradeço especialmente ao Prof. Dr. Pierre Sans por sua total disponibilidade e interesse na construção e desenvolvimento desta pesquisa, além da acolhida calorosa no meu período de estágio doutoral na linda Toulouse.

Aos Professores do Departamento de Engenharia de Produção da UFSCar pelos ensinamentos acadêmicos e de vida, bem como pelas valiosas contribuições durante o doutorado.

Aos demais Professores Dr. Eduardo Eugênio Spers (ESALQ/USP), Dr. Marcos Fava Neves (FEA-RP/USP), Dr.^a Andrea Lago (DEP/UFSCar) e Dr.^a Rosane L. C. Alcântara (DEP/UFSCar) por suas participações e considerações nas bancas de qualificação e/ou defesa da tese.

A todos os funcionários do DEP (principalmente Cristiane, Robson e Larissa) que trabalham incansavelmente para que o programa de pós-graduação funcione, prestando valiosos serviços para a plena realização dos trabalhos acadêmicos.

Aos companheiros do GEPAI por toda as colaborações e contribuições diretas e indiretas a este trabalho, pelas trocas da informações e incentivos.

A todos os indivíduos que participaram da coleta de dados, preenchendo os inquéritos e assim sustentando esta investigação.

A todos os meus amigos pelo incentivo incondicional e compreensão da minha eventual ausência.

Por fim, ao Thiago, meu grande companheiro de aventuras nesta vida, pelo inestimável apoio que me deu em cada etapa desta pesquisa, por todas as injeções de ânimo, pela sua bondade e altruísmo e por tudo o que representa para mim.

“Whether you think you can, or you think you can't – you're right.”

Henry Ford

Resumo

RAIMUNDO, L.M.B. **Uso de alimentos convenientes: uma proposta de modelo conceitual.** 2017. 168p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2017.

Os alimentos convenientes podem proporcionar aos indivíduos economias de tempo e esforços – físicos e mentais – em todos os estágios do provisãoamento de alimentos, do planejamento das refeições à limpeza da cozinha. Dessa forma, seu consumo se enquadra nas mudanças contemporâneas dos hábitos alimentares e atitudes em relação ao ato de cozinhar, bem como em estilos de vida cada vez mais atribulados. Embora haja um crescente deslocamento da demanda de alimentos brutos para alimentos com algum grau de conveniência no Brasil, estudos sobre esse quadro ainda são escassos. Visando avançar nesta discussão, esta tese propõe um modelo conceitual que relaciona, direta e indiretamente, variáveis atitudinais e sociodemográficas ao consumo declarado de alimentos convenientes, com base em premissas de duas teorias principais: a teoria da produção doméstica e a abordagem de orientação para conveniência. Os métodos empregados incluíram pesquisa bibliográfica sistemática, seguida de survey com consumidores do estado de São Paulo. Os dados foram tratados com a técnica de modelagem de equações estruturais, a fim de testar as hipóteses propostas com base numa amostra válida de 1391 consumidores. O uso de alimentos convenientes foi principalmente promovido pela orientação para conveniência no provisãoamento, nos estágios de planejamento e preparo de refeições e limpeza da cozinha, e pela percepção de restrição de tempo do indivíduo. Os principais fatores atitudinais que tendem a restringir o consumo desses produtos foram a busca por uma alimentação natural e saudável e o prazer relacionado às atividades culinárias. Os resultados elencados permitem o aprofundamento da discussão sobre o conjunto de fatores que sustentam o crescimento da tendência de consumo alimentos convenientes no mercado brasileiro, com base no impacto de determinados fatores atitudinais sobre a utilização desses produtos. Ao entender as dimensões dessa tendência, os fabricantes de alimentos serão capazes de melhor aproveitar as oportunidades emergentes e posicionar seus produtos com sucesso no mercado.

Palavras-chave: Alimentos convenientes, consumo de alimentos, comportamento do consumidor, orientação para conveniência.

Abstract

RAIMUNDO, L.M.B. **Convenience food usage: a conceptual model proposal**. 2017. 168p. Thesis (Doctorate) – Federal University of São Carlos, São Carlos, 2017.

Convenience food can provide individuals with savings in time and effort – both physical and mental – at all stages of food provisioning, from meal planning to cleaning up. In this sense, its consumption fits into the contemporary changes in eating habits, attitudes towards the act of cooking, and also into increasingly stressful lifestyles. Although there is an increasingly shift on the demand from raw foods to foods with some degree of convenience in Brazil, national studies portraying this topic are still scarce. In order to contribute to this debate, this thesis proposes a conceptual model relating attitudinal and socio-demographic variables – directly and indirectly – to the declared consumption of convenient food. This framework is based on premises of two main theories: the theory of domestic production and the convenience orientation approach. The methods we employed include a systematic bibliographic research, followed by a survey with consumers of the state of São Paulo. In order to test the proposed hypotheses we employed a structural equation modeling approach based on a valid sample of 1391 consumers. The use of convenient foods was mainly promoted by an individual's convenience orientation on the food provisioning process, in the stages of meal planning and preparation and cleaning up, and by an individual's perception of time constraint. The main attitudinal factors that are likely to restrict the consumption of those products were the desire to keep a healthy and natural way of eating and the pleasure achieved by culinary activities. Based on the impact of certain attitudinal variables on the use of convenient foods, the results deepen the discussion regarding the set of factors supporting the growth of the trend of convenient food consumption in the Brazilian market. By understanding the dimensions of this trend, food manufacturers are able to better seize the emerging opportunities to position their products successfully in the market.

Keywords: Convenience food, food consumption, consumer behavior, convenience orientation.

Lista de Figuras

Figura 1.1. Estrutura da tese	22
Figura 2.1. Modelo conceitual de orientação para conveniência no consumo de alimentos	30
Figura 2.2. Orientação para conveniência em diferentes estágios do processo alimentar	31
Figura 2.3. Modelo do processo de escolha alimentar	38
Figura 2.4. Modelo de escolha alimentar	39
Figura 2.5. Algumas variáveis influentes na demanda de alimentos	40
Figura 2.6. Fatores ligados ao crescimento da busca por conveniência na alimentação	43
Figura 2.7. Contínuo da conveniência	45
Figura 2.8. Demanda por atributos de conveniência	51
Figura 2.9. Papel da conveniência no processo que resulta em práticas efetivas de provisionamento alimentar	52
Figura 3.1. Síntese do modelo conceitual proposto.....	62
Figura 3.2. Hipóteses para recursos objetivos	63
Figura 3.3. Hipóteses para recursos e preços percebidos	72
Figura 3.4. Hipóteses para a orientação para conveniência no provisionamento de alimentos.....	77
Figura 3.5. Hipóteses para outros fatores atitudinais.....	78
Figura 4.1. Representação do processo sistemático para revisão bibliográfica.....	85
Figura 5.1. Distância de Mahalanobis x Qui-quadrado para os 54 indicadores do estudo	101
Figura 5.2. Coeficientes diretos significantes dos blocos aceitos (solução padronizada)	112
Figura 5.3. Relação entre habilidades culinárias e o prazer na cozinha, por tamanho do domicílio.....	124
Figura 5.4. Relação entre a posse de aparelhos doméstico e o prazer na cozinha, por responsabilidade do preparo das refeições cotidianas	125
Figura 5.5. Relação entre a idade do respondente e a busca por alimentação saudável, por gênero do respondente	126
Figura 5.6. Relação entre o uso médio de alimentos convenientes e a percepção de restrição de tempo, por jornada de trabalho do respondente	127

Figura 5.7. Relação entre a renda familiar mensal e a percepção de restrição orçamentária, por gênero do respondente.....	128
Figura 5.8. Relação entre a jornada de trabalho do respondente e a percepção de restrição de tempo, por tamanho do domicílio	129
Figura 5.9. Relação entre a jornada de trabalho do respondente a percepção de preços	130
Figura 5.10. Relação entre a orientação para conveniência no preparo de refeições e o tamanho do domicílio (A) e o uso médio de alimentos convenientes (B).....	131
Figura 5.11. Relação entre a orientação para conveniência no planejamento de refeições (A) e na limpeza da cozinha (B) e o uso médio de alimentos convenientes	132
Figura A1. Modelo conceitual e relações hipotetizadas entre os construtos	171

Lista de Tabelas

Tabela 2.1. Atividades relacionadas ao consumo de alimentos convenientes.....	60
Tabela 4.1. Resultados da RBS	85
Tabela 5.1. Caracterização socioeconômica da amostra de consumidores paulistas	97
Tabela 5.2. Resultados para posse de aparelhos domésticos, preparo de refeições cotidianas e habilidades culinárias	99
Tabela 5.3. Quantidade de indicadores por construto – modelo conceitual proposto..	100
Tabela 5.4. Média e desvio-padrão dos indicadores subjacentes aos construtos latentes	102
Tabela 5.5. Cargas fatoriais dos indicadores, variância explicada e Alphas de Cronbach dos construtos	105
Tabela 5.6. Correlações quadradas (SC) entre as variáveis latentes	108
Tabela 5.7. Resultados da construção do modelo estrutural por adição de blocos.....	110
Tabela 5.8. Parâmetros de qualidade do ajuste do modelo estrutural.....	111
Tabela 5.9. Coeficientes obtidos para as hipóteses propostas	114
Tabela 5.10. Caminhos estruturais revelados pela adição de blocos (solução padronizada)	121

Lista de Quadros

Quadro 2.1. Etapas e tarefas do provisionamento de alimentos	40
Quadro 2.2. Tipologia de conveniência na alimentação.....	41
Quadro 2.3. Classificações para alimentos convenientes	47
Quadro 2.4. Aspectos positivos e negativos associados aos alimentos convenientes	54
Quadro 3.1. Benefícios buscados pelos consumidores em jantares cotidianos.....	75
Quadro 4.1. Definição operacional dos construtos atitudinais	87
Quadro 4.2. Hipóteses da pesquisa.....	88
Quadro 4.3 - Glossário – Sistemas de equações estruturais	92
Quadro 5.1 Sumário dos principais resultados por tipo de variáveis	132

Lista de Siglas

- AC – Alimento conveniente ou alimento de conveniência
- AFC – Análise fatorial confirmatória
- ALS – Busca por alimentação saudável e natural
- AVE – *Average Variance Extracted* (Média da variância extraída)
- CFI – *Comparative Fit Index* (Índice de Ajuste Comparativo)
- COMP – Orientação para conveniência na compra de alimentos
- CONS – Orientação para conveniência no consumo de refeições
- DAL – Desperdício de alimentos
- FAO – *Food and Agriculture Organization of the United Nations*
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- IBOPE – Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística
- IND – Individualismo
- LIMP – Orientação para conveniência na limpeza da cozinha
- ML – Máxima verossimilhança
- NFB – Neofobia
- NIC.br – Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR
- OC – Orientação para conveniência
- PIB – Produto interno bruto
- PLAN – Orientação para conveniência no planejamento de refeições
- PNAD – Pesquisa Nacional de Amostra de Domicílios
- PO – Percepção de restrição orçamentária
- PP – Percepção de preços
- PREP – Orientação para conveniência no preparo de refeições
- PT – Percepção de restrição de tempo
- PZR – Prazer na cozinha
- RBS – Revisão bibliográfica sistemática
- RMSEA – *Root Mean Square Error of Approximation* (Raiz do Erro Quadrático Médio de Aproximação)
- S-B – Satorra-Bentler
- SEM – *Structural Equation Modeling* (Modelagem de equações estruturais)
- SRMR – *Standardized Root Mean Square Residual* (Raiz padronizada do resíduo médio)
- TIC – Tecnologias de informação e comunicação
- TLI – *Tucker-Lewis Index* (Índice Tucker-Lewis)
- UAC – Uso de alimentos convenientes

SUMÁRIO

Resumo	4
Abstract	5
Lista de Figuras	6
Lista de Tabelas	8
Lista de Quadros.....	9
Lista de Siglas	10
1 INTRODUÇÃO	13
1.1 Considerações iniciais e problema de pesquisa	13
1.2 Justificativa e relevância	16
1.3 Objetivos	19
1.4 Estrutura geral da tese	20
2 O COMPORTAMENTO ALIMENTAR E A CONVENIÊNCIA	23
2.1 Abordagens teóricas fundamentais	23
2.1.1 O comportamento do consumidor	23
2.1.2 A teoria da produção doméstica	25
2.1.3 A teoria da orientação para conveniência na alimentação.....	28
2.2 A escolha alimentar e a conveniência na alimentação.....	33
2.2.1 O consumo de alimentos e a escolha alimentar.....	33
2.2.2 Dimensões da conveniência em alimentos	40
2.2.3 Evolução do conceito de conveniência na alimentação.....	43
2.2.4 Definições de alimento conveniente e classificações	45
2.2.5 O uso de alimentos convenientes	50
2.3 A conveniência na alimentação brasileira.....	54
3 MODELO CONCEITUAL E HIPÓTESES	61
3.1 Recursos objetivos	63
3.1.1 Renda (H1)	63

3.1.2	Jornada de trabalho (H2)	65
3.1.3	Tamanho do domicílio (H3)	66
3.1.4	Crianças no domicílio (H4)	67
3.1.5	Idade (H5).....	68
3.1.6	Gênero (H6).....	69
3.1.7	Nível educacional (H7).....	69
3.1.8	Habilidades culinárias (H8).....	70
3.2	Recursos e preços percebidos	71
3.2.1	Percepção de restrição de tempo (H9).....	72
3.2.2	Percepção de restrição orçamentária e de preços (H10 e H11)	73
3.3	Orientação para conveniência no aprovisionamento de alimentos (H12 a H16) 75	
3.4	Outros fatores atitudinais	77
3.4.1	Preocupação com a saúde/busca por alimentação saudável (H17).....	78
3.4.2	Individualismo (H18)	79
3.4.3	Prazer na cozinha (H19)	80
3.4.4	Neofobia (H20).....	82
3.4.5	Desperdício de alimentos (H21)	83
4	MÉTODOS.....	84
4.1	Revisão da literatura	84
4.2	Operacionalização dos construtos e das medidas empregadas	86
4.3	Aplicação do <i>survey</i> e amostra	90
4.4	Análise dos resultados	91
5	RESULTADOS E DISCUSSÃO	96
5.1	Perfil da amostra	96
5.2	Tratamento dos dados para análise multivariada.....	99
5.3	Modelo de mensuração e validação dos construtos	102

5.3.1	Estatística descritiva dos indicadores	102
5.3.2	Validade convergente, unidimensionalidade e confiabilidade	104
5.3.3	Validade discriminante	107
5.3.4	Ajuste do modelo de mensuração	108
5.4	Construção do modelo estrutural	109
5.4.1	Teste e discussão das hipóteses propostas	113
5.4.2	Efeitos indiretos	120
5.4.3	Outras relações significantes	121
5.5	Escores fatoriais de interesse	123
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	135
6.1	Resumo do estudo e principais resultados	135
6.2	Contribuições teóricas.....	137
6.3	Implicações gerenciais	138
6.4	Limitações da pesquisa	140
6.5	Sugestões para trabalhos futuros.....	141
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	143
	APÊNDICE 1 – Protocolo da revisão sistemática da literatura.....	153
	APÊNDICE 2 – Embasamento teórico das hipóteses.....	156
	APÊNDICE 3 – Fontes das escalas e afirmativas dos construtos latentes	159
	APÊNDICE 4 – Questionário utilizado para aplicação do <i>survey</i>	162
	APÊNDICE 5 – Roteiro para operacionalização do modelo proposto.....	170

1 INTRODUÇÃO

Este capítulo traz considerações iniciais sobre o problema de pesquisa, seguidas da justificativa e dos objetivos que norteiam este trabalho. Nele são apresentados, ainda, a estrutura lógica dos capítulos da tese e seus conteúdos.

1.1 Considerações iniciais e problema de pesquisa

A produção de alimentos de conveniência é uma das grandes tendências da indústria agroalimentar na atualidade (BRUNNER et al., 2010; MUTLU; GRACIA, 2004; TIEFENBACHER, 2012). Tal tendência no comportamento alimentar contemporâneo tem, entre suas principais origens, as transformações no estilo de vida dos consumidores, os quais têm disponibilidade de tempo cada vez mais restrita para planejar, comprar, preparar e consumir suas refeições. Cozinhar em casa é visto como uma obrigação, e o preparo da refeição – incluindo o seu consumo e a limpeza acarretada – é considerado cansativo e dispendioso em tempo (AHLGREN et al., 2005). O ato de comer sozinho, em horários não fixados, é cada vez mais comum e resulta de mudanças nos hábitos alimentares e nas atitudes frente ao ato de cozinhar, relacionando-se, mais frequentemente, a estilos de vida atribulados.

Mudanças no estilo de vida da população têm aumentado a demanda por conveniência no consumo de alimentos. Os consumidores trabalham mais horas, gastam mais tempo no trânsito e desejam maximizar seu tempo de lazer cada vez mais limitado, demandando, assim, produtos e serviços que facilitem e se adequem à vida agitada (LEE; LIN, 2013; SIEKIERSKI et al., 2013). Além disso, a divisão do trabalho doméstico é profundamente afetada pelo crescimento da participação da mulher no mercado de trabalho e pela proliferação de tecnologias domésticas (WARDE et al., 2007).

Com o aumento dessa demanda, os estudos sobre a conveniência em alimentos vêm se multiplicando nos últimos anos. Em geral, tais trabalhos versam sobre preferências e atitudes dos consumidores frente aos diferentes papéis que a conveniência pode desempenhar. As temáticas mais recorrentes incluem: (1) a conveniência em termos de disponibilidade e acessibilidade aos alimentos (*convenient shopping*) (ex., BUCKLEY et al., 2007; DAVIES, 1997; SKALLERUD et al., 2009); (2) a conveniência em termos de praticidade de preparo, contando com alimentos processados em diferentes níveis (ex., BECK, 2007; DANIELS; GLORIEUX, 2015; LEE; LIN, 2013; OKRENT; KUMCU, 2014; WINANDY et al., 2013); (3) o consumo de alimentos fora do domicílio (*food away*

from home) ou daqueles comprados prontos (*take-out meals*) (ex., MUTLU; GRACIA, 2004, 2006; OKRENT; ALSTON, 2012; DE REZENDE; DE AVELAR, 2012) ou ainda (4) a percepção de inconveniência que alguns alimentos podem tomar em determinadas situações – como o caso do pescado, cujo planejamento e preparo podem despende demasiado tempo para uma refeição rotineira (ex., JAEGER, 2006; JAEGER; MEISELMAN, 2004; OLSEN et al., 2007; RORTVEIT; OLSEN, 2009), dentre outros menos frequentes.

Até o final do século 20, a conveniência era majoritariamente abordada a partir de uma perspectiva de economia de tempo. Visto que quanto mais tempo despendido, mais onerosa a atividade, poupar tempo seria um atrativo da conveniência (WARDE et al., 2007). Em geral, quanto menos tempo o consumidor despende no preparo de um alimento, maior a sua percepção de conveniência do mesmo (BERRY et al., 2002; CANDEL, 2001; HEIDE; OLSEN, 2011).

Entretanto, com o passar das décadas, a conveniência desenvolveu-se como um construto multidimensional, que extrapola a economia de tempo, envolvendo também a promoção do conforto (BROWN, 1989; COSTA et al., 2007; DANIELS et al., 2015; DARIAN; COHEN, 1995; YALE; VENKATESH, 1986). Tempo e esforço são recursos dos quais os indivíduos devem abrir mão para serem consumidores, sendo o primeiro não-renovável e o segundo depletável (BERRY et al., 2002).

Essa expansão do construto promoveu a proliferação de trabalhos na área e ampliou a diversidade de definições que permeiam o campo de estudo. O conceito de conveniência parece óbvio, mas não é tão simples. De fato, citações como “Definir conveniência não é fácil” (BUCKLEY et al., 2007, p. 601¹), ou “não é dada uma definição explícita ao conceito de conveniência em estudos anteriores” (CANDEL, 2001, p. 17) são bastante comuns na literatura do tema.

De forma sucinta, conveniência, no âmbito alimentar, pode ser entendida como a economia de tempo e esforços – físicos e mentais – no provisãoamento de alimentos (BOTONAKI et al., 2008; SCHOLDERER; GRUNERT, 2005). O provisãoamento alimentar inclui todas as atividades relacionadas à alimentação (MARSHALL; BELL, 2004). Todas as refeições compreendem uma série de atividades sequenciais que se iniciam com o planejamento do que comer e terminam com o consumo e/ou a organização da cozinha (JAEGER; MEISELMAN, 2004). Assim, a conveniência pode ser encontrada

¹ Tradução nossa. Doravante, são nossas todas as traduções de citações de obras em língua estrangeira.

em todas as fases do processo do provisãoamento de alimentos, incluindo o planejamento, as compras, o preparo, o consumo e a limpeza da cozinha (BAVA et al., 2008; BERRY et al., 2002; CANDEL, 2001; JAEGER; MEISELMAN, 2004).

Duas vertentes teóricas dominam as explicações sobre a importância da conveniência no provisãoamento de alimentos: a teoria da produção doméstica (BECKER, 1965) e a abordagem de orientação para conveniência (CANDEL, 2001; SCHOLDERER; GRUNERT, 2005). A primeira trata a conveniência como uma característica intrínseca ao alimento (STEPTOE et al., 1995), enquanto a segunda aborda a conveniência como um aspecto atitudinal do consumidor, podendo ser denominada de orientação para conveniência (CANDEL, 2001).

A orientação para conveniência pode ser vista como uma combinação entre a orientação para economia de tempo e a orientação para conforto (LUQMANI et al., 1994). Tal orientação tem um papel fundamental nas decisões de compra dos indivíduos, e, por essa razão, diversos estudos buscam determinar quais fatores influenciam o uso de bens e serviços convenientes (ex., BAE et al., 2010; BERNUÉS et al., 2012; BERRY et al., 2002; DE BOER et al., 2004; BOTONAKI; MATTAS, 2010; BUCKLEY et al., 2007; CANDEL, 2001; DANIELS et al., 2015; JAEGER; MEISELMAN, 2004; OLSEN et al., 2007; RORTVEIT; OLSEN, 2009; SCHOLDERER; GRUNERT, 2005; SCHOLLIERS, 2015). Tais fatores incluem variáveis sociodemográficas como idade, ocupação, jornada de trabalho, tamanho da família, educação, além de variáveis relacionadas ao estilo de vida, tais como pressões de tempo, hedonismo e habilidades culinárias.

A definição do termo “alimento conveniente” (AC) também carece de consenso. Embora haja um senso comum da sua natureza, atrelada à facilidade de preparo e economia de tempo (DE BOER et al., 2004; DEGREEF, 2015), existem muitas classificações controversas dos diferentes tipos de alimentos de conveniência (NÄRVÄNEN et al., 2013).

A confusão se inicia com a complexidade do ato alimentar. Cozinhar é um fenômeno complexo, para o qual diversas definições coexistem (ADAMS; GOFFE; ADAMSON; et al., 2015). Por exemplo, o preparo doméstico de uma macarronada à bolonhesa pode envolver: (1) aquecer no micro-ondas uma refeição pré-pronta congelada, (2) cozinhar o espaguete, fritar a carne e adicionar uma lata de molho, ou, ainda, (3) fazer o macarrão e o molho a partir dos ingredientes básicos (farinha de trigo, ovos, tomates, carne, etc.).

Além disso, a ampla variedade de produtos disponíveis dificulta a sua distribuição entre duas categorias: “convenientes” ou “não-convenientes” (CANDEL, 2001). De fato, qualquer alimento industrializado pode ser, *a priori*, classificado como conveniente. Entretanto, alimentos como margarina, pão, geleia, cereal ou iogurtes, embora passem por algum processamento industrial, não são percebidos como convenientes, por fazer parte evidente da alimentação moderna (SHORT, 2003). Em outras palavras, embora os alimentos convenientes sejam processados em algum nível, nem todo alimento processado deve ser caracterizado como um alimento conveniente.

De forma geral e para fins desta pesquisa, alimentos de conveniência² – ou alimentos convenientes (AC) – podem ser definidos como “alimentos total ou parcialmente preparados nos quais o tempo de preparação, habilidades culinárias ou esforços físicos foram significativamente transferidos do consumidor para o processador ou distribuidor de alimentos” (TRAUB; ODLAND, 1979, p. 3).

1.2 Justificativa e relevância

No Brasil, assim como em demais países emergentes, vêm ocorrendo mudanças nos padrões de alimentação que envolvem a substituição de alimentos *in natura* ou minimamente processados (batata, arroz) e preparações culinárias à base desses alimentos por produtos processados prontos para consumo (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2014). Isso é decorrente de diversos fatores, dentre os quais podem-se citar o preço relativo dos alimentos não processados, as crescentes limitações de tempo e orçamento, as características demográficas e o efeito da publicidade (OKRENT; KUMCU, 2014).

De Paula e Bastos (2009) salientam que, embora o consumo de produtos processados nas economias desenvolvidas ainda responda pela maior parte do mercado global de alimentos, tem havido um deslocamento da demanda para produtos mais sofisticados, em geral acoplados a serviços e conveniências. Tal tendência pode também ser observada em países em desenvolvimento, especialmente na medida em que o aumento de renda tem estimulado o crescimento do mercado *fast-food* e de refeições semiprontas. Os autores afirmam que a proporção desses produtos de alto valor chega a quase 80% do comércio mundial do agronegócio, mesmo tendo em vista as diferenças entre os padrões nacionais de consumo alimentar.

² Nesta pesquisa, os termos “alimento conveniente” e “alimento de conveniência” serão empregados como sinônimos, ambos denotados pela sigla AC.

O trabalho de Warde et al. (2007), comparativo entre França, Estados Unidos, Reino Unido, Noruega e Holanda, apontou que o tempo dedicado ao preparo de refeições decresceu significativamente nesses países ao longo das últimas décadas. O preparo das refeições toma grande parte do tempo dedicado à produção doméstica. Nesse sentido, o consumo de alimentos convenientes elimina, em algum nível, o trabalho, o tempo ou a habilidade culinária investidos na atividade (CAPPS et al., 1985).

Atualmente, muitos consumidores brasileiros podem fazer compras em supermercados às duas horas da manhã, ou preparar uma refeição completa em dez minutos a partir de um prato congelado, com a ajuda do micro-ondas. Indubitavelmente, a demanda por conveniência tende somente a crescer (CARRIGAN; SZMIGIN, 2006).

A importância acadêmica do tema também é evidenciada pelo número de referências no Google Acadêmico, entre 2010 e 2013, para “alimentos convenientes” (“*convenience foods*”) – em língua inglesa e considerando os títulos, resumos e o corpo do texto dos artigos –, que foi duplicado em relação número existente anteriormente à 2010 (SCHOLLIERS, 2015).

As decisões alimentares dos indivíduos afetam a qualidade de sua ingestão de alimentos e influenciam tanto o sucesso quanto o fracasso dos produtos num mercado orientado para o consumidor. A atenção prestada às demandas do consumidor, sua aceitação e o uso que este faz dos alimentos pode promover grandes economias pela minimização de fracassos no lançamento de produtos (ASP, 1999). Com a demanda crescente por alimentos convenientes, o estudo do seu consumo se torna um tema de fundamental importância.

Apesar de o objetivo primário desses produtos ser a facilitação do preparo de refeições, este não é o único fator que determina a sua compra. As novas tecnologias podem tornar os produtos acessíveis por mais tempo em diversas épocas e locais, fazendo com que seu transporte seja mais fácil e sua vida útil seja mais longa (DEGREEF, 2015). Além disso, eles podem proporcionar a liberdade de não ter que cozinhar (SHORT, 2003, 2007).

Para compreender a relação entre os motivos da escolha alimentar e os padrões de consumo, é importante considerar a forma pela qual o contexto, a cultura e as diferenças individuais influenciam o comportamento de escolha dos alimentos (PULA et al., 2014). Saber quais produtos serão vendidos e quais serão um fracasso é uma informação crucial sob o ponto de vista acadêmico, nutricional, político, de marketing e econômico (DEGREEF, 2015).

Além dos determinantes sociodemográficos, como jornada de trabalho, tamanho do domicílio, faixa de renda, percepção de pressões de tempo e acúmulo de tarefas (VERLEGH; CANDEL, 1999), a relevância das atitudes e dos valores pessoais é manifesta quando se trata do consumo de alimentos convenientes. Tais fatores incluem crenças, normas sociais, conhecimento nutricional, orientação para conveniência, estilo de vida, entre outros (BOTONAKI et al., 2008; BOTONAKI; MATTAS, 2010; BRUNNER et al., 2010; BUCKLEY et al., 2007; CANDEL, 2001; COSTA et al., 2007; OLSEN et al., 2007; SCHOLDERER; GRUNERT, 2005).

A demanda por conveniência na alimentação em países ocidentais desenvolvidos é bem documentada (ex., BAVA et al., 2008; BERNUES et al., 2012; BERRY et al., 2002; BOTONAKI et al., 2008; BOTONAKI; MATTAS, 2010; CANDEL, 2001; CARRIGAN et al., 2006; EASTWOOD, 1998; GLANZ et al., 1998; LAROCHE et al., 1999; SCHOLLIERS, 2015). Contudo, existem poucos estudos conduzidos na América Latina a respeito dos hábitos alimentares relacionados aos produtos de conveniência (SIEKIERSKI et al., 2013).

Atualmente, pouco se sabe sobre os fatores – atitudinais e sociodemográficos – que permeiam o comportamento de compra e consumo de alimentos convenientes no Brasil. Conhecer as tendências de mercado consiste numa grande oportunidade para a indústria agroalimentar promover inovações em alimentos e antecipar as demandas dos consumidores. A conveniência tem múltiplas faces e vai continuar evoluindo e convergindo com outras tendências para atender às demandas e necessidades da sociedade. Ao entender as dimensões dessa tendência, os fabricantes de alimentos serão capazes de melhor aproveitar as oportunidades emergentes e posicionar seus produtos com sucesso no mercado.

Para os fins deste trabalho, o escopo de alimentos estudados segue o proposto por Scholliers (2015), que exclui todas as formas de alimentação fora do domicílio (restaurantes, lanchonetes, cantinas, dentre outras), incluindo as refeições compradas prontas, que podem ser consumidas na rua ou em casa, uma vez que esses tipos de alimentos envolvem circunstâncias específicas de custos, escala e significado. Além disso, são excluídos também os alimentos que não constituem uma refeição propriamente dita, seja completa ou apenas ingredientes. Uma refeição constitui um momento em que vários alimentos são consumidos de maneira estruturada, de acordo com De Saint Pol (2012, p. 1137), de forma que os “beliscos” entre elas (salgadinhos, biscoitos, barrinhas de cereal) não se inserem no escopo desta pesquisa.

O Brasil passou, nas últimas décadas, por diversas mudanças políticas, sociais, econômicas e culturais que acarretaram transformações no modo de vida e nos padrões de consumo dos indivíduos, incluindo rápidas transições demográficas, epidemiológicas e nutricionais (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2014). Assim, ressalta-se a necessidade da realização de pesquisas nacionais sistemáticas sobre o tema, que tratem o consumidor como objeto central da cadeia agroalimentar.

Apesar do crescimento do mercado de alimentos convenientes e do fortalecimento da tendência de se buscar soluções convenientes na alimentação, pouco se sabe sobre as motivações dos consumidores para se optar por esses alimentos. Cabe ressaltar que a identificação das atitudes e dos comportamentos dos consumidores frente a determinados alimentos, bem como a compreensão das motivações de seu consumo, permitiriam que a indústria desenvolvesse estratégias de mercado mais eficazes, melhorando também o seu desenvolvimento de produtos e estratégias de comunicação.

Face ao que foi exposto, esta tese propõe-se a responder às seguintes perguntas de pesquisa: *“Como a orientação para conveniência dos indivíduos influencia seu comportamento alimentar em termos do uso de alimentos convenientes? Quais os papéis dos determinantes sociodemográficos e atitudinais sobre tal comportamento?”*.

1.3 Objetivos

Este trabalho visa a proposição de um modelo conceitual que retrate a forma pela qual variáveis sociodemográficas e atitudinais dos indivíduos influenciam o seu consumo domiciliar de alimentos convenientes. Tal avaliação pode proporcionar aos envolvidos na produção e distribuição desses produtos um melhor entendimento das necessidades dos consumidores, incrementando, assim, o seu atendimento por meio da adequação das estratégias mercadológicas empregadas.

Os objetivos específicos incluem:

- A construção de um modelo conceitual que relacione variáveis psicográficas e sociodemográficas ao uso de alimentos convenientes;
- A validação deste modelo a partir de uma amostra de consumidores paulistas, por meio do emprego da técnica de modelagem de equações estruturais.

Para tanto, serão fundamentalmente investigados:

- A frequência de consumo de produtos alimentares de conveniência;
- O impacto, direto e indireto, de características sociodemográficas sobre o consumo de alimentos convenientes;

- O papel, direto e indireto, de diferentes variáveis atitudinais sobre o consumo de alimentos de conveniência, incluindo:
 - Recursos objetivos do consumidor;
 - Percepção orçamentária e percepção de tempo disponível;
 - Percepção e atitudes em relação aos preços dos alimentos;
 - Orientação para conveniência em todas as etapas do provisionamento alimentar – o planejamento das refeições, a compra de alimentos, o preparo das refeições e seu consumo, bem como a limpeza acarretada;
 - Habilidades culinárias;
 - Envolvimento com o ato de cozinhar;
 - Consciência de saúde e busca por alimentação natural;
 - Preocupação com a eliminação de sobras e resíduos;
 - Individualismo;
 - Neofobia.

1.4 Estrutura geral da tese

Este trabalho se organiza em seis capítulos, incluindo esta introdução, na qual foram brevemente apresentadas uma caracterização da conveniência no âmbito alimentar, definições para alimentos convenientes, bem como algumas das forças motrizes que promovem seu consumo na atualidade.

O capítulo 2 apresenta o referencial teórico necessário para o desenvolvimento do trabalho e a construção do modelo. O capítulo conta com uma introdução ao estudo do comportamento do consumidor, elencando, sequencialmente, as principais abordagens teóricas que explicam o comportamento do consumidor de alimentos convenientes – a teoria da produção doméstica e a orientação para conveniência.

A seção seguinte é iniciada com uma explanação sobre as peculiaridades da escolha alimentar e do comportamento alimentar. Num segundo momento, aborda-se em profundidade os aspectos da conveniência no aprovisionamento alimentar, conceituando e caracterizando o “alimento conveniente” e seu consumidor. Por fim, traz-se um panorama da evolução da conveniência na alimentação no Brasil, incluindo o elenco dos principais fatores relacionados à tendência no país.

O capítulo 3 inclui o desenvolvimento dos construtos e a organização do modelo conceitual, bem como a estruturação das hipóteses do trabalho. Na sequência, são apresentados o modelo teórico, os construtos e as hipóteses empregadas na pesquisa.

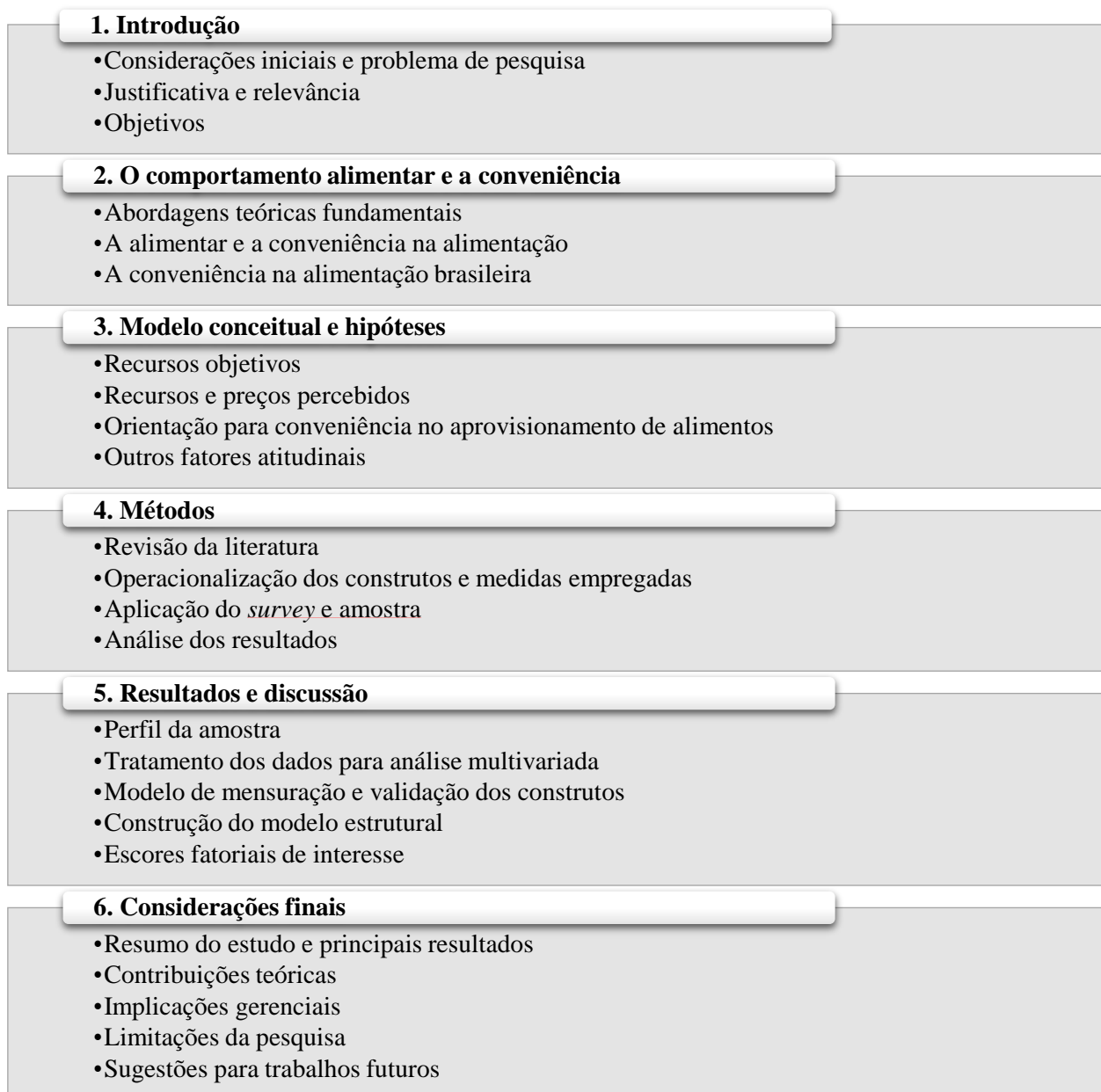
O capítulo 4 apresenta os métodos e as técnicas utilizados para cada etapa do trabalho. Em linhas gerais, foram empregados os métodos de pesquisa bibliográfica e o de levantamento tipo *survey*. A técnica utilizada para coleta dos dados foi a aplicação de questionários. Este capítulo traz também informações sobre o instrumento de pesquisa, sobre a amostra e sobre as técnicas aplicadas para a análise dos dados.

O capítulo 5 apresenta e discute os resultados do trabalho, obtidos pelo tratamento dos dados com o emprego da técnica de modelagem de equações estruturais.

Por fim, no capítulo 6 se encontram as considerações finais do trabalho e suas implicações teóricas e gerenciais, além das limitações observadas e sugestões para trabalhos futuros.

Uma sinopse do conteúdo deste projeto de tese é ilustrada na Figura 1.1.

Figura 1.1. Estrutura da tese



Fonte: Elaborado pela autora.

2 O COMPORTAMENTO ALIMENTAR E A CONVENIÊNCIA

Neste capítulo, serão abordados os elementos teóricos necessários para o pleno desenvolvimento deste trabalho, de forma breve, mas, tanto quanto possível, suficientemente ampla para oferecer ao leitor uma visão sistemática do tema.

Num primeiro momento, são apresentados os aspectos teóricos gerais relacionados ao comportamento do consumidor, seguidos de um aprofundamento sobre as principais abordagens teóricas que dominam os estudos sobre o consumo de alimentos convenientes.

Na sequência, as peculiaridades da escolha alimentar e o papel desempenhado pela conveniência na alimentação serão explorados mais profundamente, de forma a embasar e direcionar a pesquisa quantitativa. Pretende-se fornecer ao leitor uma visão tal que o permita compreender o crescimento da importância da conveniência como tendência alimentar e como este trabalho se encaixa nesse contínuo.

Por fim, aspectos da conveniência na alimentação brasileira serão apresentados como forma de subsidiar discussões posteriores.

2.1 Abordagens teóricas fundamentais

Esta seção apresenta uma breve introdução ao estudo do comportamento do consumidor, seguida pelas duas principais teorias que permeiam os estudos sobre o comportamento do consumidor de alimentos convenientes.

2.1.1 O comportamento do consumidor

O comportamento do consumidor pode ser definido como “o estudo dos processos envolvidos quando indivíduos ou grupos selecionam, compram, usam ou descartam produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazer suas necessidades e desejos” (SOLOMON, 2006, p. 6). Em abordagem similar, Schiffman e Kanuk (2006, p. 3) definem o comportamento do consumidor como “o comportamento que os consumidores adotam ao buscar, comprar, usar, avaliar e descartar produtos e serviços que eles esperam que satisfaçam suas necessidades”.

De forma objetiva, o comportamento do consumidor é o resultado da interação entre as consequências do seu comportamento e sua avaliação dessas consequências (CANDEL, 2001). O consumidor constantemente avalia as alternativas de escolha que lhes são oferecidas e, em face de uma quantidade de informações que é incapaz de tratar,

ele aplica algumas regras simples, capazes de promover uma escolha satisfatória (AURIRER; SIRIEIX, 2004).

O comportamento do consumidor é considerado um processo multidisciplinar e estocástico, no qual apenas probabilidades de comportamentos podem ser determinadas (ROBERTSON; KASSARJIAN, 2005). Diversas vertentes teóricas tentam explicar tal processo por meio da extensão de teorias básicas – tais como psicologia, sociologia, economia, antropologia e comunicação – para o estudo do comportamento do consumidor (SIMONSON et al., 2001).

As primeiras propostas de explicação do processo de escolha do consumidor são de natureza econômica, datadas de meados do século 20. A teoria microeconômica tradicional explica as relações entre a demanda de bens por meio dos seus preços e dos dispêndios dos consumidores, sob o pressuposto do comportamento racional e da utilidade máxima (FISCHER, 2005). A Teoria da Utilidade – a mais prevalente abordagem econômica sobre o tema – pressupõe que o homem econômico racional faz suas escolhas com base nos resultados esperados, escolhendo o mais favorável para si. No senso econômico, o indivíduo deveria ser consciente de todas as opções de consumo possíveis, sendo capaz de analisar todas as alternativas ao mesmo tempo e, então, selecionar o curso ótimo de ação (SCHIFFMAN; KANUK, 2006).

Entretanto, os consumidores raramente têm informações adequadas, motivação ou tempo para tomar a decisão perfeita, buscando, então, uma decisão satisfatória (BRAY, 2009). Além do mais, é reconhecido que se o homem econômico não tivesse sua complexidade psicológica, ele não teria alternativa senão trabalhar o dia todo, independentemente de incentivos (PERSKY, 1995).

Concorrente à abordagem puramente econômica, havia a abordagem psicodinâmica, atribuída ao trabalho de Sigmund Freud e popularizada no início do século XX, que pressupunha que o comportamento era determinado por fatores biológicos, excluindo variáveis cognitivas ou ambientais. Como evolução do campo de pesquisa, na segunda metade do século 20, tais abordagens deram lugar à abordagem comportamental clássica, a qual pregava que o comportamento é o conjunto de todas as ações, pensamentos e sentimentos do indivíduo, sendo explicado por fatores externos a ele (BRAY, 2009).

Mais recentemente, a abordagem comportamental cognitiva ascendeu no campo de estudo, com os modelos de estímulo-indivíduo-resposta. Esta abordagem atribui o comportamento à cognição intrapessoal, de forma que o indivíduo se torna um

processador de informações, enquanto estímulos ambientais e sociais, para a tomada de suas decisões (BRAY, 2009). A abordagem cognitiva apresenta pontos fortes na explicação do comportamento do consumidor, como a possibilidade de descrever atitudes, desejos, necessidades e motivos que o justifiquem, de forma mais fiel à realidade (FOXALL, 2004).

A partir de então, o comportamento humano passou ser visto como a interação dos processos de compreensão, dos processos de integração e da estrutura cognitiva. Desse modo, a estrutura cognitiva consiste na organização do conhecimento individual na memória. Os processos de compreensão se referem ao modo pelo qual as informações do ambiente são percebidas e armazenadas na estrutura cognitiva, e os de integração se referem ao uso do conhecimento armazenado na determinação do comportamento, incluindo processos de avaliação, atitudes e intenções (GRUNERT et al., 1993).

Assim, a pesquisa contemporânea do comportamento do consumidor, resultante da evolução do campo no último século, envolve uma série de fatores de procura, compra, consumo e descarte, que se somam num processo bastante complexo (BRAY, 2009). É crescente o interesse no papel dos sentimentos, das emoções e de aspectos hedônicos relacionados ao consumo, bem como em formas de persuasão periférica, regras de decisão, aquisição de informações, formação de atitudes, etc. (SIMONSON et al., 2001).

Este trabalho conta, pois, com duas vertentes teóricas para a explicação do comportamento do consumidor de alimentos convenientes: a teoria da produção doméstica – derivada da abordagem microeconômica – e a orientação para conveniência – de natureza multidisciplinar, majoritariamente oriunda da psicologia positivista (Teoria da Decisão Comportamental e Cognição social³) –, as quais serão aprofundadas na sequência.

2.1.2 A teoria da produção doméstica

A teoria da produção doméstica surgiu na década de 1960, a partir do trabalho de Becker (1965), o qual propunha uma extensão da teoria neoclássica do comportamento do consumidor. O autor aplicou a teoria econômica como uma função da alocação de tempo e recursos em diversos aspectos da vida dos indivíduos, tais como o trabalho, a produção doméstica e as atividades de lazer, visando à maximização da utilidade (satisfação).

³ Para mais detalhes sobre as teorias derivadas da psicologia, ver Simonson et al. (2001).

De forma sucinta, Becker (1965) incluiu o tempo no modelo econômico clássico de escolha do consumidor, indicando que, juntamente com a renda e os preços dos bens, o tempo também limita a escolha do consumidor. O autor sugere que o agregado familiar produz sua subsistência por meio da atividade de combinar produtos e serviços com o tempo disponível dos seus componentes. Assim, a “renda total” da unidade doméstica seria a combinação dos recursos monetários e tempo total disponível. Derivados disso, renda e tempo restringem a produção do agregado familiar. Desse ponto de vista, o bem-estar máximo é resultante da otimização dos recursos dentro das possibilidades de tempo e renda (BONKE, 1992).

De acordo com Becker (1965), os indivíduos combinam produtos e serviços ao seu tempo disponível para a produção dos chamados bens Z (saúde, reputação social, prazer, etc.), as verdadeiras fontes de utilidade. A produção de uma quantidade (z_i) de um bem Z é uma função dos bens de mercado necessários (q_i) e o tempo requerido (t_i) para transformar q_i em z_i . Como resultado, dois recursos limitam a maximização da função de utilidade: (1) o orçamento – já que a soma dos dispêndios em bens de mercado não pode exceder a renda disponível e (2) o tempo – já que o tempo despendido para a produção dos bens Z não pode exceder o tempo disponível (que é o tempo total menos o tempo aplicado no trabalho para obtenção de renda).

Tais restrições são também entrelaçadas, uma vez que os rendimentos do trabalho dependem do tempo dedicado a ele, e quanto mais tempo dedicado ao trabalho, menos tempo disponível para o preparo de refeições e outras atividades domésticas. Partindo-se do pressuposto de que o tempo é empregado em produção (trabalho) e consumo (lazer), os consumidores vendem seu tempo no mercado de trabalho e o compram adstrito a bens e serviços que economizam tempo (FELDMAN; HORNIK, 1981). Ao contrário do orçamento, o tempo não pode ser expandido (BERRY et al., 2002). Nesse sentido, poupar tempo significa realocá-lo entre diferentes atividades para alcançar uma maior eficácia (FELDMAN; HORNIK, 1981).

No caso de alimentos, o domicílio consiste em uma pequena fábrica que produz bens (refeições) por meio de uma combinação de entradas (ingredientes), recursos (habilidades e equipamentos domésticos) e tempo (de compra de suprimentos e preparo). Os fatores de produção podem ser substituídos até certo ponto e, quando há variação no valor de um deles, ocorre variação na demanda de outro. Por exemplo, se o custo de oportunidade do tempo aumenta por necessidade de trabalhar mais para obter maiores rendimentos, o tempo utilizado para a produção da refeição tende a ser substituído por

um aumento da compra de economia de tempo, dado pela aquisição de produtos, serviços ou utensílios de cozinha que tornem a produção de refeições mais rápida e eficiente.

A partir do paradigma da unidade de produção doméstica, presumia-se que maiores restrições de tempo buscariam poupar tempo com a aquisição de produtos convenientes e equipamentos que promovessem economia de tempo (YALE; VENKATESH, 1986). Diversos estudos então trataram principalmente do impacto das restrições de tempo e do status de ocupação da esposa na compra de alimentos de conveniência. Foi apontado que em famílias cuja a esposa trabalha, a compra de refeições fora de casa é maior, especialmente de *fast-foods* (DARIAN; KLEIN, 1989; KIM, 1989), mesmo que isso possa estar relacionado ao maior rendimento familiar em famílias com ambos os parceiros empregados (DARIAN; KLEIN, 1989). No entanto, não foi verificado impacto do status de ocupação da mulher na compra de alimentos de conveniência para uso doméstico, ou seja, os produtos que tenham sido submetidos a alguma forma de pré-preparo (DARIAN; KLEIN, 1989; KIM, 1989).

Nesse sentido, o tempo pode ser comprado ou poupado. A “compra de tempo” pode envolver (a) o investimento em equipamentos domésticos (ex. máquina de lavar louças), b) a compra de alimentos com maior grau de conveniência, (c) sair para comer e/ou (d) contratar ajuda (ex. cozinheira, empregada doméstica). Poupar tempo pode significar (a) aumenta a produtividade nas tarefas domésticas e/ou (b) redistribuir o trabalho doméstico entre os moradores da casa (BONKE, 1992).

O que fazer com o próprio tempo – que não o de ócio – é uma decisão comportamental que envolve a aplicação de um recurso escasso em escolhas que levarão a resultados concorrentes (GOFTON, 1995). Feldman e Hornik (1981) cunharam o termo “estilo de tempo” em substituição ao termo “estilo de vida”. Os autores defendem que o conjunto de decisões para adquirir e usar produtos e serviços se trata, na verdade, de um conjunto de decisões sobre como alocar o tempo em atividades de consumo, buscando a otimização do bem-estar de acordo com as prioridades e a limitação dos recursos.

A análise da alocação do tempo para o provisionamento de alimentos é de grande importância para explicar os padrões de consumo de alimentos num domicílio. Se o tempo destinado à atividade é diminuído, é esperado que haja um aumento na compra de alimentos convenientes. A decisão dessa diminuição é influenciada tanto pelo custo de oportunidade de tempo como pelas preferências individuais (FLORKOWSKI et al., 2000). Alguns indivíduos podem sentir que cozinhar vale o tempo que se despende para tanto, enquanto outros podem sentir o contrário (JABS; DEVINE, 2006).

Ressalta-se que a percepção subjetiva do tempo se relaciona diretamente na satisfação individual na participação de uma atividade. Tal avaliação depende de como o consumidor percebe a atividade: obrigatória ou opcional, agradável ou desagradável, passiva ou ativa, livre ou forçada (FELDMAN; HORNIK, 1981), bem como de sua motivação e de suas preferências (JABS; DEVINE, 2006).

Como visto, na teoria econômica o tempo é tratado como um recurso limitado, como o dinheiro, e argumenta-se que o tempo gasto com o preparo de refeições seja “determinado pelo custo de oportunidade de tempo, pelas preferências da família entre os bens (disponíveis ou não) do mercado e o lazer, e pela tecnologia de produção doméstica” (FLORKOWSKI et al., 2000, p. 174). Contudo, na prática, os consumidores podem buscar outros retornos além da otimização de seus recursos, e a prática culinária pode ser resultado da busca por uma comida mais agradável ao paladar, por prestígio, aprovação, orgulho, dentre outras motivações. No caso da alimentação, na equação de produção podem também ser combinadas habilidades culinárias, conhecimento nutricional, tempo de preparação e aparelhagem culinária para produzir refeições.

Apesar de interessantes para demonstrar a utilidade de tempo e as formas pelas quais os indivíduos o adquirem e o vendem, os modelos de produção doméstica falham em desconsiderar preferências individuais e outras variáveis não-econômicas na explicação do comportamento do consumidor (FELDMAN; HORNIK, 1981). Assim, a Teoria da Produção Doméstica foi principalmente criticada por não considerar importantes variáveis determinantes do comportamento do consumidor, como aspectos psicológicos e situacionais. Consequentemente, surgiu o interesse na influência de variáveis psicológicas e atitudinais na busca por refeições mais convenientes, bases do construto orientação para conveniência.

2.1.3 A teoria da orientação para conveniência na alimentação

As medidas atitudinais empregadas em estudos baseados na teoria da produção doméstica se mostraram exógenas à abordagem de produção familiar, uma vez que não foram explicadas por variáveis econômicas, mas, sim, por preferências pessoais. Estas são centrais na abordagem de orientação para conveniência, a qual trata o consumidor pela ótica psicológica. Numa breve comparação com a teoria da produção doméstica, a teoria de orientação para conveniência constrói quadros menos uniformes, mas tem como vantagens o uso de variáveis atitudinais e uma forte ênfase na importância da percepção em relação a restrições objetivas.

Candel (2001, p. 17), pioneiro na operacionalização do construto, definiu orientação para conveniência como “a inclinação de um consumidor a buscar economias de tempo e energia no preparo de refeições”. Em seu trabalho, o autor desenvolveu uma escala para mensuração da orientação para conveniência em relação ao preparo de refeições e descobriu que tal escala poderia se relacionar negativamente a certas atividades de preparo e positivamente ao consumo de alimentos prontos ou ao uso de restaurantes. Juntamente com percepções sobre gosto, saúde e preço, a orientação para conveniência pode ser considerada um importante determinante dos comportamentos relacionados ao consumo de alimentos.

O trabalho de Candel (2001) buscou aprofundar o estudo da teoria da orientação para conveniência, propondo uma escala para mensurar esta orientação nos indivíduos denominada CONVOR. Essa escala contou com medidas unidimensionais de tempo, gasto de energia e esforços que os consumidores estão dispostos a empregar no preparo de refeições. Conceitos similares são propostos no questionário de escolha alimentar de Steptoe et al. (1995) e no estudo de segmentação de Luqmani et al. (1994).

Pode-se distinguir orientação para conveniência (CANDEL, 2001) e conveniência percebida dos produtos (DARIAN; COHEN, 1995; STEPTOE et al., 1995). A primeira trata de um aspecto do consumidor, enquanto a segunda se refere a uma propriedade dos alimentos em si.

A orientação para conveniência também pode ser definida como um conjunto de “atitudes positivas em relação à economia de tempo e energia na produção de refeições domésticas”. Segundo Scholderer e Grunert (2005, p. 108), orientação para conveniência é, portanto, um construto atitudinal e impacta comportamentos relacionados à conveniência, como a compra de produtos de conveniência, a realização de compras em locais convenientes, além do consumo de refeições fora de casa e do uso de substitutos de refeições.

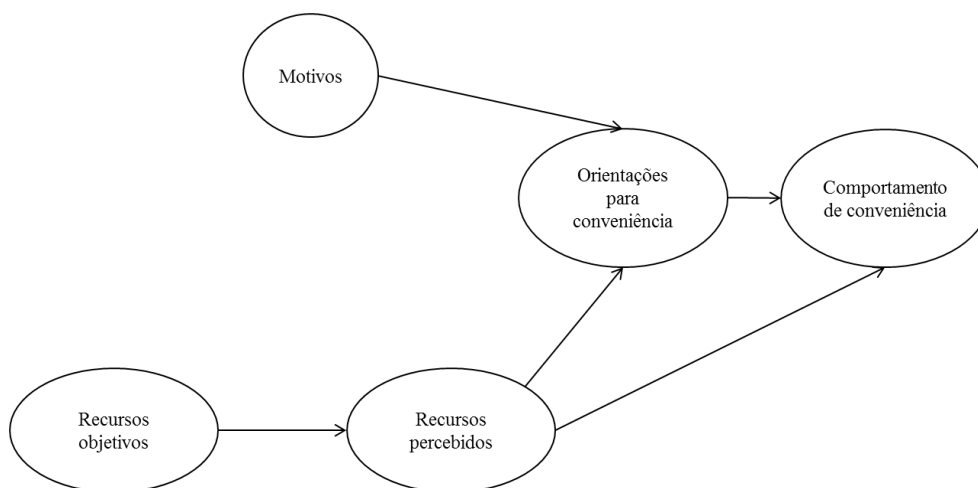
Ryan et al. (2004) salientam que os principais fatores que promovem a orientação para a conveniência na alimentação são pressões de tempo, níveis de estresse, desestruturação dos horários das refeições, o fato de comer sozinho e o individualismo, bem como o retorno sobre investimento dos alimentos convenientes.

No mesmo sentido, Berry et al. (2002) inferem que os principais elementos da orientação para conveniência dos consumidores são as atitudes em relação à economia de tempo no planejamento, na compra ou no uso de produtos e serviços. Nesse sentido, Jaeger (2006) afirma que tudo o que requer esforço também demanda tempo. Assim, a

percepção de esforço é um construto multidimensional e envolve elementos físicos, cognitivos e emocionais.

Scholderer e Grunert (2005) criaram um modelo (Figura 2.1) para explicar o comportamento conveniente dos consumidores no contexto do preparo de refeições, o qual combina a teoria de produção doméstica e a abordagem da orientação para conveniência. No modelo, a orientação para conveniência foi considerada um mediador entre determinantes demográficos e comportamentais relacionados com a conveniência. Tal modelo sumariza as principais proposições sobre o construto de conveniência da literatura e reconhece a importância de restrições de recursos (tais como tempo e renda) como responsáveis pelo crescimento da demanda por conveniência. O modelo assume que os efeitos no comportamento são condicionados por restrições percebidas de tempo e renda e pela orientação para conveniência do indivíduo, de forma a alcançar uma compreensão do comportamento de conveniência na área alimentar.

Figura 2.1. Modelo conceitual de orientação para conveniência no consumo de alimentos



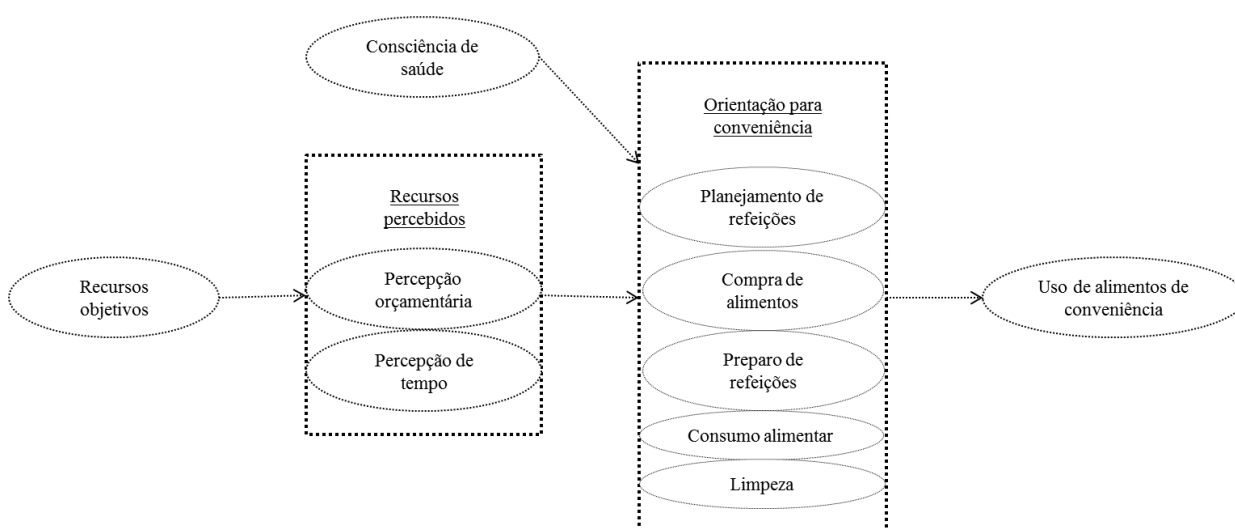
Fonte: Adaptado de Scholderer e Grunert (2005, p. 109).

De acordo com esse modelo conceitual, os recursos domésticos objetivos (tempo e renda disponíveis) e os motivos pessoais (envolvimento com os alimentos e o prazer de cozinhar) são variáveis exógenas, enquanto os recursos domésticos percebidos e as atitudes (em relação a compras e a produtos convenientes) são variáveis endógenas, diretamente condicionantes do comportamento de conveniência do indivíduo. Assim, os recursos domésticos objetivos podem afetar a orientação para conveniência do consumidor através da percepção desses recursos. Esse modelo foi testado em um conjunto de consumidores franceses e, posteriormente, validado com ingleses, sendo que

ambas as pesquisas corroboraram a abordagem de dupla mediação, na qual o comportamento conveniente é, de fato, determinado pelos recursos percebidos e pela orientação para conveniência individual.

O modelo de Scholderer e Grunert (2005) foi posteriormente modificado e validado por Botonaki et al. (2008), em pesquisa na Grécia. No novo modelo (Figura 2.2), a orientação para conveniência foi considerada separadamente nos cinco estágios do processo de consumo alimentar: no planejamento das refeições, na compra de alimentos, no preparo de refeições, no consumo e na limpeza da cozinha. Os autores ainda adicionaram o fator “consciência saudável”, visando mensurar o impacto das preocupações de saúde sobre a seleção de alimentos de conveniência. Constatou-se que essa preocupação é um importante determinante direto e indireto do comportamento conveniente, e que consumidores que dão grande importância à naturalidade dos alimentos consomem menos alimentos de conveniência e são menos orientados para conveniência nos cinco estágios do provisionamento alimentar.

Figura 2.2. Orientação para conveniência em diferentes estágios do processo alimentar



Fonte: Adaptado de Botonaki et al. (2008, p. 17).

No modelo de Botonaki et al. (2008), os recursos objetivos dos consumidores foram estimados a partir da renda familiar mensal, do número de crianças e adultos no domicílio e do status de emprego do respondente e do cônjuge. Em relação aos construtos latentes, apresenta-se uma breve contextualização:

- A percepção orçamentária investiga como os respondentes se relacionam com o dispêndio em alimentos, principalmente no sentido do quanto gastam *versus* quanto gostariam de gastar;
- A percepção de tempo investiga o tempo livre percebido pelos indivíduos para o envolvimento no ato alimentar;
- A orientação para conveniência no planejamento de refeições verifica a espontaneidade dos indivíduos para realização de compras de alimentos, com quanta antecedência se preparam para isto e também o quanto se planejam para as refeições seguintes;
- A orientação para conveniência na compra de alimentos investiga o tempo e o esforço que se permite ou se deseja investir no ato de compra, e a orientação para conveniência no preparo de refeições estuda essas mesmas variáveis aplicadas ao preparo da refeição em si;
- A orientação para conveniência no consumo alimentar estuda quanto o indivíduo se planeja para consumir alimentos, ou seja, se o ato alimentar tem horário pré-definidos ou se é habitual o consumo petiscos “fora de hora”;
- A orientação para conveniência na limpeza é medida pelo quanto de esforço e tempo o indivíduo se dispõe a investir na limpeza da cozinha após a refeição e como isso influi sua lista de compras;
- O uso de alimentos de conveniência é uma medida de quais alimentos de conveniência são comprados pelos indivíduos (temperados, congelados, higienizados, entre outros);
- A consciência de saúde considera a atenção e a importância dadas à presença de aditivos, ingredientes artificiais e naturais dos alimentos convenientes.

Com base no apresentado, afirma-se que a orientação para conveniência pode ser crucial para a escolha e o consumo alimentar, mas só pode ser propriamente compreendida pela exploração e mensuração das atitudes individuais (OLSEN et al., 2007).

A exemplo do estudo de Buckley et al. (2007), neste trabalho, a orientação para conveniência será aplicada como uma **medida de intensidade em que o consumidor busca economizar tempo e energia física e mental em relação às suas atividades alimentares.**

2.2 A escolha alimentar e a conveniência na alimentação

Esta seção conta, inicialmente, com um breve aprofundamento sobre o comportamento do consumidor de alimentos e as peculiaridades da escolha alimentar, pertinentes ao desenvolvimento pleno desta pesquisa

Num segundo momento, apresentam-se uma caracterização das dimensões que a conveniência pode representar no aprovisionamento de alimentos e quais as forças motrizes que impulsionam sua busca pelos consumidores. Ainda, um breve histórico sobre os estudos na área busca ilustrar a evolução do construto nas últimas décadas.

Na sequência, apresentam-se definições do termo “conveniência” no âmbito alimentar e classificações para alimentos convenientes presentes na literatura. A definição e a compreensão dos termos “alimento conveniente” ou “alimento de conveniência” se fazem essenciais para o pleno desenvolvimento do trabalho.

Por fim, serão apresentados aspectos do uso de alimentos convenientes com foco nas compensações que os indivíduos enfrentam quando optam pela inclusão desses alimentos em suas práticas alimentares, com forte relação entre seu uso, o contexto de consumo e as características atitudinais.

2.2.1 O consumo de alimentos e a escolha alimentar

Esta seção aborda o comportamento do consumidor de alimentos, enfatizando suas peculiaridades sob a ótica das principais ciências que o estudam e, ainda, elencando alguns modelos conceituais relacionados à escolha alimentar pertinentes ao trabalho.

A escolha alimentar consiste numa combinação de fatores biológicos, individuais, contextuais, epidemiológicos e normativos que guiam os fatores cognitivos e motivacionais para a seleção de alimentos (BONKE, 1992; BOTONAKI; MATTAS, 2010; CARDELLO, 1999; FURST et al. 1996; MAHON et al., 2006; OLIVEIRA; THEBAUD-MONY, 1997; POULAIN; PROENÇA, 2003a). Assim, diversas disciplinas buscam responder ao porquê, como, quando e com quem os alimentos são consumidos (KÖSTER, 2009).

Diferentes ciências contribuem para tal explicação: ciências sociais como a economia (teoria microeconômica da demanda), a psicologia (motivos, atitudes, percepção, aprendizado), a sociologia (socialização com consumidor, grupos de referência), a antropologia (cultura, tradição), a geografia (fatores regionais), e as ciências da saúde (necessidades nutricionais, regulação fisiológica, fatores sensoriais, etc.) (ALVENSLEBEN, 1997).

Sobre o comportamento humano em relação à comida, Cardello (1999) afirma que, no nível mais básico, a comida é um estímulo sensorial cujas características físico-químicas são determinadas por diversas variáveis relacionadas a ingredientes, processamento e armazenamento. Ao se deparar com um alimento, as características físico-químicas deste interagem com os sentidos humanos, promovendo experiências sobre sua aparência, textura, odor, sabor, etc. Num nível superior de processamento de informações, esses atributos sensoriais básicos se integram com outras informações comportamentais e cognitivas. As fontes dessas informações incluem estados corporais, como fome ou sede, aprendizagem e memorização, influências psicossociais e culturais, bem como uma variedade de variáveis cognitivas. Dessa forma, a aceitação de um alimento é o resultado da integração entre as informações sensoriais e variáveis cognitivas, frequentemente acompanhadas de um componente emocional ou hedônico.

Assim, os padrões de consumo de alimentos são determinados não somente pelas características intrínsecas ao alimento, mas também por uma série de características individuais, sociais, espaciais (microambiente de compra) e ambientais (macroambiente de políticas e diretrizes) (LARSON; STORY, 2009). De forma sucinta, Milošević et al. (2012) caracterizam os fatores extrínsecos ao alimento como determinantes individuais (atitudes, conhecimento nutricional, preferências específicas e estado de saúde) e interpessoais (normas do grupo e cultura). Além desses, são relevantes também os fatores econômicos, que se referem ao preço do alimento, à renda do indivíduo e à condição da oferta do produto (JOMORI et al., 2008). Cada categoria de fatores será brevemente explorada na sequência, com foco naqueles mais relevantes para o desenvolvimento deste trabalho.

2.2.1.1 Determinantes individuais

Os principais determinantes individuais na escolha alimentar são as atitudes, as preferências e os aspectos biológicos e sociodemográficos (LARSON; STORY, 2009), sendo os dois primeiros de especial relevância para a temática deste estudo.

Sob o ponto de vista individual, o comportamento alimentar é baseado em emoções, motivações e atitudes. As emoções consistem em tensões internas, prazerosas ou não, das quais o consumidor pode ser mais ou menos consciente (ex. preocupação com a saúde). As motivações são as tensões internas combinadas com algum grau de atividade objetiva (orientação via atividade), como, por exemplo, buscar uma saúde melhor. As atitudes, por fim, são predisposições que o consumidor tem para reagir positiva ou

negativamente aos estímulos promovidos pelos produtos (orientação via objeto), tais como a percepção de que frutas são boas para a saúde (ALVENSLEBEN, 1997; GOFTON, 1997). Desse modo, uma maior preocupação com a saúde (emoção) leva a um maior empenho por se ter uma alimentação saudável (motivação) que, por sua vez, leva à uma imagem positiva e saudável das frutas (atitude), aumentando, assim, a probabilidade da compra de frutas.

Uma atitude também pode ser definida como uma “disposição (positiva, negativa ou neutra) frente a objetos, situações, ações, ideias ou outros estímulos” (KHAN; HACKLER, 1981, p. 129), que não pode ser verbalizada (POULAIN; PROENÇA, 2003b), e resulta num julgamento do tipo “eu gosto”, “eu não gosto” (AURIRER; SIRIEIX, 2004).

Nesse sentido, Aurirer e Sirieix (2004, p. 74-81) indicam três estágios que os consumidores enfrentam para realizar suas escolhas: (1) identificação das alternativas efetivamente avaliadas (pré-seleção), que variam em função das opções disponíveis, da adequação ao contexto de consumo e também das alternativas memorizadas; (2) determinação dos critérios utilizados para fazer a avaliação, os quais variam individualmente em nível de importância; e (3) seleção das regras que serão aplicadas à escolha final, que podem ser regras compensatórias (a soma das características positivas compensa as características indesejadas) ou não compensatórias (eliminação de opções com características indesejadas). O resultado final dessa sequência de avaliação é a atitude (ou opinião global) do consumidor.

O desenvolvimento de atitudes frente aos alimentos começa pela experiência de consumo (KHAN; HACKLER, 1981). A experiência positiva induz à aceitação que, entre outros fatores, embasa as preferências alimentares. Colocado de outra forma, as preferências alimentares indicam o quanto de satisfação o indivíduo antecipa do consumo de determinado alimento (ASP, 1999).

A adequabilidade dos alimentos também influencia as preferências alimentares, já que, mesmo gostando de um alimento, pode-se deixar de consumi-lo se o local ou a ocasião não forem apropriadas (KHAN; HACKLER, 1981).

Assim, as preferências determinam a seleção de alimentos com base na disponibilidade e na acessibilidade (KHAN; HACKLER, 1981), bem como os hábitos alimentares, os quais incluem a concepção de refeições, o padrão de refeições, qual tipo de alimento faz parte da cada refeição, como os alimentos são adquiridos e preparados, a etiqueta alimentar e o que é comestível (ASP, 1999).

2.2.1.2 Determinantes sociais (interpessoais)

Os determinantes sociais mais relevantes à compreensão do comportamento do consumidor de alimentos são a cultura (BONKE, 1992; CANESQUI; GARCIA, 2005) e o conjunto de normas sociais subjacentes a ela (POULAIN; PROENÇA, 2003b).

A alimentação, vista sob uma perspectiva social, envolve o conjunto de rituais que rodeiam o ato alimentar. O que se entende por refeição, sua organização estrutural, a forma da jornada alimentar (quantidade de refeições, formas, horários), as modalidades de consumo (comer com garfo e faca, com a mão, com o pão), a localização das refeições, as regras de localização dos comensais e outros aspectos, variam de uma cultura à outra e no interior de uma mesma cultura, de acordo com os grupos sociais (POULAIN; PROENÇA, 2003a).

A conduta alimentar, envolvendo o conjunto de regras e significados que permeiam todos os aspectos relativos à prática de consumo de alimentos, conforma-se a partir de atos alimentares socialmente determinados (ALESSI, 2006). De forma geral, as refeições podem ser divididas em dois tipos: (1) as refeições instituídas (café da manhã, almoço e jantar), que contam com regras sociais claramente definidas, e (2) as tomadas alimentares fora das refeições (lanches e aperitivos), com menor nível de instituição, denotadas pelo termo “beliscar”, as quais costumam apresentar conotação negativa (POULAIN; PROENÇA, 2003b). Ambos se dão num contexto de consumo, o qual inclui aspectos do contexto físico (dentro ou fora do domicílio), do contexto temporal e climático (de acordo com a hora do dia, o dia da semana ou a época do ano) e, ainda, do contexto humano e social (consumo individual, em família, com amigos, etc.) (AURIRER; SIRIEIX, 2004).

A alimentação é a primeira aprendizagem social do homem, por meio dela são interiorizados os valores centrais de sua cultura, os quais se exprimem nas maneiras à mesa (POULAIN; PROENÇA, 2003a). Esse processo de aculturação interioriza o que os alimentos e as refeições significam e como devem ser (DEGREEF, 2015; LARSON; STORY, 2009). Independentemente do que a indústria deseje produzir, os únicos alimentos consumidos serão os culturalmente aceitáveis (BONKE, 1992)

Nesse contexto, os hábitos alimentares consistem em um conjunto culturalmente padronizado de comportamentos em relação à comida, que se manifesta por indivíduos pertencentes a uma determinada tradição cultural (ASP, 1999). Tais hábitos se inter-relacionam sistematicamente com outros comportamentos na mesma cultura (MEAD, 1943) e se adaptam constantemente às mudanças socioeconômicas e ambientais.

Os padrões de alimentação culturalmente determinados modelam as preferências por alimentos e a percepção do que é comestível ou não, saudável ou não, quando e como o alimento é consumido e como é preparado (CANESQUI; GARCIA, 2005, LARSON; STORY, 2009).

2.2.1.3 Determinantes econômicos

Sobre o papel das variáveis econômicas na explicação do comportamento alimentar, Fischer (2005) afirma que sua maior utilidade se dá na determinação das elasticidades de preço e renda ou no estudo da alocação de dispêndios entre alimentos com base em taxas marginais de substituição relacionadas às características dos mesmos.

Siekierski et al. (2013) salientam que os consumidores ajustam e reajustam suas compras de acordo com as flutuações nos preços dos produtos usualmente comprados. Uma alta no preço pode fazer com que um produto seja substituído por outro mais barato na cesta de compras. Já numa situação de aumento de renda, as necessidades fisiológicas básicas são satisfeitas e se observa um declínio nas elasticidades de preço e renda na demanda de alimentos básicos. Concomitantemente, surgem outros motivadores na demanda de alimentos, principalmente atitudinais, como a preocupação com a saúde, a busca pelo prazer na comida, e busca por diversidade alimentar e a busca por conveniência (ALVENSLEBEN, 1997).

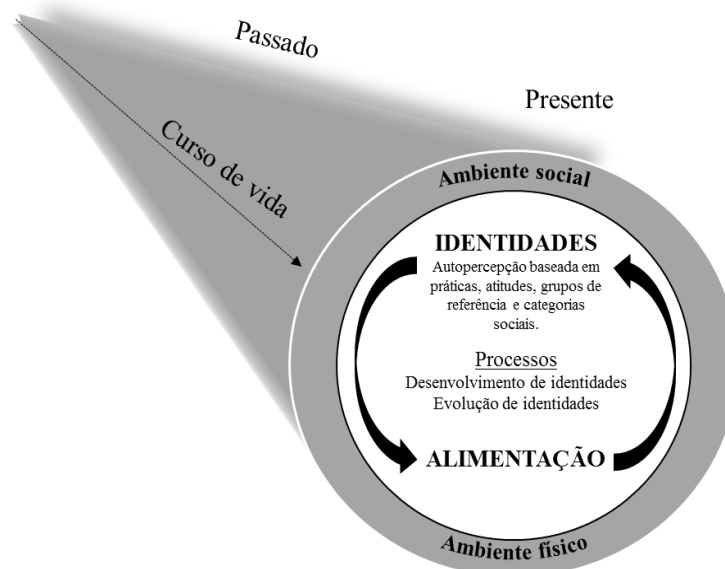
As variáveis econômicas predominaram no estudo do comportamento alimentar até meados do século 20, em trabalhos sobre a determinação de preços, curvas de previsão de demanda e rendimentos. Com a evolução natural do campo, na década de 1970 houve uma mudança gradual em direção ao comportamento e bem-estar do consumidor. Atualmente, o foco está na forma pela qual a interpretação dos atributos dos alimentos influencia o comportamento do consumidor (UNNEVEHR et al., 2010).

2.2.1.4 Modelos de comportamento do consumidor de alimentos

Como forma de esquematizar a influência dos diversos fatores abordados sobre o comportamento alimentar, são propostos modelos de comportamento de consumo. Existe uma grande pluralidade de modelos conceituais que buscam reproduzir o comportamento de consumo, provenientes de diversas áreas do conhecimento. Assim, tais modelos apresentam aspectos idiossincráticos do campo de conhecimento no qual foram desenvolvidos (FIGUEIREDO et al., 2007). Cabe salientar, contudo, que as escolhas alimentares não são tão sistemáticas como os modelos de consumo geralmente sugerem (UNNEVEHR et al., 2010).

Bisogni et al. (2002) propuseram um modelo de escolha alimentar que enfatiza a interação de fatores sociais, culturais, psicológicos e biológicos entre si e com o curso de vida dos indivíduos, que modelam as escolhas alimentares. No modelo (Figura 2.3) o curso de vida molda identidades alimentares sob influência do ambiente físico e social no qual o indivíduo está imerso. As identidades alimentares são concebidas, assim, como o reflexo do conhecimento, das atitudes e características sociodemográficas dos indivíduos.

Figura 2.3. Modelo do processo de escolha alimentar



Fonte: Adaptado de Bisogni et al. (2002, p. 132).

O modelo de escolha alimentar de Furst et al. (1996) (Figura 2.4) propõe que os sistemas alimentares são fruto de um conjunto de processos mentais desenvolvidos para a escolha de alimentos, incluindo barreiras, opções, regras e rotinas, também moldado pelo curso de vida. Com base em ideais, fatores pessoais, recursos disponíveis, estrutura social e contexto, os indivíduos desencadeiam um processo de negociação de valores, o qual resulta em estratégias para a escolha alimentar. Os autores reconhecem que a conveniência – no sentido de economia de tempo – influencia a escolha alimentar no nível pessoal de negociação de valores.

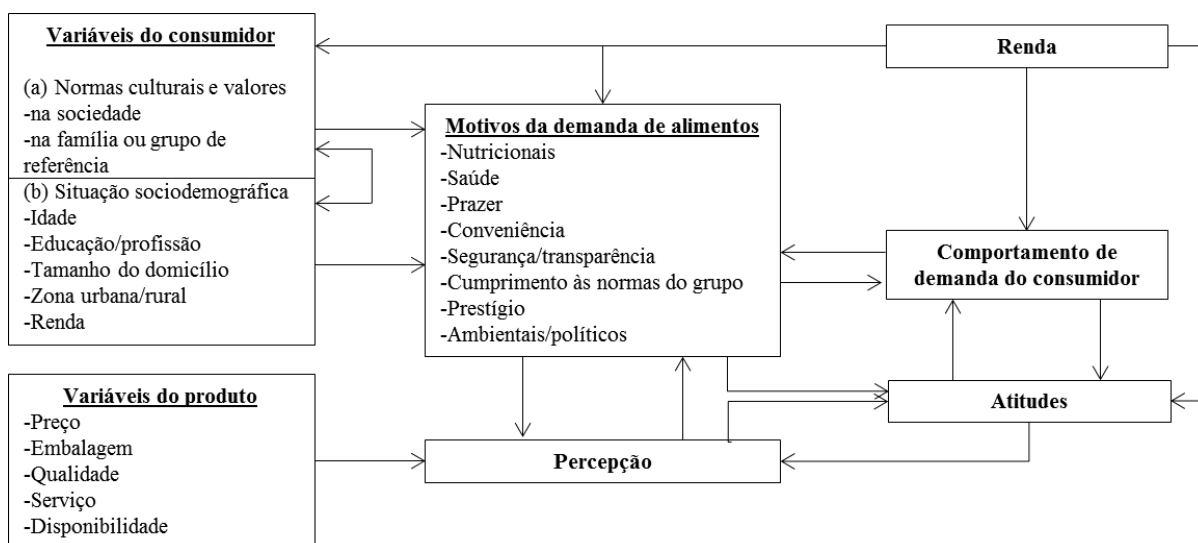
Figura 2.4. Modelo de escolha alimentar



Fonte: Adaptado de Furst et al. (1996, p. 251).

O modelo de Alvensleben (1997) (Figura 2.5) também inclui a conveniência – no sentido de praticidade – como fator influente na escolha de alimentos. O autor aponta que os motivos da demanda de alimentos seriam influenciados por variáveis individuais, sendo associados a variáveis do produto, à percepção e às atitudes do consumidor para a determinação do comportamento alimentar.

Figura 2.5. Algumas variáveis influentes na demanda de alimentos



Fonte: Adaptado de Alvensleben (1997, p. 212).

A importância da conveniência como determinante do comportamento do consumo de alimentos será aprofundada nas próximas seções.

2.2.2 Dimensões da conveniência em alimentos

A conveniência é um importante determinante da escolha alimentar ocidental (BERRY et al., 2002; GRUNERT; RAMUS, 2005; JAEGER; MEISELMAN, 2004; STEPTOE et al., 1995; VERLEGH; CANDEL, 1999), e está associada à redução de qualquer *input* necessário para o provisionamento de alimentos (SCHOLDERER; GRUNERT, 2005). A conveniência pode desempenhar diferentes papéis em cada um dos estágios desse processo – planejamento, compra, preparo, consumo e limpeza (Quadro 2.1) –, dependendo do contexto (CANDEL, 2001; SCHOLDERER; GRUNERT, 2005).

Quadro 2.1. Etapas e tarefas do provisionamento de alimentos

Estágio	Tarefas
Adquirir	Compra de alimentos e as decisões/responsabilidades associadas
Preparar	Lavar, limpar, picar, fatiar, cortar os alimentos para torná-los adequados ao cozimento/consumo
Cozinhar	Transformar os alimentos pela aplicação de calor (direta ou indireta) a fim de tornar sua textura e palatabilidade mais aceitáveis ou agradáveis. Usualmente, inclui o uso de equipamentos como fornos, fogões, micro-ondas, dentre outros.
Comer	Ingerir, compartilhar e servir a comida
Arrumar	Limpar as sobras das refeições e lanches; lavar e guardar pratos e utensílios utilizados no preparo, cozimento ou consumo.

Fonte: Adaptado de Marshall; Bell (2004, p. 872).

Ainda, num sentido mais amplo, a conveniência pode ser associada a qualquer facilitação no ato alimentar, mesmo que não associada ao preparo das refeições (NÄRVÄNEN et al., 2013). Não ter que esperar por uma refeição, por exemplo, pode ser considerado um grande benefício dependendo da ocasião (DARIAN; COHEN, 1995).

Assim, existem ao menos duas dimensões para conveniência no âmbito alimentar (BROWN, 1989; DARIAN; COHEN, 1995; SCHOLDERER; GRUNERT, 2005). A primeira trata do tipo de conveniência, que inclui a economia de tempo, de esforços físicos e/ou mentais. Ressalta-se que a economia de tempo pode tanto se referir ao tempo total do processo de consumo (tempo ativo) como a um menor tempo de espera (tempo passivo). A segunda dimensão consiste no estágio de consumo, do planejamento da compra de alimentos à limpeza da cozinha. O Quadro 2.2 exemplifica a combinação dessas duas dimensões numa tipologia de conveniência na alimentação.

Quadro 2.2. Tipologia de conveniência na alimentação

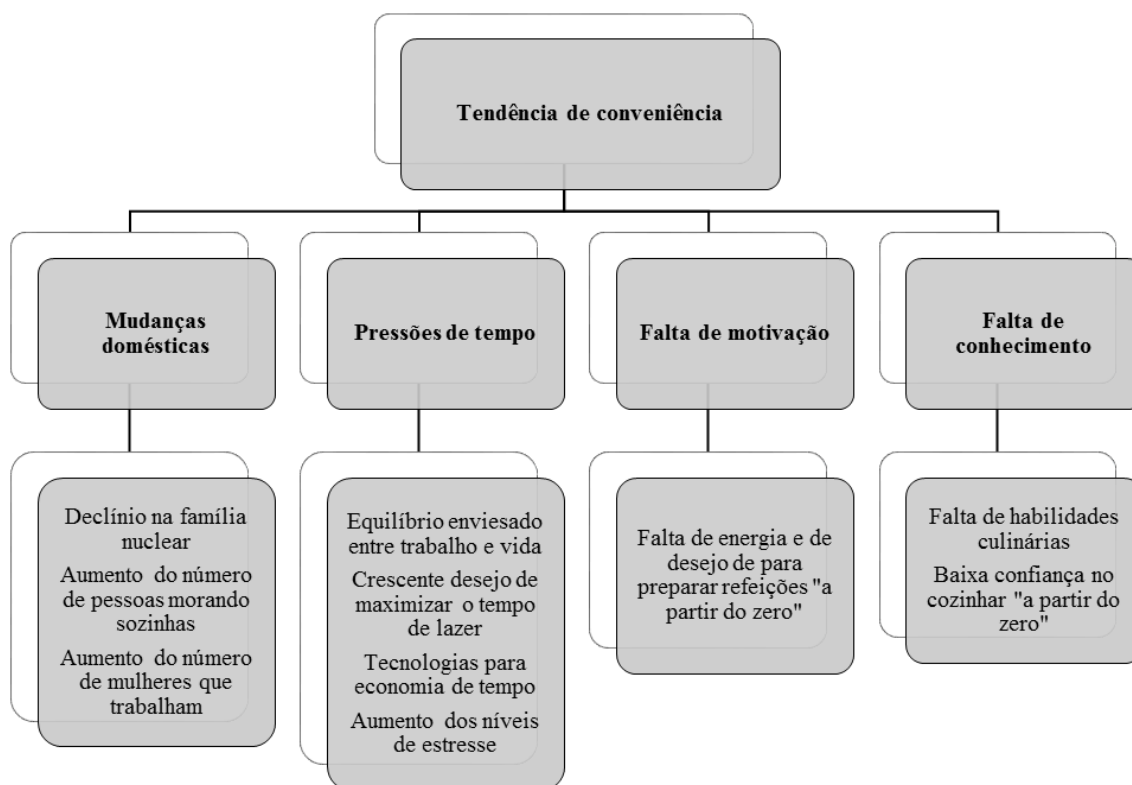
Estágio de consumo	O que está sendo poupado?		
	Tempo	Esforço físico	Esforço mental
Planejamento	Compra habitual, planejamento semanal de refeições, refrigeração inteligente	-	Produtos arranjados por tipo nas lojas, administração do espaço, refrigeração inteligente
Compra	Oportunidade de compra, entrega de refeições em domicílio	Auxílio em empacotamento, facilidade de estacionamento, entrega em domicílio	Conhecimento do layout da loja, reordenação automática
Preparo	Refeições prontas, comer fora, fornos micro-ondas	Liquidificadores e outros utensílios de cozinha	Instruções claras
Consumo	Estabelecimentos que fornecem refeições	Alimentos pré-cortados, carnes desossadas	Consumo em família ou individual
Limpeza	Embalagens não retornáveis	Lavar louça	-

Fonte: Adaptado de Scholderer; Grunert (2005).

De forma ampla, a conveniência pode ser definida como a minimização de tempos e esforços físicos e/ou mentais despendidos em atividades relacionadas à alimentação (CANDEL, 2001), uma tendência cada vez mais pertinente na atualidade e impulsionada por diversos fatores. Dentre os propulsores da busca por conveniência na alimentação, esquematizados na Figura 2.6, devem ser ressaltados:

- a. a transformação da estrutura familiar e o crescimento do individualismo nas refeições, que promovem a diminuição da frequência de refeições formais familiares e favorecem que todos os moradores do domicílio, inclusive as crianças, sejam mais propensos a preparar suas próprias refeições (BRUNNER et al.; 2010; GRUNERT; RAMUS, 2005; HARRIS; SHIPTSOVA, 2007; SHEELY, 2008);
- b. a redefinição dos papéis domésticos, com o aumento da participação da mulher no mercado de trabalho associado à diminuição do tamanho dos domicílios, que transformam as atitudes dos indivíduos em relação ao trabalho doméstico e favorecem alimentos que economizam tempo, apresentados em menores porções (ALVENSLEBEN, 1997; HARRIS; SHIPTSOVA, 2007; SHEELY, 2008; SIEKIERSKI et al., 2013);
- c. o aumento da renda de partes da população e das pressões de tempo enfrentadas pelos indivíduos, que indiretamente promovem a valorização do tempo de lazer pelo aumento do custo de oportunidade do tempo, resultando numa baixa motivação para cozinhar (ALVENSLEBEN, 1997; DE BOER et al., 2004; BUCKLEY et al., 2007; CANDEL, 2001; HARRIS; SHIPTSOVA, 2007; TRAUB; ODLAND, 1979);
- d. a erosão das habilidades culinárias, crescente nos últimos 20 anos (BAVA et al. 2008; MEAH; WATSON, 2011; SHEELY, 2008).

Figura 2.6. Fatores ligados ao crescimento da busca por conveniência na alimentação



Fonte: Adaptado de Agriculture and Agri-Food Canada (2010, p. 4).

Em meio a todas essas transformações, o ato de comer continua necessário para a sobrevivência, quer seja uma refeição caseira consumida ao redor da mesa com familiares, quer seja um sanduíche comprado num *drive-thru* consumido no carro a caminho do trabalho. O objetivo das atividades é o mesmo, mas a quantidade de tempo e esforços despendidos pode variar de horas a minutos (JABS; DEVINE, 2006).

Num contexto em que os indivíduos precisam ou querem combinar diversas atividades numa constante busca por formas de otimizar o seu tempo, os alimentos convenientes podem minorar tal complexidade pela agregação de serviços. (ALVENSLEBEN, 1997; DANIELS et al., 2015).

2.2.3 Evolução do conceito de conveniência na alimentação

Supostamente, a ideia de conveniência foi introduzida em 1923 por Copeland, em estudo no qual o bem conveniente era aquele acessível, e cuja escolha e aquisição demandavam pouco ou nenhum processo de decisão cognitivo. Com o passar das décadas, o conceito foi transformado e aprimorado e, ao final da década de 1950, incorporou o

sentido de economia de tempo – pois sua escolha era percebida como rápida (WARDE, 1999; YALE; VENKATESH, 1986).

Até a década de 1960, numa sociedade que mantinha a ideia da “boa esposa”, mas ao mesmo tempo testemunhava o forte aumento da participação da mulher no mercado de trabalho, os alimentos convenientes eram anunciados como ferramentas que permitiam que as mulheres desempenhassem bem os dois papéis (GEYZEN, 2015).

A hipótese universal dos estudos até a década de 1980 era de que quanto maiores as limitações no tempo do consumidor, mais inclinado ele estaria a adquirir produtos ou serviços de conveniência que lhe poupassem tempo – hipótese essa que nunca foi fortemente apoiada (DARIAN; COHEN, 1995; DARIAN; KLEIN, 1989; YALE; VENKATESH, 1986). Acredita-se que as falhas em confirmar tal reação se devem a uma necessidade, posteriormente observada, de explorar o construto de conveniência como comportamental multidisciplinar dependente de um conjunto de fatores muito maior que simplesmente as restrições de tempo do consumidor (CANDEL, 2001; DARIAN; COHEN, 1995; YALE; VENKATESH, 1986).

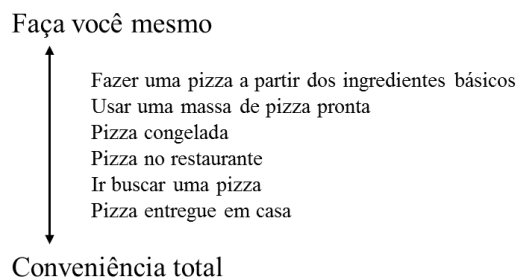
Em suma, os primeiros estudos sobre o consumo de alimentos convenientes buscavam explicar a relação entre a jornada de trabalho da mulher, seu tempo para cozinhar e o uso de alimentos convenientes. Contudo, na década de 90, o enfoque passou às medidas atitudinais e seu papel no uso de tais alimentos, ao lado de habilidades culinárias e outros fatores individuais (BRUNNER et al., 2010).

Já em 1989, Brown propôs uma abordagem conceitual para examinar a conveniência de bens de consumo e serviços. Sua abordagem apresenta uma série de cinco dimensões relacionadas ao construto de conveniência, as quais vão além da economia de tempo. São elas: (1) dimensão de tempo – que impõe que a agenda de compra seja conveniente, o que não necessariamente implica economia de tempo; (2) dimensão de lugar – o local de compra deve ser conveniente para o consumidor; (3) dimensão de aquisição – a compra deve ser financeiramente conveniente para o indivíduo, ou o canal de compra; (4) dimensão de uso – o uso do produto deve ser o mais confortável e fácil possível; e (5) dimensão de execução – relativa à terceirização do trabalho para prover o alimento, que agrega diretamente valor ao produto.

Na dimensão de execução, o consumidor pode escolher quanto de esforço quer investir no consumo do produto. Tal dimensão pode ser representada por um contínuo (Figura 2.7). Conforme os produtos se movem ao longo desse contínuo, sua natureza e seu custo-benefício mudam. Ainda, cada nível do contínuo tem conveniências de tempo,

lugar, aquisição, uso e execução próprias. O autor salienta ainda que os consumidores se distribuem normalmente ao longo do contínuo, ou seja, a maioria dos consumidores pode ser encontrada nas categorias centrais.

Figura 2.7. Contínuo da conveniência



Fonte: Adaptado de Brown (1989, p. 17).

Nas últimas décadas, o conceito de conveniência passou de conforto e facilidade de uso para a economia de tempo e esforço (moderno), e agora tende à realocação de tempo pela realização simultânea de atividades (hipermoderno) (DANIELS et al., 2015). Ainda é fato questionável e subjetivo se o consumo de alimentos convenientes realmente promove economia de esforço e de tempo (DANIELS et al., 2015) ou mesmo que seja motivado por pressões de tempo (DAVIES, 1997). Contudo, mesmo que não se possa precisar se o tempo para ir ao supermercado uma vez na semana é efetivamente menor que ir todos os dias à mercearia, no primeiro caso certamente elimina-se a necessidade diária de sair para comprar alimentos (WARDE, 1999).

2.2.4 Definições de alimento conveniente e classificações

Por se tratar de um construto multidimensional, a definição do termo conveniência é difícil (BAVA et al., 2008; CANDEL, 2001; JAEGER; MEISELMAN, 2004).

No início do século 20, os bens de conveniência foram definidos como “aqueles que são costumeiramente comprados em lojas de fácil acesso” (COPELAND, 1923, p. 282). Tal categoria incluía lâminas de barbear, lâmpadas, tabaco, sopa enlatada ou pasta de dentes, compradas com determinada frequência.

Com a evolução do campo de pesquisa, a concepção de simples acessibilidade e frequência passou a englobar a transferência de etapas do processamento do domicílio para a indústria. Uma das definições mais usadas nas pesquisas sobre o tema é a de Traub e Odland (1979, p. 3) (ver CANDEL, 2001; CAPPS et al., 1985; DARIAN; KLEIN, 1989), que definem alimentos convenientes como aqueles “total ou parcialmente

preparados, nos quais uma quantidade significativa de tempo de preparo, habilidades culinárias ou energia requeridas foram transferidos da cozinha doméstica para o processador e distribuidor de alimentos”.

Mais recentemente, incorporou-se também o sentido literal de economia de tempo e esforços no aprovisionamento de alimentos (BAVA et al., 2008), como sugerem Brunner et al. (2010, p. 498, grifo nosso), que definem os alimentos como **“aqueles que ajudam os consumidores a minimizar o tempo, bem como os esforços físicos e mentais, requeridos para o preparo de refeições, consumo e limpeza”**. De forma bastante ampla, Scholliers (2015) considera um alimento conveniente qualquer item que componha uma refeição, seja destinado ao preparo doméstico e possua processamento industrial.

Para fins desta pesquisa, adotou-se a definição de Brunner et al. (2010) por seu amplo alcance de categorias de produtos, e também pelo foco do trabalho na economia de tempo e esforços sobre o consumo desses produtos. Neste caso, a ênfase vai além da simples economia de tempo ou trabalho braçal, mas também a de esforços mentais (ex., dispensando a questão: “O que vamos comer hoje?”) (SCHOLLIERS, 2015).

A partir das definições, são propostas classificações para os alimentos convenientes. A noção de alimento conveniente é vaga, arbitrária e aberta à diferentes interpretações (CANDEL, 2001) e o enquadramento dos mesmos enquanto uma categoria de produtos é dificilmente definido (NÄRVÄNEN et al., 2013), pois os alimentos podem apresentar diversos níveis de conveniência (DANIELS et al., 2015). Tanto uvas passas como pizza congelada se enquadram na maioria das definições de alimento conveniente.

Um problema frequente nas classificações de alimentos convenientes – usadas em pesquisas sobre o comportamento do consumidor – é que elas são propostas com base numa lista mais ou menos abrangente de itens, e acabam carecendo de coerência, validade ou clareza. As classes acabam por ser ou muito gerais – para evitar ambiguidade ou sobreposição – ou exageradamente detalhadas – para abranger uma vasta gama de produtos e processos (COSTA et al., 2001).

O Quadro 2.3 traz algumas classificações para alimentos convenientes propostas na literatura e seu embasamento, em ordem cronológica.

Quadro 2.3. Classificações para alimentos convenientes

<p>Harrison (1979) Com base no pré-preparo e prontidão para consumo</p>	<p>(i) conveniência nula: produto fresco totalmente não processado, o qual tem que ser descascado e limpo, dentre outras atividades, para ser consumido; (ii) conveniência básica: produtos limpos, mas que requerem o estágio de fatiar, picar, ralar, moldar, etc.; (iii) conveniência de pré-preparo: itens devem ser combinados para consumo adequado; (iv) conveniência de pré-cozimento: itens que requerem apenas cozimento; (v) conveniência de pré-serviço: itens tem processamento suficiente para necessitarem somente o degelo ou aquecimento; (vi) conveniência total: itens prontos para servir, bastando abrir uma lata ou uma caixa.</p>
<p>Capps et al. (1985) Combinação entre facilidade de preparo e grau de processamento</p>	<p>(i) conveniência básica – alimentos cujo processamento está relacionado mais com a preservação e menos com a facilidade de preparo, ou que poupam algum tempo mas exigem habilidades culinárias; (ii) conveniência complexa – alimentos com múltiplos ingredientes e misturas, ou que proporcionam altos níveis de economia de tempo ou de dispensa de habilidades culinárias (iii) conveniência manufaturada – aqueles que não tem versões domésticas congêneres; (iv) alimentos tradicionais os frescos – não processados ou processados em casa.</p>
<p>Yale eVenkatesh (1986) Por tipo de conveniência</p>	<p>(i) economia de tempo (ex. lasanha congelada); (ii) portabilidade (ex. bebidas em lata); (iii) praticidade (ex. queijo pré-fatiado); (iv) acessibilidade (ex. alimento fácil de ser encontrado).</p>
<p>Candel (2001) Por nível agregação de serviços</p>	<p>(i) conveniência básica: poupam apenas o investimento de tempo e energia; (ii) conveniência complexa: poupam também habilidades culinárias.</p>
<p>Costa et al. (2001) Por grau de esforço, tempo e equipamentos demandados</p>	<p>(i) prontos para comer – não requerem nenhum preparo prévio ao consumo (ex. saladas e sanduíches resfriados); (ii) prontos para aquecer – requerem aquecimento ou água quente (ex. sopa desidratada, pizza resfriada); (iii) prontos para acabar de cozinhar – requerem mais cozimento antes do consumo (ex. pratos congelados); (iv) prontos para cozinhar – foram minimamente preparados pela indústria, mas requerem cozimento completo (ex. carnes/peixes cortados e temperados; mix de legumes picados para sopa).</p>
<p>Botonaki et al. (2008) Por grau de esforço e tempo demandados e complexidade de ingredientes</p>	<p>(i) pratos preparados que só requerem aquecimento; (ii) alimentos prontos que só precisam ser cozidos; (iii) vegetais congelados; (iv) molhos prontos; (v) enlatados.</p>
<p>Brunner et al. (2010) Por grau de processamento</p>	<p>(i) alimentos altamente processados (ex. sopas em pó ou massas instantâneas com tempero); (ii) alimentos moderadamente processados (ex. pizza congelada); (iii) componentes individuais (ex. legumes congelados ou carnes temperadas); (iv) saladas prontas (lavadas e/ou cortadas)</p>
<p>Moubarac et al. (2014) (ver CHAJES et al., 2011 e SLIMANI et al., 2009) Por grau de processamento</p>	<p>(i) alimentos não processados – consumidos crus e/ou frescos (ex. frutas, legumes, verduras, carnes, leite fresco, mel, ovos); (ii) alimentos moderadamente processados – incluindo (a) alimentos industriais consumidos que não requerem cozimento (ex. vegetais enlatados ou higienizados) e (b) alimentos processados preparados com base em alimentos não-processados, que requerem algum preparo (ex. batatas congeladas); (iii) alimentos processados – divididos em (a) básicos (ex. pão, óleos vegetais, arroz) e (b) altamente processados (ex. cereais matinais, salsicha).</p>

Ministério da Saúde (2014) Por nível de processamento	(i) in natura ou minimamente processados – nenhuma ou pouca alteração prévia ao consumo (ex. abacaxi fresco; peixe fresco, farinha de trigo, carne resfriada); (ii) ingrediente culinário simples (ex. açúcar, óleos); (iii) processado – com adição de sal ou açúcar para conserva a um alimento do primeiro grupo (ex. abacaxi em calda; atum em conserva, queijos); (iv) ultraprocessados – que passam por muitas etapas e técnicas de produção, incluindo vários ingredientes industriais (ex. suco de abacaxi em pó; empanado de peixe tipo <i>nuggets</i> , biscoito recheado).
Okrent e Kumcu (2014) Por nível de prontidão para consumo	(i) ingredientes básicos – crus ou minimamente processados empregados na produção de refeições (ex. leite, farinha, manteiga); (ii) ingredientes complexos – alimentos processados empregados na produção de refeições (ex. macarrão, pão, queijo, carnes congeladas); (iii) prontos para cozinhar – refeições e <i>snacks</i> que requerem preparo mínimo (ex. sopa em pó, mistura para bolo); (iv) prontos para comer (ex. frutas enlatadas, leite de soja, iogurte saborizado).
Daniels e Glorieux (2015) Por grau de conveniência agregada	(i) não convenientes – divididos em (a) ingredientes culinários individuais (ex. carne resfriada, arroz) e (b) acessórios (ex. temperos e óleos); (ii) semiconvenientes – divididos em (a) ingredientes culinários parcialmente preparados (ex. frutas enlatadas, batatas congeladas), (b) acessórios prontos (ex. molho enlatado) e (c) outros (ex. pães e cereais matinais); (iii) convenientes – divididos em (a) refeições completas (ex. sopas), (b) refeições externas (ex. restaurantes ou delivery) e (c) <i>snacks</i> prontos para consumo (ex. “Clube Social”).
Scholliers (2015)	(i) refeições completas; (ii) itens destinados a integrar refeições completas.

Fonte: Elaborado pela autora.

Como ilustrado, existem desde classificações muito detalhadas, como a de Capps et al. (1985), às muito amplas, como a de Scholliers (2015). Algumas classificações são tão concorrentes que acabam por gerar dificuldades de interpretação. O pão, por exemplo, pode ser considerado tanto um alimento processado (MOUBARAC et al., 2014) como um ingrediente complexo (OKRENT; KUMCU, 2014), assim como um alimento semi-conveniente (DANIELS; GLORIEUX; 2015) ou, ainda, um alimento ultraprocessado (MONTEIRO et al., 2010).

Todas as classificações são corretas, contudo, uma lata de sardinha, uma salada pré-lavada ou uma pizza congelada, os quais podem ser vistos todos como alimentos convenientes, contrastam amplamente em sua produção, uso e significado (SCHOLLIERS, 2015). De forma geral, a maior parte das abordagens pode incluir, virtualmente, qualquer alimento.

Além disso, muitas desconsideram o paradigma temporal atual da conveniência em alimentos. Alguns tipos de processamento, como o processo de produção de óleos vegetais, considerado ultraprocessamento na classificação de Moubarac et al. (2014), já não podem mais ser vistos como convenientes na alimentação contemporânea, sendo mais

adequadas as propostas do Ministério da Saúde (2014) ou de Okrent e Kumcu (2014), que o classificam como um ingrediente culinário simples.

Numa linha de sucessão, desde o salmão enlatado, na década de 1890, os potes de molho de 1910, as latas com dois alimentos diferentes, nos anos 30, os jantares congelados, nos anos 50, as misturas para bolo, na década de 60 ou as refeições prontas para aquecer, mais elaboradas, dos anos 80/90: cada um desses alimentos influenciou o processo produtivo de refeições em sua época e, conseqüentemente, acarretou mudanças no uso do tempo, na organização das tarefas domésticas, na saúde, entre outros aspectos, em maior ou menor grau (MOUBARAC et al., 2014; SCHOLLIERS, 2015).

O estudo longitudinal de Degreef (2015), que analisou a avaliação dos produtos ao longo de 35 anos, na Bélgica, mostrou que o entendimento de “alimento conveniente” se transformou ao longo do tempo e, com ele, a definição de conveniência. Os achocolatados instantâneos, por exemplo, eram vistos como inovadores nas décadas de 1960 e 70, promovendo acesso imediato a um alimento que demandaria certo esforço de preparo. Já na década de 1990, não houve qualquer referência ao produto como um alimento capaz de poupar tempo e esforços. O iogurte industrializado também deixou de ser considerado um alimento conveniente pelos consumidores neste período, sendo que, na última pesquisa, não houve menção ao iogurte caseiro, preferido e considerado claramente superior nas décadas de 1960 e 1970. Portanto, em poucas décadas a percepção do que é um alimento conveniente tende a sofrer transformações, variando de acordo com o contexto tecnológico e social. Mesmo percebido inicialmente como inovador, um produto pode perder seu status de conveniente ao passo que é amplamente difundido e passa a compor os hábitos alimentares.

Numa outra ilustração, num estudo clássico sobre o consumo de café instantâneo, realizado em 1950 e replicado em 1968, ficou clara a diferença na percepção dos consumidores sobre o consumo do produto. No primeiro, as donas de casa usuárias de café instantâneo foram classificadas como preguiçosas, sem planejamento, menos econômicas e piores esposas mais frequentemente do que as usuárias do café comum. No estudo subsequente, entretanto, não houve diferença significativa nos atributos de classificação entre as usuárias de café instantâneo e comum, indicando uma forte aceitação do produto pelos consumidores em pouco menos de 20 anos (ANTIL, 1987). Ressalta-se, assim, a importância de considerar a conveniência dentro do contexto temporal, pois seu significado e uso estão em constante transformação, e as classificações e definições para alimentos convenientes ficam obsoletas muito rapidamente.

Assim, para fins desta pesquisa, buscou-se uma classificação que se adequasse ao paradigma alimentar contemporâneo. Optou-se pela abordagem de Botonaki et al. (2008), a qual engloba elementos das abordagens de Brunner et al. (2010), Costa et al. (2001), Daniels et al. (2015) e Harrison (1979), combinando a complexidade da elaboração do produto com o tempo e os esforços físicos demandados para o consumo. A classificação foi escolhida por sua definição clara (reduzindo o espaço de arbitrariedade na classificação) e pela possibilidade de comparação dos resultados com os obtidos em estudos anteriores.

2.2.5 O uso de alimentos convenientes

Tendo em vista a oferta agroalimentar contemporânea, o indivíduo pode escolher cozinhar a partir de produtos brutos, adquirir produtos semielaborados, que poupam certas etapas do processamento ou, ainda, fazer uso de alimentos totalmente prontos para o consumo. Assim, o valor agregado dos alimentos pode ser criado ou comprado (POULAIN; PROENÇA, 2003b). Alimentos de conveniência podem atender às necessidades de muitos consumidores, promovendo elementos valorizados no consumo moderno de alimentos, tais como criatividade, imaginação, inovação, novidade, variedade, etc. (DE BOER et al., 2004; WARDE, 1999).

Embora existam indivíduos que não têm tempo para cozinhar, há muitos que simplesmente não estão inclinados a fazê-lo ou não têm as habilidades necessárias para tanto (DE BOER et al., 2004). No estudo de Beck (2007), por exemplo, os alimentos convenientes se mostraram proeminentes mesmo em preparações que requeriam longos tempos de preparação, e o tempo médio que o consumidor passou cozinhando não demonstrou afetar o consumo desses produtos, sendo que seu uso se deu em diversas extensões por pessoas que cozinham, seja por cinco minutos, seja por três horas.

O grau de uso dos alimentos convenientes varia entre indivíduos e entre domicílios. Grande parte das práticas alimentares atuais incorpora alimentos convenientes ao cozinhar tradicional (CARRIGAN et al., 2006), o que varia de acordo com a ocasião (ex., dia de semana, domingo), o humor ou o ciclo de vida do indivíduo (DANIELS; GLORIEUX, 2015).

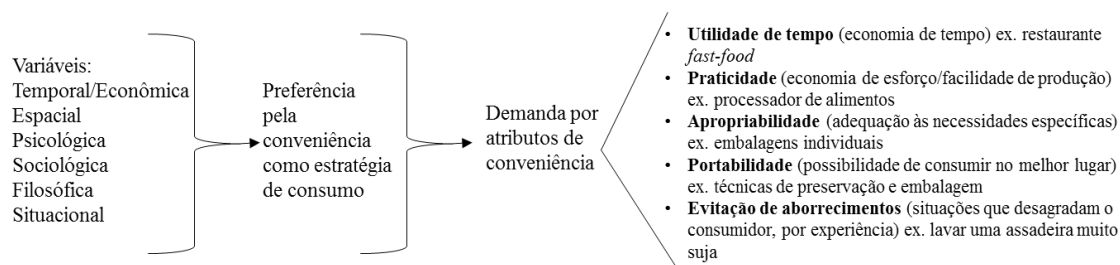
O contexto no qual um alimento é utilizado tem grande impacto sobre a interpretação do consumidor acerca de sua capacidade de poupar tempos e esforços (DEGREEF, 2015), bem como da adequabilidade do seu consumo. No estudo de Verlegh e Candel (1999), a aceitabilidade do consumo de alimentos convenientes, principalmente

na presença de outros, dependeu principalmente da companhia para a qual a refeição era preparada (jantar com amigos, jantar com a família, jantar sozinho, etc.). As entrevistadas na pesquisa não arriscariam oferecer alimentos de conveniência aos convidados de um jantar, dado que, em ocasiões especiais, há uma expectativa de que a comida seja especialmente boa (KHAN; HACKLER, 1981).

Ao planejar comer uma fruta no trabalho, por exemplo, o indivíduo deverá considerar qual a melhor forma de transportar a determinada fruta, se é preciso lavá-la ou descascá-la, como eliminar as sobras de casca ou sementes e qual a sujeira causada pelo seu consumo. No estudo de Jaeger (2006), por exemplo, os consumidores indicaram que comer maçã na presença de outras pessoas é mais inconveniente que comer sem companhia, dado o possível barulho e a eventual sujeira nos dentes acarretados pelo consumo da fruta.

Yale e Venkatesh (1986) propuseram um modelo no qual variáveis individuais aumentam ou diminuem a tendência do consumidor a optar por uma estratégia de consumo conveniente. Baseada em variáveis como tempo e renda disponíveis, contexto social, crenças e atitudes, dentre outras, a preferência por tal estratégia resulta na busca e avaliação dos atributos de conveniência dos produtos, elencados na Figura 2.8.

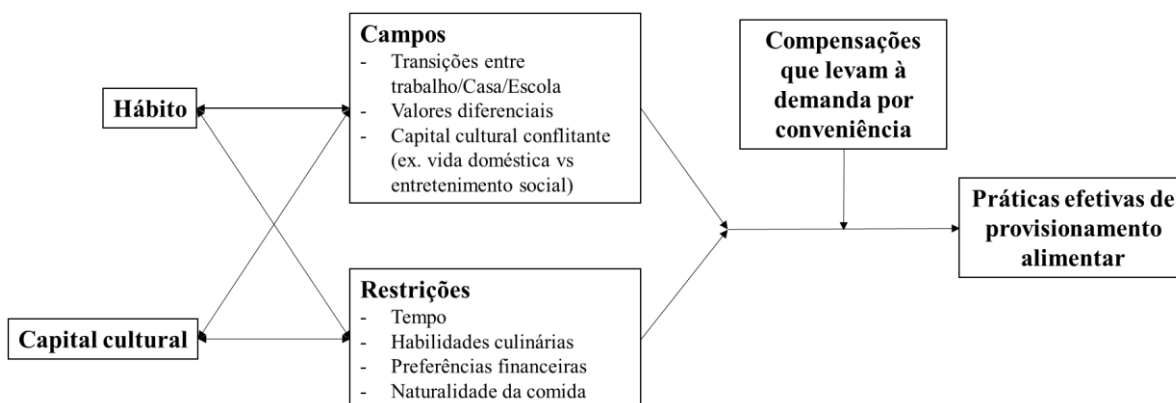
Figura 2.8. Demanda por atributos de conveniência



Fonte: Yale e Venkatesh (1986, on-line).

O modelo de proposto por Bava et al. (2008) retrata o papel da demanda por conveniência na constituição de práticas de provisionamento de alimentos. Com base em suas preferências/hábitos e limitações, o indivíduo enfrenta uma série de escolhas que determinam sua demanda por conveniência, resultando em práticas alimentares efetivas.

Figura 2.9. Papel da conveniência no processo que resulta em práticas efetivas de provisionamento alimentar



Fonte: Adaptado de Bava et al. (2008, p. 489).

A maioria dos produtos alimentares têm aspectos convenientes ou inconvenientes, que determinarão sua escolha juntamente com outros motivos (ALVENSLEBEN, 1997). Alguns consumidores podem preferir tangerinas às laranjas, pela facilidade de descascá-las, ou preferir margarina à manteiga, pela facilidade de espalhar o produto no pão. Pescado, por exemplo, pode ser tido como muito inconveniente por seu próprio processo de provisionamento – como baixa acessibilidade, baixa vida útil – ou porque seu acompanhamento ideal de molhos e legumes é mais restrito, ou, ainda, por falta de habilidades de escolha, limpeza e preparo (GOFTON, 1995). De fato, o estudo de Rortveit e Olsen (2009) apontou uma relação direta negativa entre a orientação para conveniência do indivíduo e sua frequência de consumo de pescado.

No estudo de Jaeger e Meiselman (2004), as percepções de tempo e esforço despendidos em determinados pratos foram proporcionais entre si e inversamente proporcionais à percepção de conveniência. Uma lasanha preparada em casa, por exemplo, foi vista como menos conveniente que uma omelete de presunto e queijo, que, por sua vez, foi percebido como menos conveniente que a encomenda de uma pizza. Ainda, por muitos dos entrevistados, a lasanha caseira foi apontada como uma empreitada que somente seria possível num final de semana.

Se de um lado a percepção da conveniência num alimento influencia positivamente sua avaliação (FURST et al., 1996; OLSEN et al., 2007), de outro, os consumidores podem observar diversos prejuízos no seu consumo. Assim, o consumo de alimentos convenientes depende de um contrabalanço individual de seus aspectos

positivos e negativos percebidos (NÄRVÄNEN et al., 2013), sendo que muitos consumidores mostram atitudes ambivalentes em relação a esses produtos.

A ambivalência atitudinal é pautada pela existência simultânea de avaliações positivas e negativas face ao mesmo objeto (BATISTA; LIMA, 2013). O dilema entre prazer e saúde é um caso de ambivalência atitudinal. Se de um lado um pedaço de pizza tem elevados valor calórico e teor de gordura (avaliação negativa), de outro, tem alta palatabilidade (avaliação positiva).

No estudo de Carrigan e Szmigin (2005), todas as mães entrevistadas perceberam refeições de conveniência como sendo de menor qualidade, pior sabor e valor nutricional do que uma refeição tradicional. Contudo, os alimentos convenientes eram pragmaticamente escolhidos para facilitar a conciliação de tarefas inerentes ao papel maternal, sendo percebidos como meios de melhorar a qualidade de vida por dispensar tarefas indesejadas. Além disso, tais produtos podem promover a preparação de pratos mais complicados num dado tempo, a qual seria inviabilizada com o uso exclusivo de ingredientes brutos (BECK, 2007).

Carrigan et al. (2006) afirmam que o paradoxo da conveniência é evidente: enquanto ela permite que os consumidores amenizem a complexidade envolvida nas diferentes demandas alimentares de cada membro da família, promove a fragmentação da refeição familiar, na qual todos consomem os mesmos pratos. Enquanto os atributos dos alimentos de conveniência são filosoficamente valorizados (economia de tempo, esforços e dispensa de tarefas desagradáveis), psicologicamente ainda existem dúvidas sobre sua eficácia universal.

Existe uma norma cultural em favor do dispêndio de algum tempo e energia para o preparo de um prato (COSTA et al., 2007). Além disso, ao se cozinhar a partir de ingredientes brutos, existe o controle da qualidade e da origem dos ingredientes (CARRIGAN et al., 2006). Nesse contexto, Warde (1999) ressalta a existência da oposição contextual entre “conveniência” e “cuidado” (no sentido de afeição) no contexto do preparo de alimentos, insinuando que, de alguma maneira, as pessoas que utilizam alimentos de conveniência estão falhando em seus deveres, como se uma certa desaprovação moral acompanhasse esses produtos.

O Quadro 2.4 sumariza uma série de atributos positivos e negativos associados ao consumo de alimentos convenientes apontados pela literatura.

Quadro 2.4. Aspectos positivos e negativos associados aos alimentos convenientes

	Referências
Aspectos negativos	
Preocupações com saúde	Brunner et al. (2010) Costa et al. (2007) De Boer et al. (2004) Traub; Odland (1979) Vanhouche (2015)
Perda de controle sobre a ingestão de nutrientes/ingredientes desconhecidos	Blaylock et al. (1999) Carrigan; Szmigin (2006) Costa et al. (2007) Närvänen et al. (2013) Vanhouche (2015)
Baixa qualidade nutricional/sensorial	Carrigan; Szmigin (2006) Carrigan et al. (2006) Costa et al. (2007) Traub; Odland (1979) Vanhouche (2015)
Prejuízo da socialização nas refeições (favorecem a desregulação das refeições familiares)	Brunner et al. (2010) Carrigan et al. (2006) Verlegh; Candel (1999)
Negligência de tarefas (para consigo/para com a família)	Costa et al. (2007) Carrigan; Szmigin (2006) Warde (1999)
Preço elevado	Traub; Odland (1979)
Aspectos positivos	
Praticidade (economia de tempo/esforços/diminuição do estresse)	Brunner et al. (2010) Buckley et al. (2007) Carrigan et al. (2006) Costa et al. (2007) Olsen et al. (2009) Ryan et al. (2004)
Possibilidade de fazer pratos mais complexos com menos habilidades em menos tempo	Adams et al. (2015) Beck (2007)

Fonte: Elaborado pela autora.

As avaliações individuais desses aspectos, associadas à disponibilidade ou desejo do consumidor em despender seu tempo e seus recursos no provisionamento alimentar, determinam o uso dos alimentos convenientes, em grau e contexto. A exploração de como esse uso pode ser influenciado por características sociodemográficas e atitudinais dos indivíduos será aprofundada no Capítulo 3.

2.3 A conveniência na alimentação brasileira

Esta seção pretende fornecer um panorama da alimentação contemporânea brasileira, caracterizando as forças motrizes que esta promove e os fatores que limitam o consumo de alimentos convenientes no âmbito doméstico.

O Brasil passou, nas últimas décadas, por diversas mudanças políticas, sociais, econômicas e culturais que acarretaram transformações no modo de vida e nos padrões

de consumo dos indivíduos. Rápidas transições demográficas, epidemiológicas e nutricionais promovem a aumento da expectativa de vida e a redução do tamanho das famílias (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2014).

Nesse contexto, Rego (2010) afirma que, no Brasil, a demanda por alimentos é determinada por fatores como urbanização, educação, informação, estrutura etária da população e renda. A globalização também se destaca como determinante para os hábitos alimentares. Tal processo, promovido por companhias multinacionais de produção ou varejo de alimentos, vem padronizando os hábitos alimentares conforme o modelo da cultura americana e de algumas nações europeias (DE REZENDE; DE AVELAR, 2012).

A análise dos dados da FAO referentes ao consumo de alimentos no mercado doméstico, realizada por Moratoya et al. (2013), permite afirmar que já existem muitas semelhanças entre a cesta de alimentos mais consumidos aqui e no resto do mundo, reforçando a ideia da globalização dos hábitos alimentares.

Já no final dos anos 90, Bleil (1998) e Oliveira e Thébaud-Mony (1996) apontaram o delineamento de um novo padrão de práticas alimentares no Brasil, baseado no processo de globalização, com prejuízo dos produtos tradicionais da dieta, tais como o feijão e a farinha de mandioca, e em favor de produtos industrializados e com maior valor agregado, bem como do uso do micro-ondas. Desde os anos 1970, o sistema industrial de alimentos se impõe como regime alimentar cada vez mais predominante no Brasil e, progressivamente, a alimentação no país incorpora as novidades criadas pela indústria. Além disso, com a intensificação das atividades extradomiciliares femininas, desde a mesma década, muitas transformações ocorreram na vida cotidiana doméstica, familiar e na sociedade como um todo (ORTIGOZA, 2008).

Mais recentemente, os estudos de Martins et al. (2013) e Monteiro et al. (2011) confirmaram que nas zonas metropolitanas brasileiras o consumo de alimentos não processados ou minimamente processados tem sido progressivamente substituído pelo consumo de alimentos prontos para aquecer ou ultraprocessados, em todos os níveis de renda.

Por sua vez, a crescente urbanização no País propicia mudanças profundas na alimentação de grande parte da população, promovendo a minimização da importância do ato alimentar (BLEIL, 1998) e a intensa desregulação das refeições (DE REZENDE; DE AVELAR, 2012), sendo que refeições realizadas na companhia da família estão dando lugar aos *snacks*, muitas vezes consumidos sem companhia (MONTEIRO et al. (2011). Além disso, a reconfiguração moderna das compras em certos domicílios traduz

uma diminuição do valor consagrado à alimentação em relação ao valor total das despesas domésticas (POULAIN; PROENÇA, 2003b).

Moratoya et al. (2013) afirmam que a migração dos indivíduos para as regiões urbanas cria um ambiente propício para lojas maiores e supermercados, as quais tomam o lugar dos mercados tradicionais e promovem o acesso dos consumidores aos alimentos processados.

No Brasil, mesmo com o grande consumo de alimentos frescos, observa-se um crescimento na demanda por produtos de conveniência. Com as mudanças nos hábitos alimentares, acarretadas pela vida moderna, tais produtos ganham terreno. Nesse cenário, o setor alimentício vem passando por um dinamismo sem precedentes nos anos recentes. Os processadores e distribuidores de alimentos lidam com inovações intensas, as quais transformam a forma com que os indivíduos consomem seus produtos (DE REZENDE; DE AVELAR, 2012).

Dentre as cinco tendências (100%) observadas para o consumo de alimentos em nível nacional: conveniência e praticidade, confiabilidade e qualidade, sensorialidade e prazer, saudabilidade e bem-estar e conveniência, a última consiste no segmento atitudinal mais representativo, correspondendo a 34% do total (FIESP; ITAL, 2010). Nesse sentido, Ikeda et al. (2010) monitoraram as tendências do mercado de alimentos no Brasil e observaram que, dentre as 10 categorias de alimentos que mais cresceram na última década, os de apelo à conveniência, saudabilidade e bem-estar foram os mais frequentes. Nesse caso, a conveniência foi traduzida em portabilidade (produtos para serem consumidos no trânsito – “*on the go*”) ou em simplificação de tarefas cotidianas relacionadas ao preparo de refeições.

Como resposta à demanda, mais da metade das maiores empresas agroalimentares do país já ofertam produtos alimentares que podem ser classificados como de conveniência (RAIMUNDO et al., 2014). A expansão do mercado de produtos prontos ou pré-prontos no Brasil, assim como em demais países emergentes, pode ser associada às mudanças no sistema agroalimentar, que decorrem principalmente do crescimento da economia nacional e da participação de empresas transnacionais no mercado de alimentos (MARTINS et al., 2013).

Salienta-se ainda que, até recentemente, a oferta de produtos processados era bastante limitada no Brasil. Hoje, as vendas são realizadas numa variedade gigante de pontos de venda, até naqueles que antes não comercializavam alimentos (como farmácias,

bancas de jornal e postos de gasolina), sempre acompanhados de forte apelo publicitário (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2014).

O Ministério da Saúde atualizou, em 2014, o “Guia Alimentar para a População Brasileira”, que visa proporcionar aos indivíduos e coletividades diretrizes de práticas alimentares apropriadas, saudáveis e seguras. No guia, assumiu-se que a escassez de tempo pode limitar a adoção de uma alimentação mais rica em alimentos in natura e minimamente processados pelos brasileiros. No mesmo sentido, Ortigoza (2008) afirma que a rapidez e a comodidade no ato de comer são crescentemente valorizados e isso aumenta significativamente o consumo de alimentos muitas vezes pouco saudáveis, com forte influência da mídia.

O relatório *Brasil Food Trends 2010* (FIESP; ITAL, 2010) apontou que os consumidores que buscam maior conveniência na alimentação têm na praticidade sua principal prioridade. Esses consumidores são indivíduos que levam uma vida com pouco tempo livre disponível, trabalham em tempo integral e dispõem de pouco tempo para cuidar da casa, dos filhos e da alimentação da família. Para eles, os alimentos industrializados, principalmente os semiprontos e congelados, são grandes aliados no preparo das refeições.

O Ministério da Saúde (2014) aponta alguns fatores que favorecem o consumo de alimentos convenientes no Brasil, tais como (1) o baixo número de fontes de informações confiáveis sobre saúde e alimentação, (2) a ampla oferta (fácil acessibilidade) e propaganda de alimentos processados, (3) o custo de alimentos in natura, por vezes mais altos que os dos alimentos processados (ex. carne *versus* hambúrguer), (4) o enfraquecimento da transmissão de habilidades culinárias, (5) a disponibilidade cada vez menor de tempo disponível para o provisionamento alimentar e (6) a publicidade desses alimentos, frequente em todas as mídias.

Além desses fatores, o enfraquecimento da transmissão de habilidades culinárias entre gerações também transforma as práticas culinárias em favor dos alimentos processados (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2014). Habilidades culinárias envolvem a seleção, pré-preparo, tempero, cozimento, combinação e apresentação dos alimentos, incluindo também o planejamento das compras e a organização da despensa. Sem as mesmas, as pessoas mais jovens demonstram cada vez menos confiança e autonomia para preparar alimentos.

O decréscimo das habilidades culinárias envolve certo grau de desvalorização da atividade culinária, dado tanto pela crescente restrição ao tempo disponível para os

afazeres domésticos como pela oferta e propaganda massivas de alimentos convenientes. As propagandas, por exemplo, fortalecem a ideia de que os alimentos ultraprocessados são réplicas fiéis das preparações culinárias – o que não é verdade. Ainda, transmitem a concepção de que o tempo despendido no preparo de alimentos pode ser mais bem utilizado para outras atividades (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2014).

Ainda nesse sentido, Canella et al. (2014) e Martins et al. (2013) afirmam que os produtos ultraprocessados têm grande apelo de marketing, são frequentemente comercializados em grandes porções, são hiperpalatáveis, tem longa duração e são fáceis de transportar – o que facilita seu consumo entre as refeições (*snacking*) –, características que favorecem o consumo excessivo de energia.

Dentre as transformações recentes da alimentação do brasileiro, Monteiro et al. (2011) afirmam que todas as carnes processadas, as quais exigem pouco ou nenhum esforço de preparo, estão substituindo as carnes frescas para o preparo doméstico. Ainda, o aumento das compras de bebidas açucaradas, biscoitos e de produtos prontos panificados, acompanhado do declínio da compra de açúcar e farinha de trigo, indicam uma transformação na forma pelas quais os alimentos tradicionais são consumidos. No Brasil, a participação dos alimentos ultraprocessados na dieta passou de 23% em 2002-2003 para 27,8% em 2008-2009 em nível nacional. Nas áreas metropolitanas a participação chegou a 32% em 2008-2009 (CANELLA et al., 2014).

Nesse cenário, Canella et al. (2014) afirmam que a disponibilidade domiciliar de alimentos ultraprocessados no Brasil é positivamente associada com uma alta prevalência de excesso de peso e obesidade, para todos os grupos de idade. Na população estudada, o estrato de maior consumo desses alimentos apresentou 37% maior prevalência de obesidade quando comparado ao estrato de menor consumo.

Contrapondo os fatores que impulsionam a tendência de conveniência no mercado brasileiro de alimentos, existem alguns que podem minar a proliferação dos alimentos convenientes no País. Dentre tais fatores, destaca-se o baixo custo do trabalho doméstico. As funcionárias domésticas, bastante presentes nos lares do País, são eventualmente responsáveis por cozinhar. Isso pode implicar uma baixa predisposição do responsável pelas compras de alimentos do domicílio a adquirir alimentos cujo diferencial seja praticidade, cujo preço é geralmente superior ao alimento tradicional, tendo em vista que o preparo da refeição será terceirizado (BARCELLOS et al., 2009).

Ainda, ressalta-se a forte prevalência de bufês por quilo (DE REZENDE; DE AVELAR, 2012), os quais oferecem uma grande variedade de pratos a um preço

competitivo, podendo, assim, representar uma alternativa competitiva aos alimentos convenientes (BARCELLOS et al., 2009).

Além disso, embora alguns alimentos ultraprocessados sejam mais baratos que frutas e legumes, o Ministério da Saúde (2014) aponta que o custo total de uma alimentação baseada em alimentos in natura ou minimamente processados ainda é menor no Brasil do que o custo de uma alimentação baseada em alimentos processados. Limitações de preço e renda do consumidor estão entre os principais entraves a um maior crescimento desse mercado. Salienta-se que esses produtos, em geral, são considerados caros em relação aos alimentos in natura. Outro obstáculo reside no sabor dos produtos, o qual nem sempre agrada ao consumidor (FIESP; ITAL, 2010).

Moratoya et al. (2013) indicam que, no Brasil, a renda ainda determina diretamente a qualidade dos alimentos adquiridos, de forma que quanto maior a renda, maior a variedade da alimentação e maior o consumo de alimentos processados, os quais têm acesso restrito para as pessoas de baixa renda, dado seu valor agregado.

A relação da renda com o comportamento alimentar dos consumidores pode ser ilustrada pelos resultados do *Target Group Index*⁴, estudo que realizado pelo Ibope (2014), que levanta informações sobre consumo, mídia, produtos e serviços, características sociodemográficas e estilo de vida (opiniões, atitudes e interesses), visando embasar estratégias de marketing e mídia.

A base é atualizada duas vezes ao ano e representa 67% do PIB nacional entre pessoas de 12 e 75 anos, totalizando 69 milhões de habitantes. No Brasil, a pesquisa abrange cerca de 3.100 marcas e 700 veículos de comunicação, em 220 categorias de produtos e serviços. A amostra é composta pela população urbana das principais regiões metropolitanas do país, além de Distrito Federal (Brasília) e interiores de São Paulo e Sul-Sudeste (municípios com 50 mil ou mais habitantes). As Tabelas 3.2 e 3.3 apresentam os resultados da pesquisa para o período de agosto de 2013 a agosto de 2014.

Na Tabela 2.1 se encontram, por estratos de renda, os consumidores que afirmaram concordar totalmente com as sentenças relacionadas ao consumo de alimentos.

⁴ Este relatório, realizado em seis continentes, consiste numa valiosa base de dados *single-source*, na qual são levantadas diversas informações sobre hábitos e comportamentos dos consumidores. O questionário compila 240 afirmações, criadas especialmente para mensurar os valores dos respondentes acerca de questões de saúde, meio ambiente, alimentação, finanças entre outras áreas. Mais informações dos métodos do estudo podem ser encontradas em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/solucoes/SingleSource/Paginas/Target-Group-Index.aspx>

Tabela 2.1. Atividades relacionadas ao consumo de alimentos convenientes

Tipos de alimentos convenientes	Atividade	Estratos de renda*			
		A	B	C	D/E
Restaurantes <i>Fast-Food</i>	Leva comida para viagem ou pede em domicílio	8%	49%	39%	4%
	Come no próprio restaurante <i>fast-food</i>	7%	47%	40%	5%
	Consumidores (últimos 12 meses)	7%	45%	42%	6%
	Não consumidores (últimos 12 meses)	2%	28%	56%	14%
Pratos Prontos Congelados	Consumo de pratos completos com aves	8%	35%	52%	5%
	Consumo de pratos completos com carnes	6%	35%	51%	7%
	Consumo de sopas congeladas	8%	37%	50%	4%
	Consumo de massas	8%	47%	41%	4%
	Consumo de tortas	9%	36%	50%	5%
	Outros	5%	38%	51%	6%
Outros Congelados (hambúrgueres, aves, peixes, etc.)	Consumo de salgadinhos	6%	36%	53%	5%
	Consumo de frango e outras aves congeladas	5%	39%	47%	9%
	Consumo de <i>nuggets</i>	7%	45%	44%	4%
	Consumo de hambúrguer	5%	39%	49%	7%
	Consumo de almôndegas	6%	42%	47%	4%
	Consumo de peixe congelado	7%	42%	44%	7%
	Consumo de empanados (exceto <i>nuggets</i>)	5%	38%	51%	6%
	Consumo de outros congelados	6%	38%	51%	5%
Vegetais Congelados	Consumo de batatas congeladas	8%	41%	43%	7%
	Consumo de outros vegetais congelados	13%	51%	30%	6%
Massas (Exceto macarrão instantâneo individual)	Consumo de massa seca	6%	41%	45%	9%
	Consumo de massa fresca (industrializada)	5%	39%	48%	8%

Fonte: Ibope (2014).

* % da totalidade dos consumidores que declararam “concordar totalmente” com cada item.

Como pode ser observado, o consumo de alimentos convenientes se dá em maior proporção para os estratos B e C da população. Acredita-se que os consumidores mais abastados (estrato A), mesmo tendo maior possibilidade de adquirir alimentos de alto valor agregado, possuam mais preocupações com a qualidade do que consomem e maiores condições de interpretar informações nutricionais dos alimentos. Dessa forma, podem limitar o consumo de alimentos convenientes, principalmente ultraprocessados, em função de suas preocupações com saúde e aporte nutricional.

Juntamente com as características atitudinais que influenciam o consumo de alimentos convenientes, anteriormente discutidas neste capítulo, o conteúdo desta seção será posteriormente empregado na discussão dos resultados.

3 MODELO CONCEITUAL E HIPÓTESES

Com base no desenvolvimento do Capítulo 2, este capítulo conta com a proposição do modelo conceitual da pesquisa, o qual sumariza as relações entre os construtos principais, e com a elaboração das hipóteses do estudo.

O modelo proposto conta, principalmente, com elementos oriundos das teorias abordadas na seção 2.1. Dado que na abordagem de Becker (1965) o consumo de alimentos convenientes é tido como uma estratégia dos indivíduos para lidar com a pressão de tempo, as variáveis preditoras desse consumo são predominantemente a condição empregatícia da mulher, entre outras características socioeconômicas dos consumidores. Da teoria da orientação para conveniência provêm todas as variáveis atitudinais, enquanto construtos latentes que se relacionam diretamente e indiretamente.

Com base no estudo realizado por Botonaki et al. (2008), Candel (2001) e Scholderer e Grunert (2005), o modelo proposto combina variáveis comportamentais e sociodemográficas. Como reforça Feldman e Hornik (1981), a consideração simultânea dessas variáveis melhora a predição dos modelos de comportamento de consumo.

O modelo visa a medir o impacto das variáveis atitudinais, sociodemográficas e as restrições de recursos (em termos de tempo, esforço e renda) – mediados pela orientação para conveniência dos consumidores – sobre o uso de alimentos convenientes.

Assim, a proposta retoma elementos teóricos e conceituais da Figura 2.1 e da Figura 2.2. Seu diferencial consiste na inclusão da variável latente endógena “percepção de preços dos alimentos”, aqui considerada um condicionante direto do uso de alimentos de conveniência, e na inclusão de seis variáveis latentes exógenas – doravante denominadas “fatores pessoais” – que se mostram condicionantes da orientação para conveniência dos indivíduos. Tais relações serão justificadas nesta seção.

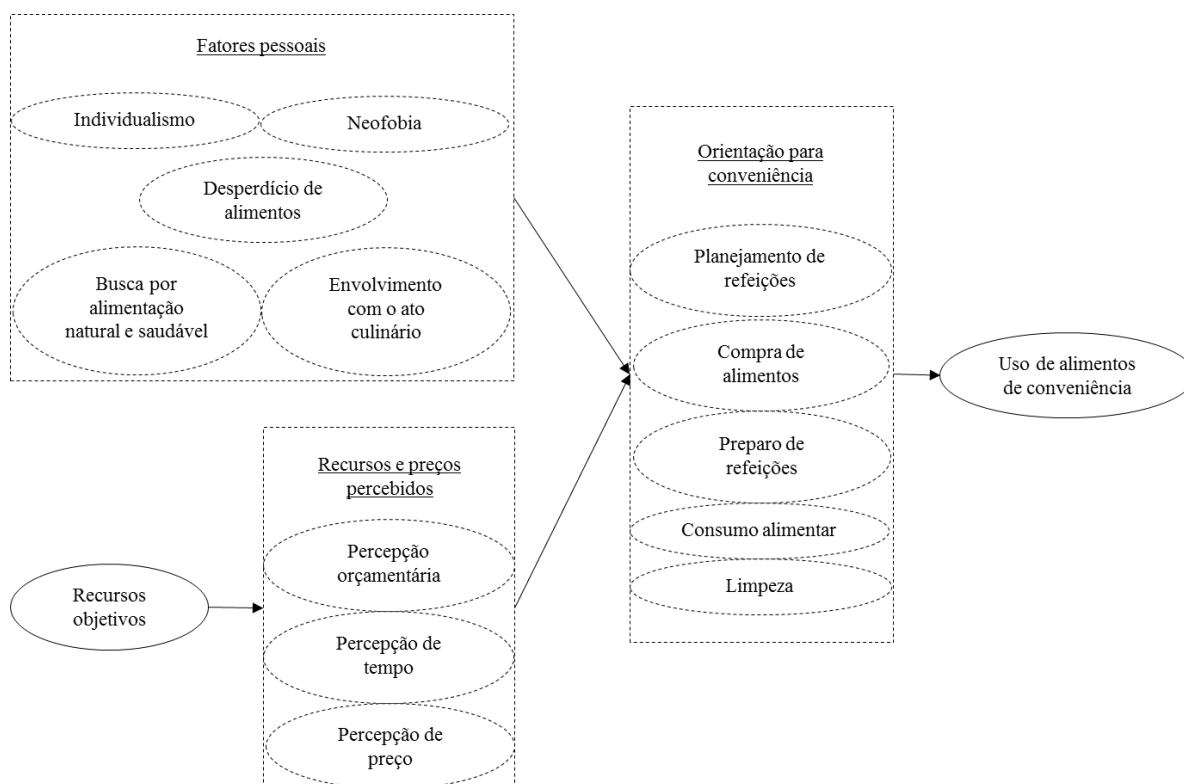
Em suma, propõe-se que quatro classes de construtos influenciam o uso de alimentos convenientes:

- 1) os recursos objetivos do consumidor, abrangendo suas características socioeconômicas e habilidades culinárias;
- 2) os recursos e preços percebidos, incluindo a percepção orçamentária, a percepção de tempo e a percepção dos preços dos alimentos;

- 3) a orientação para conveniência do indivíduo em cada um dos estágios do provisionamento de alimentos, desde o planejamento das refeições até a limpeza da cozinha; e
- 4) os fatores pessoais, que incluem seu envolvimento com a prática culinária, sua busca por uma alimentação natural e saudável, suas preocupações com o desperdício de alimentos, sua neofobia em relação a novos alimentos e seu comportamento individualista.

A síntese dos quatro construtos propostos, influentes no uso de alimentos convenientes, é apresentada na Figura 3.1. Cada uma das variáveis e suas respectivas hipóteses são elencadas e detalhadas na sequência. Todos os caminhos do modelo são interpretáveis como reflexos da relação causal entre variáveis e construtos latentes.

Figura 3.1. Síntese do modelo conceitual proposto



Fonte: Elaborado pela autora.

Cada um dos subtópicos seguintes conta com uma figura mais detalhada das interações propostas. Um quadro sumário situado no Apêndice 2 apresenta as referências

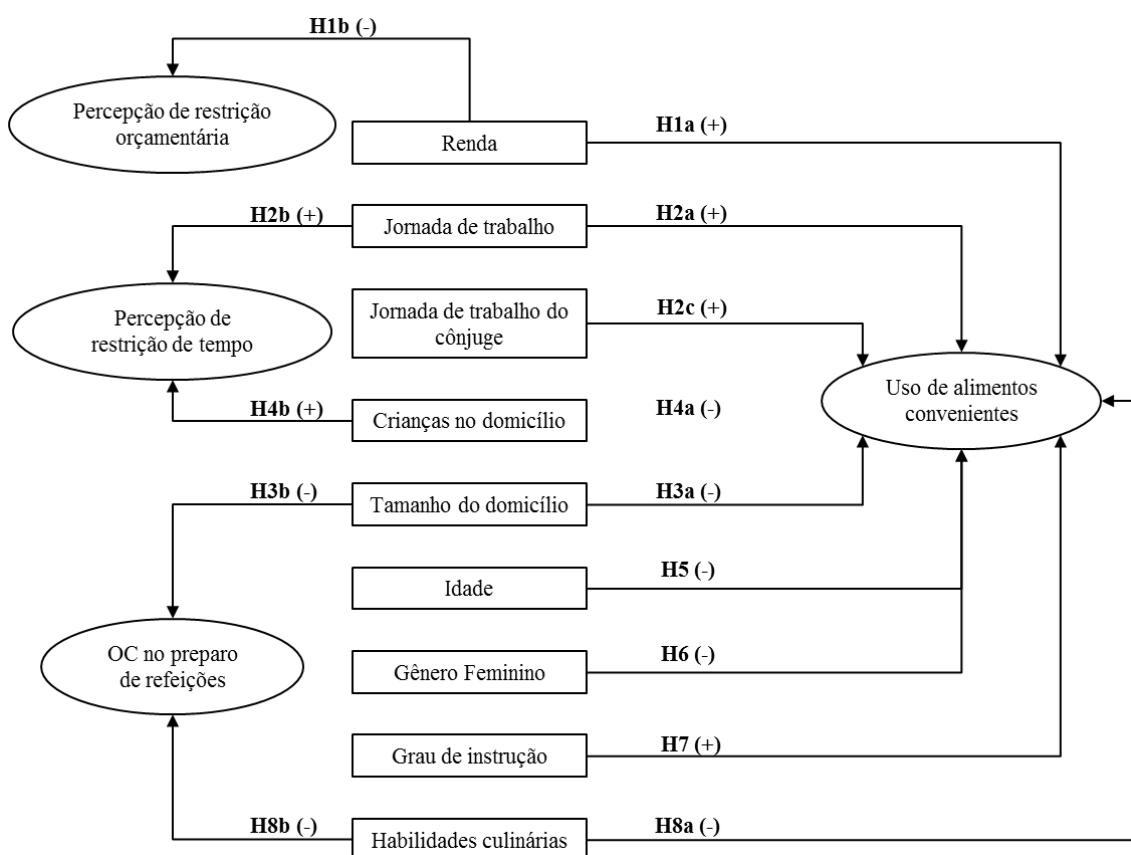
que sustentam cada uma das hipóteses. A versão completa do modelo, bem como um roteiro para sua operacionalização, situam-se no Apêndice 5.

3.1 Recursos objetivos

Os recursos objetivos do consumidor compreendem suas características sociodemográficas. Nesta seção, serão justificadas as hipóteses acerca da relação desses recursos com o uso de alimentos convenientes e a orientação para conveniência.

As relações propostas são ilustradas na Figura 3.2.

Figura 3.2. Hipóteses para recursos objetivos



Fonte: Elaborado pela autora.

3.1.1 Renda (H1)

Blaylock et al. (1999) afirmam que o aumento da renda é o principal fator influente nas escolhas alimentares, uma vez que ele expande o potencial de compra, sendo que sua obtenção requer maior investimento de tempo. Dessa forma, a renda se liga intimamente à demanda por alimentos de conveniência, bem como à alimentação fora do domicílio.

O aumento da renda dos consumidores pode implicar menos tempo livre – venda de tempo no mercado de trabalho (FELDMAN; HORNIK, 1981) –, e se espera que esses indivíduos busquem formas de reduzir o tempo despendido em tarefas domésticas, incluindo a compra e o preparo de alimentos (VEECK; VEECK, 2000). Nesse sentido, características convenientes, em geral, aumentam os custos de produção e conveniência, agregando valor ao produto final, de forma que o consumidor deve ter a disponibilidade de pagar mais se quiser poupar tempo ou esforços (LUQMANI et al., 1994).

Assim, geralmente, consumidores mais abastados que a média se mostram mais propensos a optar por alternativas convenientes na alimentação (ADAMS et al., 2015; HARRIS; SHIPTSOVA, 2007; KYUNG JAE et al., 2000; MILOŠEVIĆ et al., 2012; MUTLU; GRACIA, 2004). Botonaki et al. (2008) afirmam que os consumidores de AC são pouco sensíveis aos seus preços, considerando que os benefícios do seu consumo superam o custo. Para tanto, é necessário que a limitação no orçamento destinado à alimentação não restrinja a possibilidade de escolha.

Dessa forma, indo ao encontro aos resultados obtidos por Adams et al. (2015), Blaylock et al. (1999), Bonke (1992), Darian e Cohen (1995), Darian e Klein (1989), Florkowski et al. (2000), Harris e Shiptsova (2007), Kyung Jae et al. (2000), Lee e Lin (2013), Milošević et al. (2012), Mutlu e Gracia (2004), Siekierski (2012) e Veeck e Veeck (2000), espera-se que a renda tenha influência positiva sobre o uso de AC. Assim, propõe-se que:

H1a. O aumento da renda aumenta o uso de alimentos convenientes.

Ainda, espera-se ainda que a renda e a percepção de restrição orçamentária sejam negativamente associadas, como observado por Scholderer e Grunert (2005), de onde ocorre que:

H1b. Há uma relação indireta entre a renda e a percepção da restrição orçamentária.

Em contrapartida, cabe salientar que mesmo consumidores menos abastados, como estudantes, podem optar por alimentos de maior conveniência agregada por falta de habilidades culinárias (BOTONAKI et al., 2008). Além disso, em países onde os alimentos convenientes são mais baratos ou têm preço equivalente aos alimentos tradicionais, indivíduos menos abastados podem consumir mais alimentos convenientes que os de maior renda, como aponta o estudo de Glanz et al. (1998), nos Estados Unidos.

3.1.2 Jornada de trabalho (H2)

Em concordância com o proposto pela teoria da produção doméstica, quanto maior o tempo despendido no trabalho, menor o tempo disponível para a produção doméstica e o lazer (CAPPS et al., 1985). Assim, espera-se uma associação entre jornada de trabalho e o uso de AC, tendo em vista que indivíduos com jornadas mais intensas apresentam menor probabilidade de alocar tempo no preparo de refeições (FLORKOWSKI et al., 2000).

As horas dedicadas ao trabalho são o fator que mais limita o uso do tempo, constituindo, assim, o aspecto mais importante na determinação do custo de oportunidade do tempo. O trabalho de Bonke (1992) apontou que quanto mais ocupados os indivíduos, maiores os gastos em alimentos semiconvenientes, e ainda maiores em alimentos convenientes.

Candel (2001) observou que respondentes com jornada de trabalho superior a 30 horas semanais se mostraram mais orientados para conveniência do que aqueles que trabalham menos de nove horas por semana. Ainda, os resultados de Botonaki et al. (2008) apontam que domicílios cujo membro responsável pela preparação de alimentos tem uma jornada de trabalho integral consomem alimentos de conveniência mais frequentemente que aqueles em que o mesmo não trabalha, independentemente do número de adultos na casa.

Cawley e Liu (2012) observaram que a jornada de trabalho de mães é associada à diminuição de quatro minutos por dia dedicados à compra de alimentos e de 17 minutos diários destinados ao preparo de alimentos. Além disso, os autores observaram que mulheres que trabalham em tempo integral passam dez minutos a menos por dia comendo com seus filhos, e mostram uma tendência maior a comer como uma atividade secundária (beliscando).

No mesmo sentido, Sliwa et al. (2015) estudaram a associação entre a jornada de trabalho de mães e o tempo despendido no preparo de alimentos nos EUA. As mulheres que trabalham em jornada integral (oito horas) registraram dispêndio diário de 38 minutos a menos na atividade quando comparadas àquelas que não trabalham em tempo integral.

Assim, como apontado pelos estudos de Bonke (1992), Botonaki et al. (2008), Capps et al. (1985), Daniels et al. (2015), Daniels e Glorieux (2015), Florkowski et al. (2000), Siekierski (2012) e Verlegh e Candel (1999), espera-se que quanto mais horas despendidas na obtenção de recursos monetários, maior o uso de AC como forma de economizar/realocar tempo para outras atividades. Desse modo:

H2a. Quanto mais intensa a jornada de trabalho, maior o uso de alimentos convenientes.

Ainda, espera-se que o aumento da jornada de trabalho implique o aumento da percepção de restrição de tempo, como observado por Scholderer e Grunert (2005). Assim:

H2b. Quanto mais intensa a jornada de trabalho, maior a percepção de pressão de tempo.

Mesmo não tendo sido encontrado o status de ocupação da mulher na compra de alimentos de conveniência, nos estudos de Darian e Klein (1989) e Kim (1989) ficou claro que mulheres que trabalham parecem ter uma atitude mais positiva não só para consumir, mas também para preparar refeições mais rapidamente. Isso pode ocorrer dado que, quando os dois cônjuges têm uma jornada de tempo integral, a carga de produção doméstica aumenta para ambos, enquanto a produção doméstica total tende a decair, já que as tarefas da casa muitas vezes não são opcionais, independentemente do status de trabalho dos membros da família (BONKE, 1992).

Assim, embora alguns trabalhos tenham falhado em sustentar a hipótese de que a jornada de trabalho do cônjuge influencia o uso de alimentos convenientes (KIM, 1989; YALE; VENKATESH, 1986), os trabalhos de Darian e Cohen (1995) e Darian e Klein (1989) apontam que o aumento dessa jornada tem suave efeito positivo sobre o consumo dos mesmos. Assim, propõe-se que:

H2c. Quanto mais intensa a jornada de trabalho do cônjuge, maior o uso de alimentos convenientes.

3.1.3 Tamanho do domicílio (H3)

Harris e Shiptsova (2007) afirmam que indivíduos que moram sozinhos buscam alimentos fáceis de preparar e servir, que sujam pouco a cozinha e não gerem sobras.

Nesse sentido, apesar de o tempo de preparo variar pouco entre um prato para uma pessoa ou várias pessoas, o custo monetário de se preparar um prato do zero (como uma lasanha) para uma pessoa pode ser até maior (DANIELS; GLORIEUX, 2015), além da possibilidade de desperdício. Assim, considera-se que indivíduos que moram sozinhos possam ser mais orientados para a conveniência na alimentação (BAE et al., 2010;

CANDEL, 2001), e que o aumento do tamanho do domicílio impacte negativamente o consumo de AC (LEE; LIN, 2013).

Daniels et al. (2015) observaram que o uso de alimentos convenientes é maior em domicílios de uma pessoa do que nos de múltiplas pessoas, principalmente para homens. Seus resultados apontam que lares com mais de duas pessoas apresentam menor tendência de consumo de alimentos processados ou pré-prontos. Ainda, ter uma família parece implicar uma maior propensão a cozinhar, principalmente no caso das mulheres.

Os estudos de Bae et al. (2010), Blaylock et al. (1999), Candel (2001), Daniels et al. (2015), Daniels e Glorieux (2015), Harris e Shiptsova (2007), Kim e Joo (2014), Lee e Lin (2013) e Mutlu e Gracia (2004) indicam que em domicílios menores o consumo de AC é maior. Desse modo, propõe-se que:

H3a. O aumento do tamanho do domicílio diminui o uso de alimentos convenientes.

Ainda, Capps et al. (1985) afirmam que em domicílios maiores existe a tendência de algum membro da família (como um adolescente mais velho, a avó, etc.) se especializar no preparo das refeições, de forma que o uso de alimentos de conveniência, com objetivo de poupar tempo e esforços, seja reduzido. Assim, espera-se que a orientação para conveniência no estágio preparo de refeições seja menor para pessoas que habitam em lares maiores, de onde ocorre que:

H3b. O aumento do tamanho do domicílio diminui a orientação para conveniência no preparo de refeições.

3.1.4 Crianças no domicílio (H4)

A existência de crianças no domicílio aumenta o tempo gasto no preparo de refeições, o que pode ser reflexo da consciência dos pais sobre os benefícios de uma refeição fresca para a saúde (WARDE et al., 2007). Além disso, pessoas com filhos pequenos podem enfrentar mais dificuldades para encontrar boas fontes alternativas de refeições prontas.

De forma geral, domicílios em que habita pelo menos uma criança tendem a consumir mais refeições feitas com ingredientes básicos, e o tempo dedicado ao preparo das mesmas é maior (DANIELS et al., 2015; DANIELS; GLORIEUX, 2015). Tal fato pode estar relacionado à concepção de que refeições mais “naturais” ou “tradicionais” são mais apropriadas e saudáveis que as pré-prontas (CARRIGAN et al., 2006).

O estudo de Candel (2001) aponta que a presença de crianças no domicílio influencia negativamente a orientação para conveniências dos responsáveis pelo preparo de refeições, de forma que o consumo de AC é menor nesses casos (BRUNNER et al., 2010).

Como apontado pelos estudos de Candel (2001), Daniels et al. (2015), Daniels e Glorieux (2015), Mutlu e Gracia (2004) e Warde et al. (2007), espera-se que a presença de crianças jovens no domicílio (até nove anos) restrinja o uso de AC. Dessa forma:

H4a. Quanto mais crianças jovens na casa, menor o uso de alimentos de conveniência.

Cabe ressaltar que alguns estudos apontam o contrário (BAVA et al., 2008, KYUNG JAE et al., 2000; LEE; LIN, 2013). Em tais casos, o aumento do uso de AC em domicílios com crianças foi justificado pelo maior custo de oportunidade de tempo, sendo que esses produtos se mostraram alternativas para garantir o fornecimento de refeições mais completas às crianças, com menor dispêndio do mesmo.

Nesse sentido, supõe-se também, com base nos estudos de Botonaki et al. (2008), Lee e Lin (2013) e Scholderer e Grunert (2005), que filhos pequenos podem afetar consideravelmente a percepção de restrição de tempo, de onde ocorre que:

H4b. Quanto mais crianças jovens na casa, maior a percepção de restrição de tempo.

3.1.5 Idade (H5)

A idade dos indivíduos pode indicar diferenças entre valores e estilos de vida, de acordo com Capps et al. (1985), bem como diferenças na organização doméstica.

O trabalho de Brunner et al. (2010) apontou a idade como sendo o principal preditor de consumo de AC, o que se justificaria, principalmente, pelo fator cultural ligado à idade. Os autores salientam que pessoas mais idosas estão acostumadas a preparar refeições a partir de ingredientes básicos, uma vez que antigamente a gama ofertada de alimentos convenientes era menor. Sendo assim, é provável que esses consumidores queiram manter seus hábitos de culinária tradicional, ao passo que os mais jovens são mais predispostos a testar novas formas de alimentação (DANIELS; GLORIEUX, 2015).

Além disso, salienta-se que indivíduos mais velhos tendem a despender mais tempo cozinhando refeições (DANIELS et al., 2015; FLORKOWSKI et al., 2000).

Os estudos de Adams et al. (2015), Bava et al. (2008), Brunner et al. (2010), Capps et al. (1985), Daniels et al. (2015), Daniels e Glorieux (2015), Florkowski et al. (2000), Glanz et al. (1998), Harris e Shiptsova (2007), Kyung Jae et al. (2000), Lee e Lin (2013), Okrent e Kumcu (2014), Siekierski (2012) e Winandy et al. (2013) apontam que consumidores mais jovens são os maiores usuários de alimentos de AC, tanto por serem mais receptivos a esses produtos como por serem menos inclinados a alocar tempo no preparo de refeições. Assim, propõe-se que:

H5. A idade influencia negativamente o uso de alimentos convenientes.

3.1.6 Gênero (H6)

Warde (1999) afirma que mulheres sofrem maiores sentimentos de ambivalência em relação aos alimentos convenientes do que os homens, como resultado do dilema entre a praticidade – atrelada por vezes a uma baixa qualidade nutricional e sensorial – e o cuidado com a família.

Ainda, Capps et al. (1985) salientam que homens tendem a ser menos eficientes do que mulheres no preparo de refeições, de forma que se espera que sejam menos orientados a despender esforços na atividade do que as mulheres (FLORKOWSKI et al., 2000).

Como observado por Adams et al. (2015), Brunner et al. (2010), Capps et al. (1985), Daniels e Glorieux (2015), Fanning et al. (2010), Florkowski et al. (2000) e Warde (1999), espera-se que os homens apresentem maior uso de AC que as mulheres. Dessa forma, propõe-se que:

H6. Mulheres usam menos alimentos convenientes que homens.

Cabe salientar que, em contrapartida, os estudos de Crossley e Khan (2001), Lee e Lin (2013), Mutlu e Gracia (2004) e Siekierski (2012) apontam as mulheres como maiores consumidoras de alimentos convenientes. Isso pode se dever ao fato de que ainda são as mulheres as maiores responsáveis pela compra e o preparo de alimentos nos domicílios (BAVA et al., 2008; BEHRENS et al., 2010), e tal responsabilidade possa torná-las predispostas a consumir mais alimentos com características convenientes.

3.1.7 Nível educacional (H7)

Os fatores motivacionais relacionados ao consumo de alimentos diferem significativamente entre indivíduos com diferentes níveis de escolaridade (CROSSLEY; KHAN, 2001). De um lado, o aumento do grau educacional pode se relacionar a uma

maior consciência em relação à saúde (e decorrente busca por qualidade nutricional), a qual pode afetar negativamente a orientação para conveniência do consumidor e seu uso de alimentos convenientes (HARRIS; SHIPTSOVA, 2007). Por outro lado, uma situação de maior pressão de tempo e menor disposição para cozinhar, em geral decorrentes de jornadas de trabalho mais extensas (DANIELS; GLORIEUX, 2015), poderia favorecer a orientação para conveniência do consumidor e seu uso de AC. Neste trabalho, aposta-se na segunda vertente.

O trabalho de Kyung Jae et al. (2000) mostrou que domicílios chefiados por consumidores de maior nível educacional (>12 anos) se mostraram 41% mais propensos a consumir AC quando comparados aos de menor nível.

Em consonância com os resultados apontados pelos trabalhos de Bae et al. (2010), Brunner et al. (2010), Capps et al. (1985), Daniels e Glorieux (2015), Harris e Shiptsova (2007), Kyung Jae et al. (2000) e Olsen (2012), espera-se que quanto mais educado o consumidor, maior o seu uso de AC. Desse modo:

H7. O nível educacional se relaciona positivamente ao uso de alimentos convenientes.

3.1.8 Habilidades culinárias (H8)

Habilidades culinárias podem ser definidas como a “habilidade de preparar diferentes pratos” (HARTMANN et al., 2013, p. 129), diretamente determinados pela identidade cultural do indivíduo.

Short (2003) examinou as habilidades e práticas culinárias, as crenças, os valores e as opiniões de diversos indivíduos na Inglaterra. Seus resultados apontam que, na verdade, as práticas culinárias contemporâneas são sustentadas por um mito que aumenta a percepção de habilidades e de esforços requeridos para cozinhar, diminuindo a crença em sua capacidade de cozinhar. A falta de confiança nas próprias habilidades culinárias é notória em indivíduos mais jovens e restringe substancialmente as suas práticas de provisionamento alimentar (BAVA et al., 2008).

O desenvolvimento de habilidades culinárias pode enfrentar diversas barreiras, como a falta de tempo, o medo do desperdício, a dificuldade em se seguir receitas (possivelmente associada às limitações de alfabetização e numeracia) e as incertezas sobre a rotulagem dos alimentos (ADAMS; GOFFE; ADAMSON et al., 2015).

Hartmann et al. (2013) analisaram a relação entre as habilidades culinárias e o consumo de diversos tipos de alimentos, em associação com variáveis psicológicas e

sociodemográficas. As habilidades foram positivamente correlacionadas ao consumo de vegetais, e negativamente correlacionadas à frequência de consumo de alimentos convenientes, em consonância com os resultados de Brunner et al. (2010).

Assim, em consonância ao observado por Beck (2007), Botonaki et al. (2008), Brunner et al. (2010), Hartmann et al. (2013) e Sliwa et al. (2015), espera-se que o uso de alimentos convenientes seja positivamente relacionado com habilidades culinárias limitadas. Assim:

H23a. O nível de habilidades culinárias é negativamente relacionado com o uso de alimentos convenientes.

Beck (2007) salienta que o dispêndio de esforços na cozinha, as variadas manipulações de alimentos e as possibilidades de falha nos resultados sejam importantes para o desenvolvimento de habilidades culinárias reais e de memórias relacionadas a momentos familiares. Quando é amplo o uso de alimentos altamente processados, há uma perda de possíveis decisões espontâneas no preparo de pratos. Em seu estudo, ficou claro que os consumidores buscam os alimentos comerciais por desejarem menus mais elaborados, os quais exigem um tempo determinado de preparo, por acharem que ingredientes brutos requerem mais idas às compras ou mais planejamento do que querem ou podem investir, também devido à falta de habilidades culinárias.

Ainda, na pesquisa de Adams; Goffe; Adamson; et al. (2015), 90% dos respondentes se declararam capazes de preparar uma refeição a partir dos ingredientes básicos, mas o fato de possuírem essa habilidade não implicava o seu uso frequente. Ademais, não se deve assumir que possuir habilidades culinárias necessariamente implica o uso de alimentos brutos.

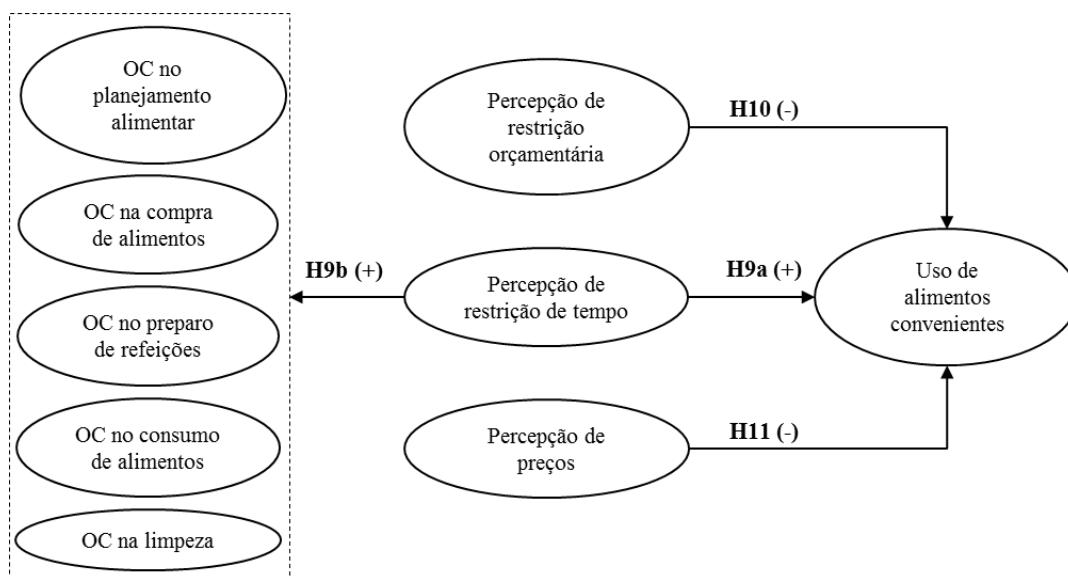
Com base no exposto, acredita-se que a falta de habilidades culinárias resulta numa maior orientação para conveniência no provisionamento de alimentos, principalmente no estágio de preparo de refeição. Dessa forma, pressupõe-se que:

H23b. O nível de habilidades culinárias é negativamente relacionado à orientação para conveniência no preparo de refeições.

3.2 Recursos e preços percebidos

As relações propostas para a percepção de restrição orçamentária, restrição de tempo e percepção dos preços dos alimentos são ilustradas na Figura 3.3.

Figura 3.3. Hipóteses para recursos e preços percebidos



Fonte: Elaborado pela autora.

3.2.1 Percepção de restrição de tempo (H9)

Pressões de tempo podem ser entendidas como a extensão em que o indivíduo percebe que existe um decréscimo dos seus recursos disponíveis de tempo (BUCKLEY et al. (2007), ou como uma percepção individual de não ter tempo suficiente para fazer todas as coisas que se deseja ou se necessita num determinado intervalo de tempo (JABS; DEVINE, 2006).

Para lidar com a restrição de tempo no âmbito alimentar, pode-se comer mais depressa, beliscar mais ao longo do dia, limitar o tempo do jantar ou, ainda, substituir atividades de conclusão mais longa por aquelas de conclusão mais rápida – como dar preferência ao delivery ao fazer uma pizza em casa (JABS; DEVINE, 2006).

Assim, como resultado do aumento do custo de oportunidade de tempo, os indivíduos tendem a substituir o preparo doméstico de refeições pelo aumento do consumo de alimentos prontos ou pré-prontos e pelo aumento do número de refeições feitas fora do domicílio (FLORKOWSKI et al., 2000).

Darian e Cohen (1995) investigaram as percepções subjetivas de pressão de tempo sobre o comportamento alimentar dos consumidores. De fato, a escassez de tempo foi associada ao maior consumo de alimentos convenientes, e o maior benefício desses produtos foi percebido por aqueles cuja restrição de tempo era muito forte, os quais deram destaque para a dispensabilidade de planejamento, seguido por pouca ou nenhuma necessidade de limpeza após a refeição. Os autores explicam que a importância de não

ter que planejar uma refeição cresce conforme muda a estrutura familiar, na qual as diferentes agendas dos membros podem dificultar um jantar com toda a família reunida.

Também no estudo de Harris e Shiptsova (2007), mais de 60% dos entrevistados apontou que o menor tempo e esforço despendidos no preparo eram os maiores motivadores da compra de alimentos convenientes, mesmo considerando o preço desses produtos superior aos tradicionais. Nesse sentido, salienta-se que os contextos nos quais o tempo deixa de ser um fator escasso (como aposentadoria ou desemprego) podem levar ao deslocamento das compras de produtos prontos para produtos brutos, de menor valor agregado (POULAIN; PROENÇA, 2003b).

Os trabalhos de Antil (1987), De Boer et al. (2004), Botonaki et al. (2008), Buckley et al. (2007), Darian e Cohen (1995), Florkowski et al. (2000), Harris e Shiptsova (2007), Olsen et al. (2009), Poulain e Proença (2003b) e Ryan et al. (2004) apontam que a percepção de restrição de tempo influencia positivamente o uso de AC, sendo que tal restrição aumenta a compra de produtos com maior valor agregado. Desse modo:

H9a. A percepção de restrição de tempo é positivamente relacionada ao uso de alimentos convenientes.

Ainda, os estudos de Botonaki et al. (2008), Candel (2001), Darian e Cohen (1995) e Harris e Shiptsova (2007) indicam que a percepção de restrição de tempo aumenta a orientação individual para conveniência no provisionamento alimentar, principalmente nos estágios de planejamento, preparo e limpeza. Assim:

H9b. A percepção de restrição de tempo é positivamente relacionada à orientação para conveniência em todos os estágios do provisionamento de alimentos.

3.2.2 Percepção de restrição orçamentária e de preços (H10 e H11)

Gofton (1995) salienta que o “preço cheio” de um alimento consiste no dispêndio financeiro mais o dispêndio de tempo para tornar o mesmo adequado para consumo. O “preço cheio” ainda envolve o tempo e os recursos destinados à aquisição das habilidades de planejar e preparar refeições.

Nesse sentido, características convenientes, em geral, aumentam os custos de produção e agregam valor ao produto final, de forma que o consumidor deve ter a disponibilidade de pagar mais se quiser poupar tempo ou esforços (LUQMANI et al., 1994).

Os trabalhos de Botonaki et al. (2008) (Grécia) e Scholderer e Grunert (2005) (França e Reino Unido) falharam em confirmar a hipótese de que a percepção de restrição no orçamento força a realocação da renda em produtos de menor valor agregado. Contudo, dada a sua relevância, tal hipótese será testada também na população brasileira. Desse modo:

H10. O aumento da percepção de restrição orçamentária diminui o uso de alimentos convenientes.

O estudo de Behrens et al. (2010) apontou que o preço é o principal fator que restringe a compra de alimentos convenientes, mesmo que isso resulte num maior gasto de tempo dedicado ao preparo de refeições. Nesse sentido, os trabalhos de Behrens et al. (2010), Capps et al. (1985), Crossley e Khan (2001) e Okrent e Alston (2012) sugerem que a demanda dos AC seja preço-elástica. Assim sendo, espera-se que seu consumo seja reduzido quando o consumidor percebê-los como muito caros, de onde ocorre que:

H11. A percepção de preços é negativamente relacionada ao uso de alimentos convenientes.

É importante destacar que há resultados contrastantes nesse tópico. O preço do alimento desempenha sempre um papel duplo no processo de escolha dos consumidores. Por um lado, um preço elevado implica um maior sacrifício monetário, o que tende a diminuir a intenção de compra. Por outro, o preço tem uma ligação direta com a qualidade percebida do produto, o que pode favorecer a compra (JAEGER, 2006).

Nos estudos de Sheely (2008) e Harris e Shiptsova (2007), por exemplo, o preço dos alimentos convenientes teve impacto positivo em seu consumo, numa função de consumo, e não de demanda. Isso indica que o preço não é o único vetor da conveniência, e que, ao “comprar tempo”, os indivíduos podem ser menos sensíveis ao preço, uma vez que ele pode indicar uma diferença significativa de qualidade. No trabalho de Ryan et al. (2004), os indivíduos que alegaram sentir maior pressão de tempo foram aqueles que dedicam menor tempo à cozinha, tendo se mostrado os maiores consumidores de alimentos convenientes; também disseram acreditar que os mesmos representam um bom retorno sobre o investimento, o que os torna insensíveis ao seu preço.

Segundo Fischer (2005), em sociedades modernas afluentes, observa-se que alguns produtos, incluindo alimentos, têm maior taxa de venda por serem mais caros, e não mais baratos. Nesse sentido, Carrigan et al. (2006) salientam que a seleção de

alimentos convenientes envolve certas estratégias e que preços baixos indicam má qualidade. Os consumidores acreditam que a qualidade dos alimentos de conveniência se concentre em preço e marca. Uma marca conhecida indica confiança e padrão de qualidade aceitável.

3.3 Orientação para conveniência no provisionamento de alimentos (H12 a H16)

A orientação para conveniência (OC) consiste no valor conferido a produtos e serviços que promovem o conforto e/ou poupam tempo na realização de diversas atividades (BROWN, 1989), tais como o planejamento, a compra ou o uso desses produtos e serviços (BERRY et al., 2002).

Em consonância com os trabalhos de Berry et al. (2002), Botonaki et al. (2008), Candel (2001) e Scholderer e Grunert (2005), neste trabalho, tempo e esforços despendidos em vários aspectos do planejamento, da compra, do preparo, do consumo e da limpeza são conceituados como orientação para conveniência na alimentação. O Quadro 3.1 exemplifica os benefícios buscados pelos consumidores em cada estágio do provisionamento de alimentos com o tipo de economia em questão.

Quadro 3.1. Benefícios buscados pelos consumidores em jantares cotidianos

Benefício	Estágio	Conveniência – “Economia de...”
Comprar alimentos num local conveniente	Compra	Tempo ativo Esforço físico
Ter uma refeição que exige pouco ou nenhum esforço de preparo	Preparo	Tempo ativo Esforço físico
Ter uma refeição preparada por outro membro do domicílio	Preparo	Tempo ativo Esforço físico e mental
Não ter que planejar o jantar	Compra ou preparo	Tempo ativo Esforço mental
Não ter que esperar muito depois de decidir o que comer	Compra ou preparo	Tempo passivo
Ter pouco ou nenhum trabalho para limpar a cozinha	Limpeza	Tempo ativo Esforço físico

Fonte: Adaptado de Darian e Cohen (1995, p. 35).

Para mensurar a OC na alimentação de um indivíduo, é necessário examinar a forma pela qual ele compreende e realiza as atividades relacionadas ao provisionamento de alimentos (BUCKLEY et al., 2007).

De forma geral, espera-se que quanto maior a OC na alimentação, maior o uso de AC (BUCKLEY et al., 2007; CANDEL, 2001; SKALLERUD et al., 2009) e maior a satisfação com o consumo desses produtos (KIM; JOO, 2014).

Contudo, acredita-se que a OC em cada estágio do provisionamento alimentar tenha impacto diferente no uso de AC, como propuseram Botonaki et al. (2008). O estágio de preparo, por exemplo, pode ser considerado o maior consumidor de tempo e energia no processo de consumo de alimentos (CANDEL, 2001), consistindo numa das atividades mais regulares da produção doméstica (OLSEN; MAI, 2013). Assim, sugere-se que a OC nesse estágio pode exercer maior influência no consumo de AC.

O planejamento é uma etapa necessária para a grande maioria das decisões sobre o que será consumido e quando (BONKE, 1992). Ainda, o esforço e o tempo demandado neste estágio variam conforme a ocasião. Planejar um almoço para a família toda é, normalmente, mais demorado que planejar uma refeição individual rotineira (OLSEN et al., 2007).

O processo de compra envolve a aquisição, em diversos estabelecimentos de varejo, de produtos alimentícios brutos, processados ou previamente preparados (SOBAL et al., 1998). Os esforços investidos dependem diretamente da forma pela qual os consumidores organizam suas compras, qual a importância dada às informações disponíveis e aos preços dos produtos.

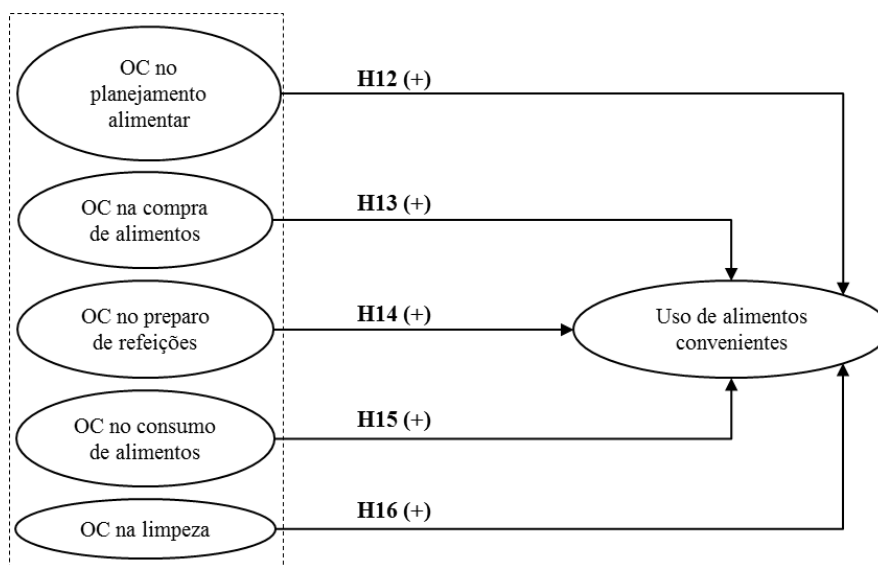
O estágio de preparo envolve a transformação de ingredientes brutos em refeições, atividade que requer energia, habilidades e recursos (tais como equipamentos e utensílios domésticos), enquanto o estágio de consumo envolve a seleção, a montagem dos pratos e a ingestão de alimentos (SOBAL et al., 1998).

Por último, a limpeza abrange todas as atividades de recolhimento, lavagem e organização dos utensílios empregados nos estágios de preparo e consumo das refeições.

As OC em cada um desses estágios podem se correlacionar mais ou menos fortemente entre si. O estudo de Candel (2001), por exemplo, apontou que consumidores orientados para a conveniência no preparo de refeições, também o são para a limpeza da cozinha, sugerindo que indivíduos correlacionam as atividades.

Em face ao exposto, espera-se a OC em todos os estágios do provisionamento alimentar se relacione positivamente com o uso de AC, como mostra a Figura 3.4.

Figura 3.4. Hipóteses para a orientação para conveniência no provisionamento de alimentos



Fonte: Elaborado pela autora.

H12. Quanto maior a orientação para conveniência no planejamento das refeições, maior o uso de alimentos convenientes.

H13. Quanto maior a orientação para conveniência na compra de alimentos, maior o uso de alimentos convenientes.

H14. Quanto maior a orientação para conveniência no preparo das refeições, maior o uso de alimentos convenientes.

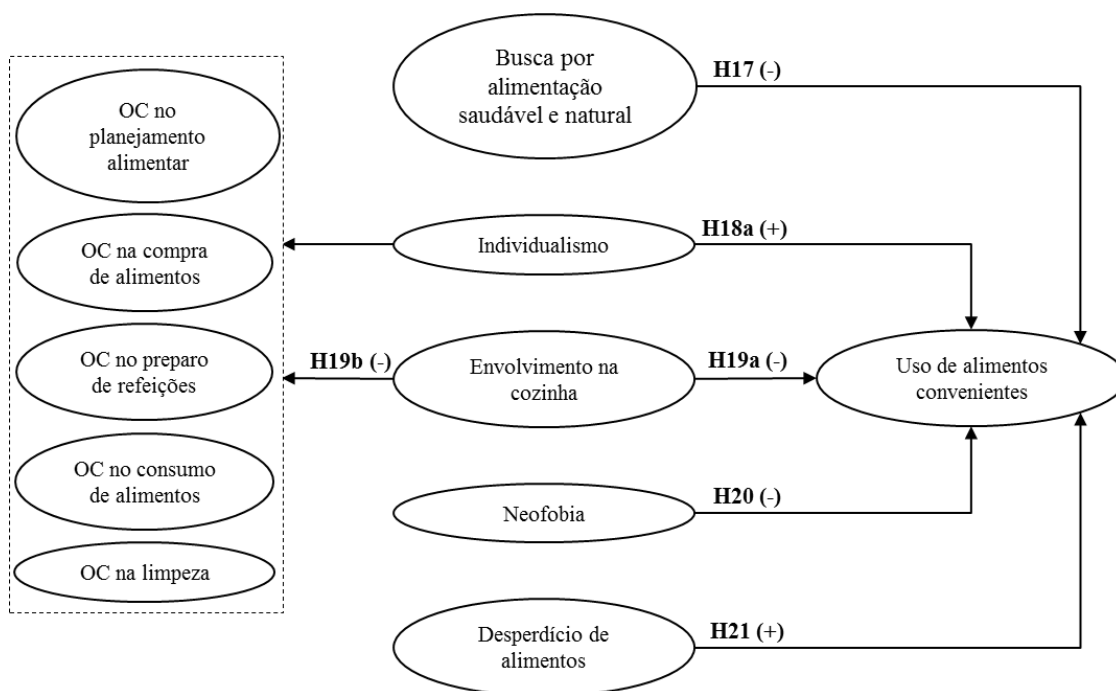
H15. Quanto maior a orientação para conveniência no consumo das refeições, maior o uso de alimentos convenientes.

H16. Quanto maior a orientação para conveniência na limpeza da cozinha, maior o uso de alimentos convenientes.

3.4 Outros fatores atitudinais

As hipóteses relacionadas aos fatores atitudinais em questão são ilustradas na Figura 3.5. Cada um deles será explorado na sequência.

Figura 3.5. Hipóteses para outros fatores atitudinais



Fonte: Elaborado pela autora.

3.4.1 Preocupação com a saúde/busca por alimentação saudável (H17)

A preocupação com uma alimentação natural está intimamente relacionada com a orientação para saúde, compreendida como o valor que os consumidores associam à boa saúde (STEPTOE et al., 1995). Tal importância varia conforme o gênero (OLSEN, 2012; PADEL; FOSTER, 2005; STEPTOE et al., 1995), os recursos disponíveis (CROSSLEY; KHAN, 2001; PECHEY et al., 2015), o nível de educação (OLSEN, 2012), a idade (SIEKIERSKI et al., 2013), dentre outros.

O estudo de Brunner et al. (2010) indica que os alimentos convenientes, em geral, carregam uma imagem desfavorável à saúde. Siekierski et al. (2013) observaram que os indivíduos que menos valorizam a saúde apresentam maior consumo de refeições prontas. Nesse sentido, 50% dos entrevistados por Ryan et al. (2004) afirmaram acreditar que os alimentos convenientes são pouco saudáveis.

Olsen (2012) aponta que, embora os consumidores sejam positivos frente à praticidade e conveniência dos alimentos convenientes, existem preocupações com as consequências negativas do seu consumo. Dentre elas, estão a perda de atributos sensoriais dos alimentos ou comprometimento da saúde, tais como ganho de peso ou contração de doenças. Contudo, alimentos de conveniência de apenas um componente, tais como vegetais congelados ou carnes temperadas resfriadas, não são considerados

insalutíferos, como apontam De Boer et al. (2004), Brunner et al. (2010) e Costa et al. (2007).

O estudo de Botonaki et al. (2008) mostrou que a preocupação com uma alimentação saudável afetou o uso de AC direta e indiretamente. A importância dada à alimentação saudável afetou tanto a quantidade de alimentos convenientes consumida como a orientação para conveniência em todos os cinco estágios considerados na pesquisa. Quanto maior a preocupação, menor o consumo de AC e menor a OC.

Em concordância com o observado por Antil (1987), Behrens et al. (2010), De Boer et al. (2004), Botonaki et al. (2008), Costa et al. (2007), Kim e Joo (2014), Olsen et al. (2009) e Siekierski et al. (2013), espera-se que a busca por uma alimentação mais saudável seja negativamente relacionada ao consumo de AC, de onde ocorre que:

H17. Quanto mais o consumidor prezar por uma alimentação natural, menor o uso de alimentos convenientes.

3.4.2 Individualismo (H18)

Short (2007) afirma que o individualismo é profundamente associado ao consumo de alimentos convenientes, uma vez que alimentos pré-prontos, embalados individualmente, podem ser vistos como desconectores, encorajando os membros da família a beliscar ao longo do dia e a organizar sua alimentação somente de acordo com a sua agenda.

A transformação na agenda alimentar, com o afastamento dos horários de refeições culturalmente predeterminados, reflete-se nos constantes lançamentos de *snacks* pela indústria (DE BOER et al., 2004). Nesse sentido, Daniels et al. (2015) afirmam que o consumo de alimentos de conveniência é considerado uma das tendências alimentares mais significativas que contribuíram para a perturbação do equilíbrio entre pessoas, comida e tempo.

A desregulação dos horários de refeição rotineiros, ao lado da falta de interesse em cozinhar quando sozinho, mostraram-se importantes motivadores do consumo de alimentos convenientes (DE BOER et al., 2004). Além disso, o consumo desses produtos diminuiu em situações em que o consumidor estava “sozinho”, “com a família” e “com amigos”, nesta ordem (VERLEGH; CANDEL, 1999).

Ainda, Olsen (2012) constatou que pontos negativos observados pelos consumidores de alimentos convenientes incluem a impossibilidade de dividir a comida

no caso de visitas não esperadas e a perda da conexão familiar promovida pelo preparo de refeições.

Assim, de acordo com os resultados de De Boer et al. (2004), Short (2007) e Verlegh e Candel (1999), espera-se que:

H18a. Quanto mais forte o comportamento individualista, maior o uso de alimentos convenientes.

O consumo de alimentos tem papel central nas interações sociais (BATISTA; LIMA, 2013). Contudo, uma das consequências da constante busca dos indivíduos pela melhor organização de seu tempo é a crescente dificuldade em conciliar diversas agendas para uma refeição familiar (WARDE, 1999). De fato, quase 40% dos entrevistados por Ryan et al. (2004) afirmaram que é difícil juntar toda a família para uma refeição com regularidade.

O estudo de Kim e Joo (2014) apontou que os indivíduos solteiros pulam muitas refeições, consomem muitas refeições instantâneas e, muitas vezes, têm um aporte pouco variado de nutrientes pelo fato de normalmente comerem sozinhos. Assim, conforme o encontrado por Batista e Lima (2013), Brunner et al. (2010), Buckley et al. (2007), Verlegh e Candel (1999) e Warde (1999), espera-se que o individualismo seja positivamente relacionado à orientação para conveniência no consumo de refeições, de forma que:

H18b. Quanto mais forte o comportamento individualista, maior a sua orientação para conveniência em todos os estágios do provisionamento de alimentos.

3.4.3 Prazer na cozinha (H19)

O envolvimento com a prática culinária se refere ao prazer e à satisfação proporcionados pelo preparo de refeições (CANDEL, 2001), sendo o valor subjetivo que o indivíduo confere à atividade, em termos de relevância pessoal e interesse (OLSEN; MAI, 2013).

A tecnologia da conveniência permite que bens de consumo sejam separados do seu contexto de produção, tornando-se instantânea e facilmente disponíveis. Cozinhar, por exemplo, pode ser uma tarefa prazerosa, mas que demanda esforço, empenho, e tempo (CARRIGAN; SZMIGIN, 2005).

Daniels e Glorieux (2015) salientam que cozinhar consiste numa tarefa social focada na felicidade e no bem-estar dos outros e do indivíduo que a executa. A atividade pode ter diversos significados para um mesmo indivíduo, de acordo com a ocasião. Pode ser uma tarefa, um hobby, uma forma de ser um bom anfitrião, uma forma de mostrar carinho, dentre outros (SHORT, 2003).

A ocasião pode determinar o prazer resultante da tarefa. Costa et al. (2007) afirmam que as refeições do final de semana são, em geral, mais complexas e sofisticadas que aquelas consumidas no dia-a-dia. Ainda, muitas vezes, tais refeições são compartilhadas com familiares ou convidados, o que leva os indivíduos a despendem maior esforço e tempo em seu preparo. Consequentemente, tal preparo pode ser fonte de gratificação e prazer, o que não ocorre nas refeições cotidianas.

Além da ocasião, as pessoas envolvidas também influenciam o envolvimento na atividade. O estudo de Daniels et al. (2015) leva a crer que cozinhar é tido como uma tarefa mais prazerosa e recompensadora em domicílios com mais de uma pessoa. Nesse sentido, 55% dos entrevistados por Ryan et al. (2004) alegaram não gostar de cozinhar para si próprios.

De forma geral, existe uma hierarquia de importância para refeições: jantares são mais importantes do que refeições matutinas, convidados são mais importantes do que familiares, as refeições realizadas em feriados são mais valorizadas do que aquelas cotidianas realizadas entre os turnos de trabalho (SHORT, 2007).

Nas refeições mais importantes é investido maior esforço, o qual pode estar associado ao uso de uma receita mais elaborada, um maior dispêndio de tempo para o preparo, ao uso de técnicas mais complexas, ao uso de ingredientes de maior valor agregado, etc. Em geral, o preparo de tais refeições conta com uma proporção maior de alimentos brutos (SHORT, 2003; 2007). Por outro lado, a culinária cotidiana pode contar com uma maior proporção de alimentos convenientes. O processo de cozinhar para uma ocasião especial pode ser muito mais recompensador para o indivíduo do que os esforços economizados pelo uso desses alimentos convenientes (HEIDE; OLSEN, 2011).

No alimento conveniente, grande parte da criação de valor é feita pela indústria, enquanto nas preparações caseiras o consumidor tem a possibilidade de participar desse processo criativo, o que resulta no aumento da percepção do valor agregado (HEIDE; OLSEN, 2011) e da satisfação com o consumo da refeição (GRUNERT, 2002).

Tendo em vista que os trabalhos de Botonaki et al. (2008), Candel (2001), Costa et al. (2007), Davies (1997), Degreef (2015), Olsen (2012), Olsen et al., (2010), Olsen e

Mai (2013), Scholderer e Grunert (2005) e Short (2007) indicam que o interesse em cozinhar influencia negativamente o uso de AC, propõe-se que:

H19a. Quanto maior for o envolvimento com a prática culinária, menor o uso de alimentos convenientes.

Em geral, pessoas que gostam de cozinhar valorizam essa atividade e, assim, tendem a ser menos orientadas para conveniência no preparo de refeições (CANDEL, 2001). Já aqueles que consideram o cozinhar como uma tarefa a ser cumprida se mostram menos preocupados com o resultado final do preparo e com a avaliação de terceiros (SHORT, 2007).

O estudo de Davies (1997) sugere que as pessoas que gostam de atividades culinárias, ou as consideram importantes, passarão mais tempo envolvidos em sua realização, sentindo-se menos pressionadas em termos de tempo. Além disso, Olsen (2012) observou que o uso de refeições pré-prontas foi associado a sentimento de culpa e negligência de tarefas, por dispensarem a quantidade de esforço, atenção e tempo dedicados à preparação de uma refeição adequada.

Assim, de acordo com o apontado por Candel (2001) e Olsen e Mai (2013), espera-se que:

H19b. Quanto maior o envolvimento com a prática culinária, menor a orientação para conveniência em todos os estágios do provisionamento de alimentos.

3.4.4 Neofobia (H20)

As preferências alimentares são um resultado do desenvolvimento fisiológico e psicológico a das experiências sociais, relacionando-se ao quanto um indivíduo gosta de um alimento. Naturalmente, os alimentos preferidos são familiares, considerados agradáveis, sendo frequentemente consumidos. Já os alimentos rejeitados podem ser considerados desagradáveis, não familiares ou nunca provados (ASP, 1999).

Nesse contexto, a neofobia alimentar pode ser definida como “uma forte relutância a provar comidas novas ou não familiares” (PLINER; HOB DEN, 1992, p. 105), significando o contrário de inovatividade do consumidor, definida como sua “predisposição para comprar produtos e marcas novas e diferentes, ao invés de manter suas escolhas prévias e padrões de consumo” (STEENKAMP et al., 1999, p. 56).

O estudo de Barcellos et al. (2009) apontou que cerca de 12% dos brasileiros apresentam comportamento alimentar neofóbico. Em teoria, o nível socioeconômico impacta nesse tipo de comportamento, uma vez que uma alta renda disponível para realizar refeições fora do domicílio e um elevado grau educacional podem promover um maior conhecimento de diferentes culturas alimentares e, assim, uma menor aversão a alimentos não familiares.

Contudo, o estudo de Candel (2001) mostrou que a busca por variedade na alimentação foi negativamente relacionada com o uso de alimentos convenientes e com a orientação para conveniência na alimentação. Dessa forma, de acordo com o observado por Buckley et al. (2007), Candel (2001) e Nørgaard et al. (2014), propõe-se que:

H20. Quanto mais forte o comportamento neofóbico na alimentação, menor o uso de alimentos convenientes.

3.4.5 Desperdício de alimentos (H21)

Os níveis de descarte de embalagens são bastante pronunciados no setor de alimentos de conveniência. Por mais importantes que sejam as embalagens dos alimentos em termos de evitação de contaminação ou prolongamento da vida útil dos produtos, o problema é que são muitos os tipos de materiais, tecnologias e fins de aplicação que acabam sendo descartados de uma só vez (DARLINGTON et al., 2009).

Entretanto, na maioria dos casos, os AC se apresentam em embalagens destinadas a servir poucas porções ou porções individuais, resultando, assim, num menor desperdício de alimentos, o que pode atrair muitos consumidores. Os trabalhos de Buckley et al. (2007) e Olsen (2012) indicam que pessoas preocupadas com o desperdício de alimentos são propensas a usar AC, pois os percebem como uma solução para esse problema. Por outro lado, Brunner et al. (2010) afirmam que a preocupação com a geração de lixo (embalagens) pode limitar o consumo dos alimentos processados, o que indica que os consumidores devem contrabalancear uma maior produção de lixo e a evitação do desperdício de alimentos. Para esta pesquisa, a primeira abordagem foi selecionada, de onde ocorre que:

H21. Quanto maior a preocupação com o desperdício de alimentos, maior o uso de alimentos convenientes.

4 MÉTODOS

Os métodos deste trabalho incluem uma pesquisa bibliográfica, um *survey* e a análise dos dados obtidos por este levantamento, os quais serão detalhados neste capítulo.

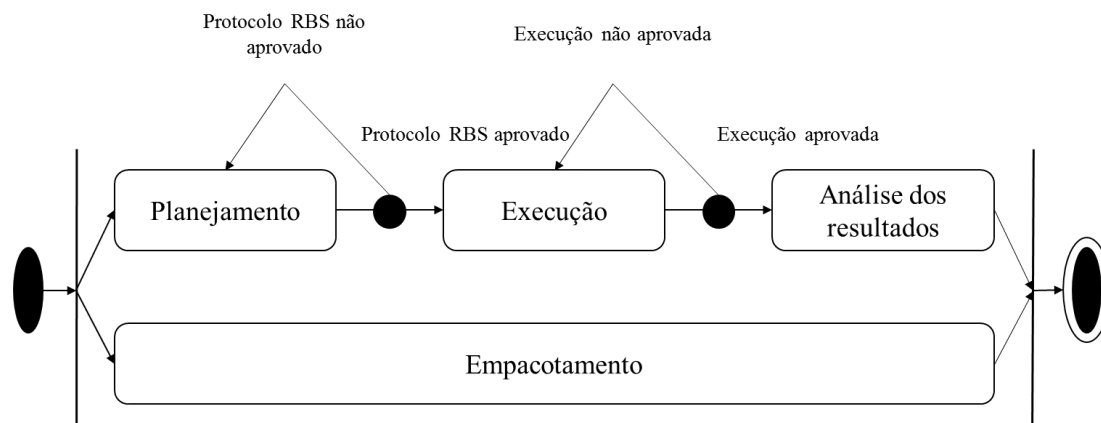
4.1 Revisão da literatura

Para o desenvolvimento do referencial teórico desta pesquisa, apresentado no Capítulo 2, foi realizada uma revisão bibliográfica sistemática (RBS). O método apresenta vantagens em relação às tradicionais revisões narrativas por adotar um processo replicável, transparente e científico. Essa técnica visa a minimizar os possíveis vieses na pesquisa graças à formulação de um protocolo que contém as decisões dos revisores, os procedimentos e critérios adotados e os resultados obtidos (TRANFIELD et al., 2003).

As bases de dados exploradas foram *Scopus*, *Science Direct* e *Web of Science*. Tais bases foram escolhidas por sua alta confiabilidade de resultados e facilidade de busca, como aponta o trabalho de Buchinger et al. (2014). Tal estudo analisou e classificou os melhores mecanismos de busca acadêmica disponíveis, sendo que os mecanismos utilizados neste trabalho se encontram entre os seis melhores classificados.

O procedimento adotado seguiu o modelo proposto por Biolchini et al. (2007) (Figura 4.1), o qual contempla o planejamento, a execução e a análise dos resultados. Na fase de planejamento foram definidos os objetivos da revisão sistemática da literatura e um protocolo foi formulado. Esse protocolo detalhou a questão central de pesquisa, seus objetivos, palavras-chave, *strings* de busca e o método de execução. Uma vez aprovado o protocolo, iniciou-se a fase de execução, na qual foram identificados, selecionados e avaliados estudos primários, seguindo os critérios de inclusão e exclusão estabelecidos no protocolo da RBS. Uma vez selecionados os artigos primários, os dados foram extraídos e compilados durante a fase de análise de resultados.

Figura 4.1. Representação do processo sistemático para revisão bibliográfica



Fonte: Adaptado de BIOLCHINI et al. (2007 p.142).

A revisão foi conduzida no software StArt (State of the Art through Systematic Reviews) versão 3.0, desenvolvido e disponibilizado pelo Laboratório de Pesquisa em Engenharia de Software (LAPES) da UFSCar. A ferramenta computacional foi utilizada para organizar os trabalhos selecionados por ordem de prioridade, bem como gerar relatórios sobre os artigos encontrados e aceitos.

Os trabalhos elencados pelas bases foram selecionados por sua relação com a temática do presente estudo, tendo sido extraídos com base nos critérios estabelecidos para inclusão ou rejeição, como ilustra a Tabela 4.1. O protocolo completo de desenvolvimento e mais resultados desta revisão podem ser encontrados no Apêndice 1.

Tabela 4.1. Resultados da RBS

Fases da RBS	Número de trabalhos
Recuperação inicial das buscas	390
Trabalhos duplicados	47
Rejeitados após leitura do título, resumo e palavras-chave	258
Selecionados	87
Rejeitados após leitura completa	39
Aceitos	46
Trabalhos encontrados pelo cruzamento das referências	116

Fonte: Elaborado pela autora.

O emprego da RBS buscou garantir o melhor embasamento teórico possível, incluindo o máximo de trabalhos relevantes para a compreensão do tema e posterior

discussão dos resultados. De forma complementar, foram buscados os trabalhos mais citados a partir da análise das referências dos artigos selecionados (bola-de-neve). Esses trabalhos não foram apontados nas buscas iniciais, mas se mostraram de grande pertinência e relevância ao desenvolvimento do referencial teórico, de forma que foram incluídos na revisão da literatura.

4.2 Operacionalização dos construtos e das medidas empregadas

Com base na revisão da literatura, foi proposto um modelo conceitual para a exploração do efeito de recursos e atitudes sobre o consumo de alimentos convenientes (ver Figura 3.1). Para cada um dos 14 construtos latentes incluídos no modelo, foram denotadas definições operacionais, apresentadas no Quadro 4.1. Para o desenvolvimento das definições, buscou-se utilizar termos claros e concisos, a fim de facilitar as análises futuras.

Quadro 4.1. Definição operacional dos construtos atitudinais

	Construto	Abreviação	Definição operacional
Recursos e preços percebidos	Percepção de restrição de tempo	PT	Grau em que o consumidor percebe seu tempo disponível como escasso
	Percepção de restrição orçamentária	PO	Grau em que o consumidor percebe que existe uma limitação nos seus recursos disponíveis para compra de alimentos
	Percepção de preços	PP	Grau em que os preços dos alimentos determinam a cesta de compras do indivíduo
Orientação para conveniência	No planejamento de refeições	PLAN	Grau em que o consumidor busca por soluções convenientes no planejamento de suas refeições
	Na compra de alimentos	COMP	Grau em que o consumidor busca por soluções convenientes na compra de alimentos
	No preparo de refeições	PREP	Grau em que o consumidor busca por soluções convenientes no preparo de suas refeições
	No consumo de refeições	CONS	Grau em que o consumidor busca por soluções convenientes no consumo de suas refeições
	Na limpeza da cozinha	LIMP	Grau em que o consumidor busca por soluções convenientes na limpeza da cozinha, acarretada pelo preparo e consumo de refeições
Fatores pessoais	Busca por alimentação saudável	ALS	Grau em que o consumidor valoriza sua saúde e busca por alimentos que a favoreçam
	Individualismo	IND	Grau em que o consumidor apresenta um comportamento alimentar desconector, negligenciando atividades coletivas nesse âmbito
	Prazer na cozinha	PZR	Grau em que o consumidor sente satisfação na realização de atividades relacionadas à alimentação, e o quanto elas se mostram relevantes para ele
	Neofobia	NFB	Grau em que o consumidor busca evitar o consumo de alimentos novos ou não familiares
	Desperdício de alimentos	DAL	Grau em que o consumidor busca evitar o desperdício de alimentos
Uso de alimentos convenientes		UAC	Frequência na qual o consumidor usa alimentos convenientes

Fonte: Elaborado pela autora.

As hipóteses da pesquisa, descritas no Capítulo 3, são resumidas no Quadro 4.2.

Quadro 4.2. Hipóteses da pesquisa

Construtos	Hipóteses
Recursos objetivos	
Renda	H1a. O aumento da renda aumenta o uso de alimentos convenientes H1b. Há uma relação indireta entre a renda e a percepção da restrição orçamentária
Jornada de trabalho	H2a. Quanto mais intensa a jornada de trabalho, maior o uso de alimentos convenientes H2b. Quanto mais intensa a jornada de trabalho, maior a percepção de pressão de tempo H2c. Quanto mais intensa a jornada de trabalho do cônjuge, maior o uso de alimentos convenientes.
Tamanho do domicílio	H3a. O aumento do tamanho do domicílio diminui o uso de alimentos convenientes H3b. O aumento do tamanho do domicílio diminui a orientação para conveniência no preparo de refeições
Crianças no domicílio	H4a. Quanto mais crianças jovens na casa, menor o uso de alimentos de conveniência H4b. Quanto mais crianças jovens na casa, maior a percepção de restrição de tempo
Idade	H5. A idade influencia negativamente o uso de alimentos convenientes
Gênero	H6. Mulheres usam menos alimentos convenientes que homens
Nível educacional	H7. O nível educacional se relaciona positivamente com o uso de alimentos convenientes
Habilidades culinárias	H8a. O nível de habilidades culinárias é negativamente relacionado com o uso de alimentos convenientes H8b. O nível de habilidades culinárias é negativamente relacionado com a orientação para conveniência no preparo de refeições.
Recursos e preços percebidos	
Percepção de restrição de tempo	H9a. A percepção de restrição de tempo é positivamente relacionada com o uso de alimentos convenientes H9b. A percepção de restrição de tempo é positivamente relacionada com a orientação para conveniência em todos os estágios do provisionamento de alimentos
Percepção de restrição orçamentária e de preços	H10. O aumento da percepção de restrição orçamentária diminui o uso de alimentos convenientes H11. A percepção de preços é negativamente relacionada com o uso de alimentos convenientes
Orientação para conveniência no provisionamento de alimentos	
No planejamento das refeições	H12. Quanto maior a orientação para conveniência no planejamento das refeições, maior o uso de alimentos convenientes
Na compra de alimentos	H13. Quanto maior a orientação para conveniência na compra de alimentos, maior o uso de alimentos convenientes
No preparo das refeições	H14. Quanto maior a orientação para conveniência no preparo das refeições, maior o uso de alimentos convenientes
No consumo de alimentos	H15. Quanto maior a orientação para conveniência no consumo das refeições, maior o uso de alimentos convenientes
Na limpeza	H16. Quanto maior a orientação para conveniência na limpeza da cozinha, maior o uso de alimentos convenientes
Outros fatores atitudinais	
Preocupação com a saúde/busca por alimentação saudável	H17. Quanto mais o consumidor prezar por uma alimentação natural, menor o uso de alimentos convenientes
Individualismo	H18a. Quanto mais forte o comportamento individualista, maior o uso de alimentos convenientes H18b. Quanto mais forte o comportamento individualista, maior sua orientação para conveniência em todos os estágios do provisionamento de alimentos.

Prazer na cozinha	H19a. Quanto maior for o envolvimento com a prática culinária, menor o uso de alimentos convenientes H19b. Quanto maior o envolvimento com a prática culinária, menor a orientação para conveniência em todos os estágios do provisionamento de alimentos.
Neofobia	H20. Quanto mais forte o comportamento neofóbico na alimentação, menor o uso de alimentos convenientes
Desperdício de alimentos	H21. Quanto maior a preocupação com o desperdício de alimentos, maior o uso de alimentos convenientes

Fonte: Elaborado pela autora.

Cada um dos construtos latentes foi traduzido em afirmativas. Majoritariamente, foram usadas escalas já validadas para a mensuração desses construtos e, em alguns casos, novas afirmativas foram elaboradas ou adaptadas. Uma vez que a grande maioria dos trabalhos que embasaram o modelo teórico e a construção do questionário são internacionais, as nomenclaturas das variáveis foram muitas vezes adaptadas de acordo com as expressões utilizadas no idioma original, a fim de manter sua essência na tradução para a língua portuguesa. Evitou-se o uso da palavra “conveniência” ou “conveniente”, a fim de não influenciar a decisão de resposta dos entrevistados. As afirmativas relacionadas a cada construto podem ser encontradas no Apêndice 3, e o questionário completo no Apêndice 4.

Para a mensuração dos construtos latentes (recursos e preços percebidos, orientação para conveniência e fatores pessoais) empregou-se uma escala likert de concordância de 5 pontos, com o valor mínimo (1) indicando “Discordo totalmente” e o máximo (5) “Concordo totalmente”.

Para o construto principal do modelo, o uso de alimentos convenientes, empregou-se uma escala likert de frequência de 5 pontos, com o valor mínimo (1) indicando “Nunca” e o máximo (5) “Sempre” para cada uma das categorias pesquisadas, a saber: (a) refeições prontas que necessitam somente aquecimento, (b) alimentos semiprontos que só precisam ser cozidos, (c) alimentos congelados, (d) molhos prontos e (e) alimentos enlatados, como proposto por Botonaki e Mattas (2010).

As habilidades culinárias foram medidas pela soma de habilidades declarada de preparar diferentes tipos de pratos (um prato principal, uma sobremesa, uma guarnição, uma sopa e um churrasco), com base no efetuado por Adams; Goffe; Adamson; et al. (2015).

Ademais, foram pesquisadas as seguintes variáveis sociodemográficas: renda, jornada de trabalho do respondente e do cônjuge, tamanho do domicílio, crianças no domicílio, idade, gênero e grau de instrução.

Assim, foram levantadas práticas de provisionamento de alimentos reconstruídas ou declaradas (ver POULAIN; PROENÇA, 2003b), opiniões, valores e atitudes relacionadas ao consumo de alimentos convenientes.

4.3 Aplicação do *survey* e amostra

O instrumento de pesquisa passou por dois testes de validação. O primeiro, realizado em janeiro de 2015, com a participação de 41 respondentes, indicou ajustes gerais na organização questionário. O segundo, realizado em junho/julho de 2015, com a participação de 38 respondentes, permitiu o refinamento das escalas e a correção de eventuais problemas e interpretação das questões.

Com o questionário ajustado, prosseguiu-se à aplicação do *survey*. A população de estudo se limitou aos consumidores de alimentos de conveniência residentes no Estado de São Paulo, contatados de forma eletrônica.

O questionário contou com duas perguntas-filtro: uma a responsabilidade de compra de alimentos, como forma a garantir que os respondentes tivessem poder de decisão sobre sua alimentação, e outra sobre a idade do respondente, para garantir que a amostra só incluísse respondentes maiores de 18 anos.

O questionário foi do tipo fechado e autoadministrado, podendo ser preenchido pelo indivíduo em diversos lugares e contextos, e tendo como vantagem evitar interferências de quaisquer características do entrevistador sobre o entrevistado (POULAIN; PROENÇA; 2003b).

Por motivos operacionais, optou-se pela utilização de uma amostra não probabilística de conveniência, uma vez que o questionário foi hospedado num servidor para acesso dos consumidores. Os dados foram registrados no software Sphinx iQ2 (SPHINX, 2016). A coleta se deu entre setembro de 2015 e fevereiro de 2016.

Sobre o tamanho da amostra, cabe salientar que não existe um consenso sobre o tamanho ideal para a detecção dos efeitos na modelagem de equações estruturais. Assim, buscou-se atender à razão mínima, entre sujeitos e indicadores (de variáveis latentes), de 15:1 ou 20:1 como sugerem Hair Jr. et al. (2010), Kline (2011) e Schumacker e Lomax (2010).

De acordo com Soper (2016), de forma a assegurar a detecção de efeitos com um grau de probabilidade de 0,05, um mínimo efeito absoluto antecipado de 0,15 (pequeno) e um poder estatístico de 0,95, para 14 variáveis latentes e 54 indicadores, o tamanho mínimo da amostra seria de 1354 indivíduos. A amostra final contou com 1471 respondentes.

4.4 Análise dos resultados

Os dados foram inicialmente organizados e explorados por meio de uma análise descritiva. Em seguida, procedeu-se à análise multivariada, utilizando-se a técnica de Modelagem de Equações Estruturais (SEM).

A SEM consiste numa combinação de um modelo de mensuração (análise fatorial confirmatória) com um modelo estrutural (análise de caminhos). O primeiro possibilita o uso de múltiplos indicadores de cada variável latente e o isolamento do erro de mensuração. A retirada do erro de mensuração das variáveis latentes permite um maior poder preditivo, uma vez que o erro de mensuração é assumido com um erro aleatório e, assim, não tem poder explanatório. Isso resulta em coeficientes (estimativas de caminhos) maiores do que seriam obtidos se os erros tivessem sido contados como preditores, como é assumido em modelos de regressão tradicionais. O modelo estrutural mostra as relações teóricas entre as variáveis latentes e objetiva sustentar a causalidade encontrada na literatura (ACOCK, 2013).

O emprego dessa técnica tem início num modelo conceitual que especifica as relações dentro de um conjunto de variáveis, sendo baseado na teoria. A SEM oferece estimativas da força entre as relações hipotetizadas num esquema teórico, de forma que as informações obtidas se referem ao impacto direto de uma variável sobre a outra, ou ao impacto indireto, dada a existência de uma variável posicionada entre duas outras, denominada mediadora (MARUYAMA, 1998). Um breve glossário é apresentado no Quadro 4.3 para facilitar a interpretação das discussões.

Quadro 4.3 - Glossário – Sistemas de equações estruturais

Variável a explicar (Variável dependente, variável explicada, variável predita ou variável endógena)	Observação, fenômeno, conceito ou construto do qual se busca conhecer os determinantes.
Variável explicativa (Variável independente, variável preditiva, variável determinante ou variável exógena)	Fator, conceito ou construto que supostamente determina outro fenômeno, conceito, construto ou observação. Variável que explica uma parte da variação de um fenômeno estudado.
Variável latente	Conceito ou construto não diretamente observável que requer uma soma de indicadores para ser mensurado.
Indicador (Variável observada ou variável manifesta)	Variável observada, utilizada em conjunto com outros indicadores para mensurar uma variável latente.
Variável intermediária ou mediadora	Observação, conceito ou construto com papel duplo no fenômeno estudado: de variável a explicar e também variável explicativa.
Conceito	Ideia de um fenômeno ou de um objeto cujo conteúdo pode ser generalizado. O conceito é geralmente admitido como um sinônimo de construto em pesquisas. Exemplo: o desempenho.
Construto	Conceito que foi deliberadamente criado para designar um fenômeno estudado no escopo de uma pesquisa científica. Exemplo: a motivação no trabalho.

Fonte: Adaptado de Roussel et al. (2002, p. 9–10).

Previamente à aplicação da SEM, os dados foram tratados para obedecer aos pressupostos da análise multivariada em questão. Os dados foram analisados em termos de observações ausentes, extremas e normalidade multivariada (SCHUMACKER; LOMAX, 2010).

Como recomendado por Hair Jr et al. (2010), procedeu-se à análise fatorial confirmatória (AFC) para o teste de validade dos construtos. Nesta análise, os fatores comuns são interpretados como variáveis compostas que condensam informações das variáveis originais. Busca-se, assim, a maior redução possível do volume de dados (variáveis originais combinadas em fatores), mantendo o máximo possível de variação explicada dos mesmos (NESS, 1997).

Ainda, a AFC busca assegurar que a variação da variável a explicar é causada essencialmente pelas variações das variáveis explicativas, verificando a capacidade do instrumento de mensuração (escala do questionário) de avaliar corretamente um conceito estudado sem viés instrumental (ROUSSEL et al., 2002). Nessa etapa, são acessadas as validades convergente e discriminante dos construtos latentes. A validade convergente indica até que ponto os indicadores se correlacionam positivamente com outros, ou seja, os indicadores de um construto devem convergir ou compartilhar uma elevada variância

em comum. Já a validade discriminante indica o quanto um construto é verdadeiramente distinto dos outros (HAIR JR et al., 2010).

Na validação convergente verificam-se, também, a confiabilidade e a variância extraída de cada construto (FORNELL; LARCKER, 1981; HAIR JR et al., 2010). A confiabilidade pode ser entendida como a consistência interna das variáveis medidas, representando um construto latente, enquanto a variância extraída indica a convergência em um conjunto de itens que representa um construto latente, representada pelo percentual médio de variação explicada entre os itens.

O modelo de mensuração, determinado pela AFC, pode ser expressado por uma matriz de duas equações:

$$\mathbf{X} = \Lambda_x \xi + \delta \quad (1)$$

$$\mathbf{Y} = \Lambda_y \eta + \varepsilon \quad (2)$$

Na equação 1, \mathbf{X} é um vetor $P \times 1$ de variáveis exógenas observadas centradas em suas médias e ξ é um vetor $M \times 1$ de variáveis exógenas latentes com uma matriz de covariância $M \times M$ (Φ). Λ_x é uma matriz de cargas fatoriais que descreve a regressão de \mathbf{X} em ξ , e δ é um vetor $P \times 1$ de erros aleatórios em \mathbf{X} com a matriz de covariância θ_δ . Da mesma forma, na equação 2 \mathbf{Y} é um vetor $Q \times 1$ de variáveis endógenas latentes centradas em suas médias e η é um vetor $N \times 1$ de variáveis endógenas latentes. Λ_y é uma matriz de cargas fatoriais que descreve a regressão de \mathbf{Y} em η , e ε é um vetor $Q \times 1$ de erros aleatórios em \mathbf{Y} com uma matriz de covariância θ_ε .

Na sequência, procedeu-se à execução do modelo estrutural, o qual pode ser expressado pela equação:

$$\eta = \mathbf{B}\eta + \mathbf{\Gamma}\xi + \zeta \quad (3)$$

Nesta equação, $\mathbf{\Gamma}$ é uma matriz de ponderação $N \times M$ que descreve a regressão das variáveis latentes endógenas nas variáveis latentes exógenas, e \mathbf{B} é uma matriz de ponderação $N \times N$ que descreve a regressão das variáveis latentes endógenas nas variáveis latentes endógenas. Por fim, ζ é um vetor $N \times 1$ de erros de predição com uma matriz de covariância $N \times N$ (Ψ).

A construção do modelo estrutural seguiu a proposta de dois passos de Anderson e Gerbing (1988). Nesta abordagem, o modelo estrutural é construído após a validação

do modelo de mensuração, realizada por AFC. Os autores salientam que, para avaliar o modelo estrutural sob uma abordagem de dois estágios, deve-se estimar uma série de modelos estruturais aninhados. Um modelo M_2 é considerado aninhado dentro de outro M_1 quando seu conjunto de parâmetros livremente estimados é um subconjunto dos estimados em M_1 , o que pode ser denotado como $M_2 < M_1$. Em outras palavras, parâmetros que são estimados livremente em M_1 são limitados em M_2 , sendo geralmente fixados em zero.

Um submodelo estrutural saturado (M_s) é aquele em que todos os parâmetros entre construtos são estimados (BENTLER; BONETT, 1980), sendo equivalente ao modelo de mensuração confirmatório. Em contrapartida, um submodelo estrutural nulo (M_n) é aquele em que todos os parâmetros que relacionam os construtos entre si são fixados em zero. Um terceiro submodelo estrutural, M_t , representa o modelo de interesse teórico. Por fim, os submodelos estruturais M_c e M_u representam, respectivamente, alternativas restrangidas e não restrangidas, do ponto de vista teórico, em relação ao modelo M_t . Ou seja, em M_c , um ou mais parâmetros estimados em M_t são limitados, enquanto que em M_u , um ou mais parâmetros contidos em M_t são estimados. A forma de sequencial de aninhamento dos modelos apresentados seria (ANDERSON; GERBING, 1988):

$$M_n < M_c < M_t < M_u < M_s$$

Assim, neste trabalho, os modelos foram sequencialmente avaliados por sua qualidade de ajuste e testes de diferença de qui-quadrado, sempre na direção do modelo mais restrangido (M_n) para o menos restrangido (M_s). Para cada um dos testes sequenciais de qui-quadrado foi atribuído uma hipótese nula que indica ausência de diferença significativa entre os modelos estruturais aninhados ($M_2 - M_1 = 0$). Se H_1 é confirmada, o modelo menos restrangido é sustentado (ANDERSON; GERBING, 1988; KLINE, 2011).

Além disso, a qualidade do ajuste incremental entre os modelos aninhados foi avaliada de acordo com o proposto por Tucker e Lewis (1973). Para aceitação do modelo menos restrangido, o Índice de Tucker-Lewis (TLI) deve ser positivo em relação ao mais restrangido.

Dessa forma, a construção do modelo estrutural se deu pela adição de blocos – recursos objetivos, recursos e preços percebidos, fatores atitudinais e orientação para conveniência no provisionamento de alimentos –, um a um, sobre o uso de alimentos

convenientes e entre si, sempre aninhados ao modelo menos constrangido. Dessa forma, foi possível encontrar um modelo estrutural mais parcimonioso e melhor ajustado, bem como estabelecer relações não previstas pelo referencial teórico.

O método de estimação de máxima verossimilhança (*maximum likelihood*) foi empregado tanto para o modelo de mensuração como para o modelo estrutural, e o qui-quadrado foi ajustado para não-normalidade por uma matriz de covariância assintótica e reescalado pelo estimador Satorra-Bentler, para garantia da robustez da análise (SATORRA; BENTLER, 1994). Este estimador ajusta estatisticamente o qui-quadrado de acordo com a curtose dos dados, de forma a compensar o viés quando os mesmos têm distribuição notadamente não normal.

Os dados foram analisados no software estatístico STATA (STATACORP, 2016).

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste capítulo, são apresentadas as análises da pesquisa junto aos consumidores paulistas e a discussão dos resultados empíricos. O objetivo da análise de dados foi o de especificar e testar a validade do modelo conceitual proposto, testando as hipóteses de pesquisa formuladas com o auxílio do referencial teórico, bem como discutir outras relações significativas não evocadas pela literatura.

O capítulo inicia-se com a caracterização da amostra, seguida pela descrição do tratamento dos dados, etapa fundamental para a realização da análise multivariada. Na sequência, apresentam-se os resultados obtidos com o emprego da Modelagem de Equações Estruturais (modelo de mensuração e modelo estrutural) e sua discussão. Por fim, são explorados outros tópicos de interesse por meio da análise de escores fatoriais da amostra.

5.1 Perfil da amostra

O levantamento dos dados, suportado pelo software Sphinx, foi realizado via eletrônica. Os respondentes do estado de São Paulo somaram 1471 consumidores, maiores de 18 anos e responsáveis pela compra de alimentos em seu domicílio. Destes, 38,7% são homens e 61,4% são mulheres, distribuindo-se livremente em diferentes graus de instrução e de renda.

Os dados relativos à caracterização socioeconômica da amostra, incluindo gênero, idade, renda, grau de educação do respondente e do cônjuge (se aplicável), jornada de trabalho do respondente e do cônjuge (se aplicável), tamanho do domicílio e do município de residência, bem como a presença de crianças na casa, são apresentados na Tabela 5.1.

Todas as questões eram de resposta obrigatória, com exceção de idade e renda. Tais exceções foram aplicadas para evitar o desconforto de indivíduos que não desejassem fornecer essas informações, o que poderia levá-los a desistir da participação. Assim, o número de respostas válidas para cada característica é dado individualmente.

Tabela 5.1. Caracterização socioeconômica da amostra de consumidores paulistas

Característica	N	% da amostra
Gênero	N = 1471	
Masculino	569	38,7
Feminino	902	61,3
Idade	N = 1398	
18 a 25 anos	475	32,3
26 a 35 anos	598	40,7
36 a 45 anos	168	11,4
46 a 55 anos	100	6,8
56 a 65 anos	51	3,5
66 anos ou mais	6	0,4
Nível de educação do respondente	N = 1471	
Não estudou	0	0,0
Ensino fundamental incompleto	3	0,2
Ensino fundamental completo	5	0,3
Ensino médio incompleto	10	0,7
Ensino médio completo	76	5,2
Superior incompleto	347	23,6
Superior completo	265	18,0
Pós-graduação	765	52,0
Nível de educação do cônjuge	N = 725	
Não estudou	0	0,0
Ensino fundamental incompleto	12	1,7
Ensino fundamental completo	7	1,0
Ensino médio incompleto	19	2,6
Ensino médio completo	71	9,8
Superior incompleto	99	13,7
Superior completo	224	30,9
Pós-graduação	293	40,4
Número de adultos na casa	N = 1471	
1 (Apenas eu)	254	17,2
2	674	43,9
3	276	18,7
4 ou mais	294	20,2
Número de crianças na casa (0-9 anos)	N = 1471	
Nenhuma	1271	86,4
1	146	9,93
2	51	3,47
3 ou mais	3	0,2
Renda familiar mensal	N = 1464	
Até R\$ 724,00	80	5,4
Mais de R\$ 724,00 a R\$ 1.448,00	149	10,1
Mais de R\$ 1.448,00 a R\$ 2.172,00	232	15,8
Mais de R\$ 2.172,00 a R\$ 3.620,00	292	19,9
Mais de R\$ 3.620,00 a R\$ 7.240,00	410	27,9
Mais de R\$ 7.240,00	310	50,5
Jornada de trabalho do entrevistado	N=1471	
Tempo integral (mais de 30 horas semanais)	695	47,3
Tempo parcial (de 10 a 30 horas semanais)	206	14,0
Desempregado	42	2,9
Do lar	26	1,8
Aposentado	11	0,8
Estudante	491	33,4

Jornada de trabalho do cônjuge	N=747	
Tempo integral (mais de 30 horas semanais)	470	62,9
Tempo parcial (de 10 a 30 horas semanais)	105	14,1
Desempregado	25	3,3
Do lar	30	4,0
Aposentado	18	2,4
Estudante	99	13,3
Número de habitantes da cidade de residência	N=1471	
Até 50 mil habitantes	65	4,42
De 50 a 100 mil habitantes	92	6,25
De 100 a 500 mil habitantes	1019	69,27
De 500 mil a 1 milhão de habitantes	133	9,04
Mais de 1 milhão de habitantes	162	11,01

Fonte: Dados provenientes da pesquisa.

Nota: Salário mínimo R\$ 724,00 (base 2014).

A maioria dos respondentes possui entre 18 e 35 anos, tem alto nível de educação e renda. Este perfil reflete a via de coleta de dados empregada (*on-line*), uma vez que indivíduos mais abastados (com renda superior à cinco salários mínimos), mais instruídos (que possuem ao menos o ensino médio) e mais jovens (até 34 anos) ainda são os maiores usuários de internet do país, segundo o Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR – NIC.br (NIC, 2015) – e os resultados da Pesquisa Nacional de Amostra de Domicílios (PNAD) relativos à TIC (Telefones Fixos e Celulares, Microcomputadores, Internet, Rádio e Televisão) (IBGE, 2015).

Os domicílios nos quais habitam duas pessoas compuseram 44% da amostra, e o restante foi quase equitativamente dividido entre domicílios de um, três e quatro ou mais habitantes. Menos de 15% dos respondentes declararam ter crianças no domicílio e cerca de 70% da amostra reside em municípios de médio porte (100 a 500 mil habitantes, segundo a classificação do IBGE).

Quanto à jornada de trabalho dos respondentes, quase metade da amostra declarou trabalhar em jornada integral. Daqueles que possuem cônjuges, mais de 60% indicaram que o mesmo trabalha em jornada integral.

Para atender ao interesse específico deste trabalho, foram levantados dados relativos à posse de aparelhos domésticos, habilidades culinárias dos respondentes e, ainda, sobre a responsabilidade do preparo da maioria das refeições cotidianas. Os resultados são apresentados na Tabela 5.2.

Tabela 5.2. Resultados para posse de aparelhos domésticos, preparo de refeições cotidianas e habilidades culinárias

Posse de aparelhos domésticos	N=1471	
Possui refrigerador e/ou freezer	1468	99,8
Possui micro-ondas	1287	87,5
Possui lava-louças	194	13,2
Possui liquidificador	1365	92,8
Possui processador/mixer	685	46,6
Responsabilidade pelo preparo da maioria das refeições cotidianas	N=1471	
Eu mesmo (a)	1094	74,4
Cônjuge	143	9,7
Empregada/Diarista/Cozinheira	87	5,9
Outros	147	10,0
Habilidades culinárias	N=1471	
Eu sei fazer arroz	1442	98,0
Eu sei fazer uma canja de galinha	913	62,1
Eu sei fazer um pudim de leite condensado	982	66,8
Eu sei fazer um churrasco	1150	78,2
Eu sei fazer uma feijoada	812	55,2

Fonte: Dados provenientes da pesquisa.

Mais de 70% dos entrevistados se declararam responsáveis pelo preparo de suas próprias refeições, sendo que apenas cerca de 10% têm a tarefa realizada pelo cônjuge. Para a opção de “Outros” foram citados restaurantes e outros familiares (pais, avó, tia).

A posse de aparelhos domésticos foi codificada numa única variável, de forma que cada aparelho contasse um ponto para a variável. Assim, com mínimo de 1 e máximo de 5 pontos, a amostra obteve uma média de 3,39 aparelhos domésticos, com desvio padrão de 0,846. As habilidades culinárias foram codificadas da mesma forma, e a média da amostra foi de 3,60, com desvio padrão de 1,278, mínimo de 0 e máximo de 5 pontos.

5.2 Tratamento dos dados para análise multivariada

Para que os dados obtidos no levantamento quantitativo fossem analisados pela modelagem de equações estruturais, procedeu-se à análise de dados ausentes, observações extremas e normalidade multivariada, como preveem Hair Jr et al. (2010), Kline (2011) e Schumacker e Lomax (2010).

Os 14 construtos propostos no modelo conceitual inicial eram compostos por 54 indicadores, como mostra a Tabela 5.3.

Tabela 5.3. Quantidade de indicadores por construto – modelo conceitual proposto

Construto	Indicadores
PT	3
PO	4
PP	3
PLAN	4
COMP	3
PREP	5
CONS	3
LIMP	3
ALS	5
IND	3
PZR	5
NFB	5
DAL	3
UAC	5
Total	54

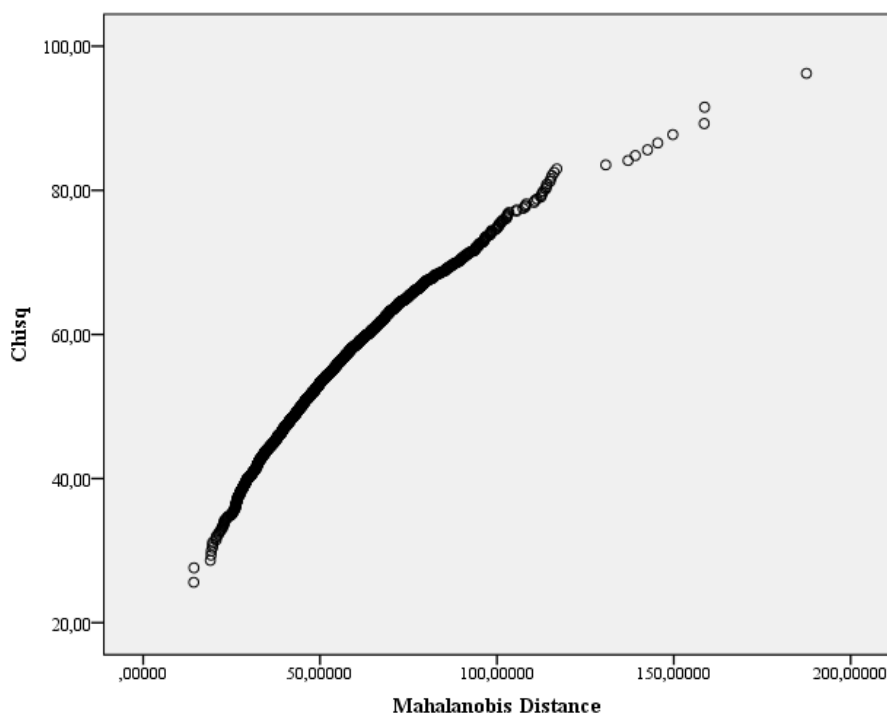
Fonte: Elaborado pela autora.

Todas as questões referentes aos indicadores dos construtos latentes eram de resposta obrigatória, de forma que não houve dados ausentes (*missing values*) nessa instância. Contudo, algumas variáveis referentes aos recursos objetivos (ex., renda e idade) eram de resposta opcional. Dessa forma, para a análise multivariada, limitou-se a amostra às 1391 observações completas.

Procedeu-se, então, à análise multivariada de observações extremas (*outliers*) para os 54 indicadores componentes do modelo conceitual, por meio do algoritmo BACON (*blocked adaptive computationally efficient outlier nominators*) (BILLOR et al., 2000; FÁVERO; BELFIORE, 2015) no software Stata. A aplicação do algoritmo não indicou a existência de *outliers* multivariados, de forma que todas as 1391 observações foram mantidas.

Para atender ao pressuposto distribucional da amostra para estimação pelo método de máxima verossimilhança (ML), verificou-se a multinormalidade dos dados. Procedeu-se inicialmente a uma análise gráfica do cruzamento entre o qui-quadrado *versus* a distância de Mahalanobis (ver ARIFIN, 2015), para o conjunto completo de indicadores, excluindo-se as variáveis correspondentes aos recursos objetivos. A distância de Mahalanobis é uma medida baseada nas correlações entre variáveis com as quais distintos padrões podem ser identificados e analisados (FÁVERO; BELFIORE, 2015). Dados multinormais resultam numa linha em 45° em gráficos de dispersão. À primeira vista, os dados violam a premissa de multinormalidade, como mostra a Figura 5.1.

Figura 5.1. Distância de Mahalanobis x Qui-quadrado para os 54 indicadores do estudo



Fonte: Elaborado pela autora.

Nota: N=1391.

Como medida adicional, testaram-se a assimetria e a curtose multivariadas dos dados pelo teste de Mardia (KLINE, 2011), cuja hipótese nula é de a distribuição dos dados ser normal. Rejeitou-se a hipótese nula para todas as variáveis analisadas (Sig. = 0,000), confirmando que a distribuição multivariada dos dados é não normal.

Apesar da não normalidade dos dados, Hair Jr et al. (2010) observaram que o impacto da mesma em equações estruturais é reduzido em amostras superiores a 200 observações, especialmente se empregado o método de estimação por verossimilhança (ACOCK, 2013). Nesse contexto, Gao et al. (2008) reiteram que a premissa de multinormalidade muito dificilmente é alcançada em dados reais, e dados que não assumem tal premissa tendem a apresentar maior discrepância, tornando a rejeição do modelo mais provável.

Assim, buscando compensar quaisquer violações nas estimações que se seguem, os dados foram normalizados pela fórmula de estimação da proporção de Tukey (SCHOLDERER; GRUNERT, 2005). Além disso, o ajuste do qui-quadrado para não-normalidade por uma matriz de covariância assintótica e seu reescalamto pelo

estimador Satorra-Bentler (SATORRA; BENTLER, 1994) asseguraram a robustez da análise.

Na sequência, procedeu-se à validação individual e conjunta dos construtos propostos por Análise Fatorial Confirmatória.

5.3 Modelo de mensuração e validação dos construtos

5.3.1 Estatística descritiva dos indicadores

Seguindo a abordagem recomendada por Anderson e Gerbing (1988), primeiramente foram calculadas a média e o desvio padrão para cada uma das questões subjacentes aos 14 construtos latentes originalmente propostos no modelo conceitual. Os resultados são apresentados na Tabela 5.4.

Tabela 5.4. Média e desvio-padrão dos indicadores subjacentes aos construtos latentes

Construtos	Código	Descrição	Min	Max	Méd.	Desvio padrão
PT	pt1	Eu estou sempre com pressa	1	5	3,38	1,146
	pt2	Eu estou sempre ocupado nos dias de semana	1	5	3,78	1,081
	pt3	Eu muitas vezes sinto que meu tempo é escasso	1	5	3,77	1,169
PO	po2	Eu gasto tanto quanto quero em alimentos	1	5	3,19	1,190
	po1	Eu gostaria de ter um orçamento maior para alimentos	1	5	3,92	1,284
	po3	Se eu quisesse, eu poderia gastar mais dinheiro em alimentos	1	5	2,91	1,329
	po4	Não posso me dar ao luxo de gastar mais dinheiro com alimentos	1	5	2,86	1,367
PP	pp1	Eu sempre comparo os preços de diferentes marcas	1	5	4,18	1,099
	pp2	Eu sempre procuro por promoções quando eu faço compras	1	5	4,10	1,147
	pp3	Eu sempre verifico os preços, mesmo dos menores itens	1	5	4,13	1,139
PLAN	opl1	O que eu vou comer no jantar é normalmente uma decisão de última hora	1	5	3,14	1,236
	opl2	Eu sempre planejo o que vou comer com antecedência	1	5	3,02	1,171
	opl3	É importante para mim não ter que planejar o que vou comer no jantar	1	5	2,33	1,241
	opl4	Eu sempre faço uma lista de tudo que preciso para guiar minhas compras de alimentos	1	5	3,53	1,386
COMP	oco1	Eu não gosto de gastar muito tempo comprando alimentos	1	5	2,90	1,311
	oco2	Eu tento fazer minhas compras o mais rápido possível	1	5	3,01	1,330

	oco3	Quando eu compro comida, eu sempre leio os rótulos dos produtos	1	5	3,14	1,347
PREP	opr1	Uma boa refeição pode ser preparada com pouco esforço	1	5	3,81	1,114
	opr2	Eu procuro gastar o menor tempo possível no preparo de refeições	1	5	3,25	1,156
	opr3	Em casa, eu prefiro comer refeições de preparo rápido	1	5	2,79	1,271
	opr4	Em casa, eu prefiro comer refeições de preparo rápido	1	5	2,69	1,324
	opr5	Quanto menos esforço físico eu precisar gastar numa refeição, melhor	1	5	2,04	1,229
CONS	ocn1	Eu geralmente como antes de sentir fome, o que significa que eu nunca estou com fome nos horários das refeições principais	1	5	2,10	1,074
	ocn2	Eu como sempre que sinto o mínimo de fome	1	5	2,74	1,148
	ocn3	Em minha casa, beliscar substituiu os horários definidos das refeições principais	1	5	1,81	1,051
LIMP	oli1	Para mim, é importante ter pouco ou nenhum trabalho de limpeza depois de comer	1	5	3,26	1,261
	oli2	Eu prefiro preparar refeições que não sujam muito a cozinha	1	5	3,23	1,306
	oli3	Alimentos que não requerem limpeza após o consumo compõem uma importante parte da minha lista de compras	1	5	2,42	1,276
ALS	as1	É importante para mim que os alimentos que eu consumo me mantenham saudável	1	5	4,46	0,802
	as2	Eu acredito que alimentos orgânicos são melhores que os convencionais	1	5	4,12	1,095
	as3	Eu me sinto melhor quando consumo alimentos orgânicos	1	5	3,58	1,291
	as4	Eu gostaria de comer apenas alimentos livres de aditivos	1	5	4,15	1,183
	as5	Eu compro ou consumo alimentos orgânicos sempre que possível	1	5	3,33	1,378
IND	ind2	Na minha casa é comum assistir TV durante as refeições	1	5	3,18	1,537
	ind1	As pessoas com quem eu moro muitas vezes fazem suas refeições em horários diferentes	1	5	2,77	1,501
	ind3	Na minha casa é difícil termos uma refeição familiar com todos presentes	1	5	2,49	1,445
PZR	pz1	Para mim, cozinhar é uma maneira importante de relaxar	1	5	3,51	1,361
	pz2	Eu sinto prazer em preparar refeições	1	5	3,38	1,334
	pz3	Eu posso usar muito da minha criatividade no preparo de refeições	1	5	3,58	1,355
	pz4	Preparar refeições me traz muita satisfação	1	5	3,34	1,335
	pz5	Eu só gosto de cozinhar quando se trata de uma ocasião especial	1	5	2,80	1,474
NFB	neo1	Eu sempre procuro maneiras de preparar refeições diferentes	1	5	3,44	1,191

	neo2	Eu adoro experimentar receitas de outros países (culinária japonesa, árabe, italiana, mexicana, etc.)	1	5	3,45	1,427
	neo3	Eu gosto de provar comidas que nunca experimentei antes	1	5	3,84	1,264
	neo4	Eu compro alimentos novos ou diferentes mesmo que eu nunca os tenha provado antes	1	5	3,28	1,306
	neo5	Eu gosto de preparar novas receitas	1	5	3,79	1,244
DAL	dal1	Eu fico muito arrependido(a) quando eu jogo comida fora	1	5	4,56	0,874
	dal2	Eu tento fazer minhas compras de forma que eu não tenha que jogar sobras fora	1	5	4,54	0,813
	dal3	Eu tento gerar a menor quantidade de lixo possível	1	5	4,29	0,979
UAC	uac1	Eu consumo refeições prontas que necessitam somente aquecimento	1	5	1,97	0,884
	uac2	Eu consumo alimentos semiprontos que só precisam ser cozidos	1	5	2,47	1,032
	uac3	Eu consumo alimentos congelados	1	5	2,57	1,026
	uac4	Eu consumo molhos prontos	1	5	3,56	1,064
	uac5	Eu consumo alimentos enlatados	1	5	3,36	1,013

Fonte: Elaborado pela autora.

Nota: N=1391.

Pode-se notar que os construtos latentes se mostraram satisfatoriamente coesos, tendo em vista a baixa variabilidade das médias dos indicadores intraconstruto e seus modestos desvios-padrão Hair Jr et al. (2010).

5.3.2 Validade convergente, unidimensionalidade e confiabilidade

Na sequência, uma análise fatorial confirmatória (AFC) foi empregada para confirmar a validade do modelo de medidas teórico e assegurar a confiabilidade dos construtos a serem medidos (ANDERSON; GERBING, 1988; HAIR JR et al., 2010). De forma sucinta, a AFC estima o grau em que a estrutura de fatores e itens proposta é capaz de representar as relações na amostra, tentando recriar as correlações originais entre os itens. A similaridade entre a matriz de covariância original e aquela reproduzida pelo modelo com os dados disponíveis determina o ajuste do modelo de mensuração. Assim, a AFC permitiu a averiguação da unidimensionalidade e da confiabilidade das escalas usadas para mensuração dos construtos atitudinais, evidenciando as validades convergente e discriminante dos mesmos.

Três diferentes medidas de consistência interna foram computadas para determinar a validade convergente dos construtos: (1) as cargas fatoriais padronizadas (ou correlações múltiplas quadradas de cada item), as quais devem ser significantes

($p < 0,05$) e maiores que 0,5 (COSTELLO; OSBORNE, 2005; HAIR JR et al., 2010), (2) o coeficiente de confiabilidade das escalas (a medida escolhida foi o Alpha de Cronbach), cujo valor mínimo satisfatório para estudos exploratórios é de 0,6 (DEVELLIS, 1991; GEORGE; MALLERY 2002; HAIR JR et al., 2010; MURPHY; DAVIDSHOFER, 1988), e (3) a variância média compartilhada entre os construtos e seus itens, ou variância média extraída (AVE), a qual deve ser superior a 0,5 (FORNELL; LARCKER, 1981; HAIR JR et al., 2010).

A Tabela 5.5. apresenta as cargas fatoriais de cada indicador subjacente aos construtos latentes propostos, sua variância explicada e os respectivos *Alphas de Cronbach*, medida empregada para avaliar a consistência interna dos itens de medição de cada construto. As cargas (lambdas) de cada fator em seus itens são satisfatoriamente significantes ($p < 0.005$), com valores adequados. Os indicadores mostraram variância substancial atribuída aos referidos construtos latentes, sendo o menor valor (0,511) ainda acima do limite (0,5).

Tabela 5.5. Cargas fatoriais dos indicadores, variância explicada e Alphas de Cronbach dos construtos

Construtos	Variáveis	Cargas fatoriais	AVE	Alpha de Cronbach
PT	pt1	0,877	0,790	0,866
	pt2	0,900		
	pt3	0,889		
PO	po1*	-0,715	0,511	0,679
	po2	0,742		
	po3*	-		
	po4	0,748		
PP	pp1	0,855	0,739	0,824
	pp2	0,861		
	pp3	0,864		
PLAN	opl1	0,879	0,633	0,698
	opl2*	-0,862		
	opl3	0,620		
	opl4*	-		
COMP	oco1	0,902	0,586	0,597
	oco2	0,906		
	oco3	-0,356		
PREP	opr1	-	0,662	0,829
	opr2	0,783		
	opr3	0,821		
	opr4	0,870		
	opr5	0,777		
CONS	ocn1	0,687	0,473	0,4417
	ocn2	0,671		
	ocn3	0,705		
LIMP	oli1	0,814	0,708	0,793
	oli2	0,885		

	oli3	0,823		
ALS	as1	-	0,718	0,864
	as2	0,879		
	as3	0,884		
	as4	0,822		
	as5	0,802		
IND	ind1	0,915	0,595	0,602
	ind2	0,496		
	ind3	0,921		
PZR	pz1	0,920	0,845	0,938
	pz2	0,938		
	pz3	0,873		
	pz4	0,943		
	pz5	-		
NFB	neo1	-	0,661	0,827
	neo2	0,823		
	neo3	0,850		
	neo4	0,845		
	neo5	0,728		
DAL	dal1	0,790	0,681	0,759
	dal2	0,870		
	dal3	0,815		
UAC	uac1	0,657	0,638	0,760
	uac2	0,552		
	uac3	0,744		
	uac4	0,737		
	uac5	0,555		

Fonte: Dados provenientes da pesquisa.

Nota: N=1391.

Obs.: (*) Escalas com escores reversos. As cargas fatoriais das variáveis excluídas foram suprimidas.

O valor bastante modesto do coeficiente de confiabilidade Alpha de Cronbach (entre 0,6 e 0,7), observado nos construtos PO, PLAN e IND, pode ser parcialmente justificado pelo baixo número de itens dos construtos em questão (três, após purificação das escalas). Cabe lembrar que a confiabilidade Alpha é um modelo de consistência interna de uma escala, baseado na correlação média entre pares de indicadores (MAROCO; GARCIA-MARQUES, 2013). Assim, como observa Hair Jr et al. (2010), a medida sofre uma distorção relacionada ao número de indicadores de uma escala, de forma que escalas que contam com mais indicadores tendem a reportar coeficientes superiores.

Além disso, o valor modesto para o coeficiente se mostrou amplamente empregado nos estudos elencados na revisão de literatura (BAE et al., 2010; DE BOER et al., 2004; BOTONAKI et al., 2008; BOTONAKI; MATTAS, 2010; BRUNNER et al., 2010; BUCKLEY et al., 2007; GRUNERT et al., 1993; HARTMANN et al., 2013; KIM; JOO, 2014; KÜHNE et al., 2010; MILOSEVIC et al., 2012; PULA et al., 2014; RYAN

et al., 2004; VEDOVATO et al., 2015). Considerando tais aspectos e tendo em vista o forte embasamento teórico por trás das escalas empregadas, optou-se por aceitar os valores Alpha modestos para os três construtos em questão.

Dois dos construtos propostos no modelo inicial se mostraram irremediavelmente problemáticos. O construto de orientação para conveniência no consumo de refeições (CONS) apresentou variância média extraída insuficiente (menor que 0,5), ou seja, o conjunto de variáveis escolhidas para refleti-lo não foi satisfatoriamente unidimensional, o que implicou também um coeficiente de confiabilidade abaixo do mínimo satisfatório (0,6).

O construto relativo à orientação para conveniência na compra de alimentos (COMP) também mostrou um coeficiente de confiabilidade inadequado. Embora próximo do limite, optou-se por retirá-lo graças à baixa carga fatorial da variável oco3. Se a variável fosse retirada, o modelo violaria a condição mínima de três indicadores por construto latente para um modelo congênere, como apontam Hair Jr et al. (2010). Assim, tais construtos foram excluídos do modelo.

Com base na análise individual de cada construto, nos índices de modificação sugeridos e análise de resíduos padronizados, foi possível encontrar um modelo mais parcimonioso para cada variável latente (ANDERSON; GERBING, 1988). Itens pouco explicados por seus fatores subjacentes (cargas fatoriais menores que 0,5) ou que prejudicavam a confiabilidade interna do construto por apresentarem baixa correlação dos indicadores com seus adjacentes foram eliminados da análise, levando à purificação das escalas. Tal etapa resultou na exclusão de seis itens: po3, opl4, opr1, as1, neo1 e pz5.

O único item mantido com carga inferior a 0,5 foi a variável ind2. Embora sua carga fatorial tenha se mostrado pouco inferior ao limite, a presença do indicador evitou a subidentificação do modelo (quando existem mais parâmetros a serem estimados do que variâncias e covariâncias de itens, resultando num número negativo de graus de liberdade) (HAIR JR et al., 2010; KLINE, 2011). Optou-se por mantê-lo, dado que a variância média e a confiabilidade interna do construto se mostraram suficientemente altas.

5.3.3 Validade discriminante

A validade discriminante das construções foi testada usando a abordagem sugerida por Fornell e Larcker (1981), que propõem que, para que seja determinada a validade discriminante, as variâncias médias extraídas de cada construto deve ser maior que a correlação quadrada entre eles. As diagonais na Tabela 5.6 mostram a AVE de cada

construto (também reportadas na Tabela 5.5). As outras entradas representam o quadrado de correlações entre os construtos. Como recomendado, nenhuma entrada não diagonal excede as diagonais de cada construto.

Tabela 5.6. Correlações quadradas (SC) entre as variáveis latentes

	PT	PO	PP	PLAN	PREP	LIMP	ALS	IND	PZR	NFB	DAL	UAC
PT	0,790											
PO	0,020	0,515										
PP	0,000	0,049	0,739									
PLAN	0,058	0,001	0,014	0,663								
PREP	0,180	0,005	0,009	0,143	0,662							
LIMP	0,123	0,005	0,002	0,123	0,602	0,708						
ALS	0,000	0,005	0,013	0,018	0,017	0,021	0,718					
IND	0,017	0,023	0,004	0,016	0,026	0,027	0,003	0,595				
PZR	0,058	0,002	0,042	0,085	0,377	0,176	0,045	0,006	0,845			
NFB	0,003	0,001	0,016	0,018	0,054	0,008	0,032	0,003	0,271	0,661		
DAL	0,003	0,002	0,051	0,035	0,002	0,003	0,073	0,006	0,011	0,023	0,681	
UAC	0,082	0,020	0,000	0,150	0,183	0,214	0,108	0,032	0,075	0,029	0,037	0,638

Fonte: Elaborado pela autora.

Nota: De acordo com Fornell e Larcker (1981) e Hair Jr et al. (2010), AVE > 0,5: validade convergente confirmada, AVE > SC: validade discriminante confirmada. Diagonal: AVE's.

5.3.4 Ajuste do modelo de mensuração

Uma vez que os construtos latentes foram operacionalizados, com as devidas análises de confiabilidade e validação convergente e discriminante para cada construto, prosseguiu-se à modelagem de equações estruturais. Na sequência, seguindo as recomendações da abordagem de dois passos de Anderson e Gerbing (1988), o modelo de mensuração foi estimado antes do modelo estrutural.

O modelo de mensuração tem natureza reflexiva – supondo que os fatores explicam os itens avaliados – e congênere, dado que é restrito pelas hipóteses propostas. Pressupõe-se assim que todos os construtos são unidimensionais e as cargas cruzadas são restritas a zero. Ainda, não existem covariâncias entre ou dentro das variâncias internas de erro dos construtos. Esse tipo de modelo é considerado suficientemente restrito para representar boas propriedades de medição (HAIR JR et al., 2010).

Os recursos objetivos foram tratados como variáveis manifestas mensuradas por indicadores únicos, como indicado por Btonaki et al. (2008) e Scholderer e Grunert (2005). Os parâmetros para essas variáveis foram fixados em 1 ($\lambda=1$), com variância de

erro fixa em 0 ($\theta=0$) no modelo de mensuração, de acordo com o proposto por Hair Jr et al. (2010).

Visando à facilitação da interpretação dos resultados, as variáveis categóricas referentes à jornada de trabalho do respondente, jornada de trabalho do cônjuge, à presença de crianças no domicílio e à responsabilidade pelas refeições cotidianas foram codificadas como variáveis dicotômicas. Por exemplo, a variável de trabalho integral foi codificada como “1” ou “0”, indicando que o respondente tem uma jornada de trabalho integral ou não, respectivamente. A variável de jornada de trabalho do cônjuge foi codificada da mesma forma. Para a presença de crianças no domicílio, “1” foi codificado como “há crianças” e “0” como “não há crianças”. Para o preparo de refeições, “1” foi codificado como “Eu sou o(a) responsável” e “0” como “Outros são responsáveis”.

O método de estimação empregado foi o de máxima verossimilhança, com reescalamiento do qui-quadrado Satorra-Bentler (KLINE, 2011). O modelo de medida final apresentou um ótimo ajuste: $S-B\chi^2(1123) = 2910,694$, $RMSEA=0,34$, $CFI = 0,0,930$, $TLI = 0,918$, $SRMR = 0,053$.

5.4 Construção do modelo estrutural

A fim de testar as relações estruturais entre as variáveis do estudo, latentes e observadas, foi empregada a técnica de construção de modelo (ver KLINE, 2011, p. 215), baseada no proposto por Anderson e Gerbing (1988). Tal método permitiu não somente o teste das hipóteses propostas, mas também relevou diversas relações significantes pelo cruzamento de todas as variáveis, latentes e observadas, inclusas no modelo de mensuração. O modelo nulo teve todas as suas restrições relaxadas, de forma que as covariâncias entre construtos foram fixas em zero, seguindo o procedimento realizado por Botonaki et al. (2008) e Scholderer e Grunert (2005). A partir do modelo nulo, os efeitos foram adicionados ao modelo por blocos, a saber:

1. Efeitos diretos da orientação para conveniência no uso de alimentos convenientes;
2. Efeitos diretos dos fatores pessoais na orientação para conveniência;
3. Efeitos diretos dos recursos percebidos na orientação para conveniência;
4. Efeitos diretos dos recursos objetivos nos recursos percebidos;
5. Efeitos diretos dos recursos objetivos no uso de alimentos convenientes;
6. Efeitos diretos dos recursos objetivos na orientação para conveniência;
7. Efeitos diretos dos recursos percebidos no uso de alimentos convenientes;

8. Efeitos diretos dos fatores pessoais nos recursos percebidos;
9. Efeitos diretos dos fatores pessoais no uso de alimentos.

Assim, o modelo teve sua estrutura testada por meio de uma comparação por adição de blocos (*blockwise comparison*), a qual respeitou a condição de aninhamento para comparação do ajuste (ANDERSON; GERBING, 1988; KLINE, 2011). Após a adição de cada bloco, o ajuste incremental foi avaliado pelo teste de significância da diferença entre os qui-quadrados ($p < 0,05$) e pelo Índice Tucker-Lewis (TLI) (TUCKER; LEWIS, 1973). Caso a adição do modelo contribuísse positivamente para o TLI e o teste entre os qui-quadrados fosse significativo, a adição do bloco era aceita. Os resultados são apresentados na Tabela 5.7.

Tabela 5.7. Resultados da construção do modelo estrutural por adição de blocos

	Índices de ajuste			Melhoria incremental			
	χ^2	df	RMSEA	$\Delta\chi^2$	Δdf	p-value	TLI
Modelo nulo	6504,858	1189	0,057				
Efeitos diretos da orientação para conveniência no uso de alimentos convenientes	6278,156	1186	0,056	226,702	3	0,000**	0,040
Efeitos diretos dos fatores pessoais na orientação para conveniência	5400,937	1171	0,051	877,219	15	0,000**	0,159
Efeitos diretos dos recursos percebidos na orientação para conveniência	5172,249	1162	0,050	228,688	9	0,000**	0,045
Efeitos diretos dos recursos objetivos nos recursos percebidos	4740,796	1135	0,048	431,453	27	0,000**	0,079
Efeitos diretos dos recursos objetivos no uso de alimentos convenientes	4683,899	1126	0,048	56,897	9	0,000**	0,005
Efeitos diretos dos recursos objetivos na orientação para conveniência	4593,633	1099	0,048	90,266	27	0,000**	-0,006
Efeitos diretos dos recursos percebidos no uso de alimentos convenientes	4578,315	1096	0,048	15,318	3	0,000**	0,001
Efeitos diretos dos fatores pessoais nos recursos percebidos	4419,602	1081	0,047	158,713	15	0,000**	0,028
Efeitos diretos dos fatores pessoais no uso de alimentos	4357,662	1076	0,047	61,94	5	0,000**	0,012

Fonte: Elaborado pela autora.

Nota: ** $P < 0,0001$

Com exceção do sexto bloco (efeitos diretos dos recursos objetivos na orientação para conveniência), todos os blocos foram aceitos no modelo. A desconsideração desse bloco se deu pela contribuição negativa ao TLI. Os demais blocos promoveram contribuições substanciais ao índice, e os testes de diferença entre os qui-quadrados foram altamente significantes ($p < 0,001$). As implicações dos blocos aceitos serão discutidas nas próximas duas seções.

Os índices de ajuste completos para o modelo final, juntamente com os valores de adequação, são apresentados na Tabela 5.8. O modelo mostrou índices de ajuste satisfatórios e bastante favoráveis, sendo o seu caráter de modelo experimental (HAIR JR et al., 2010) estatisticamente válido.

Tabela 5.8. Parâmetros de qualidade do ajuste do modelo estrutural

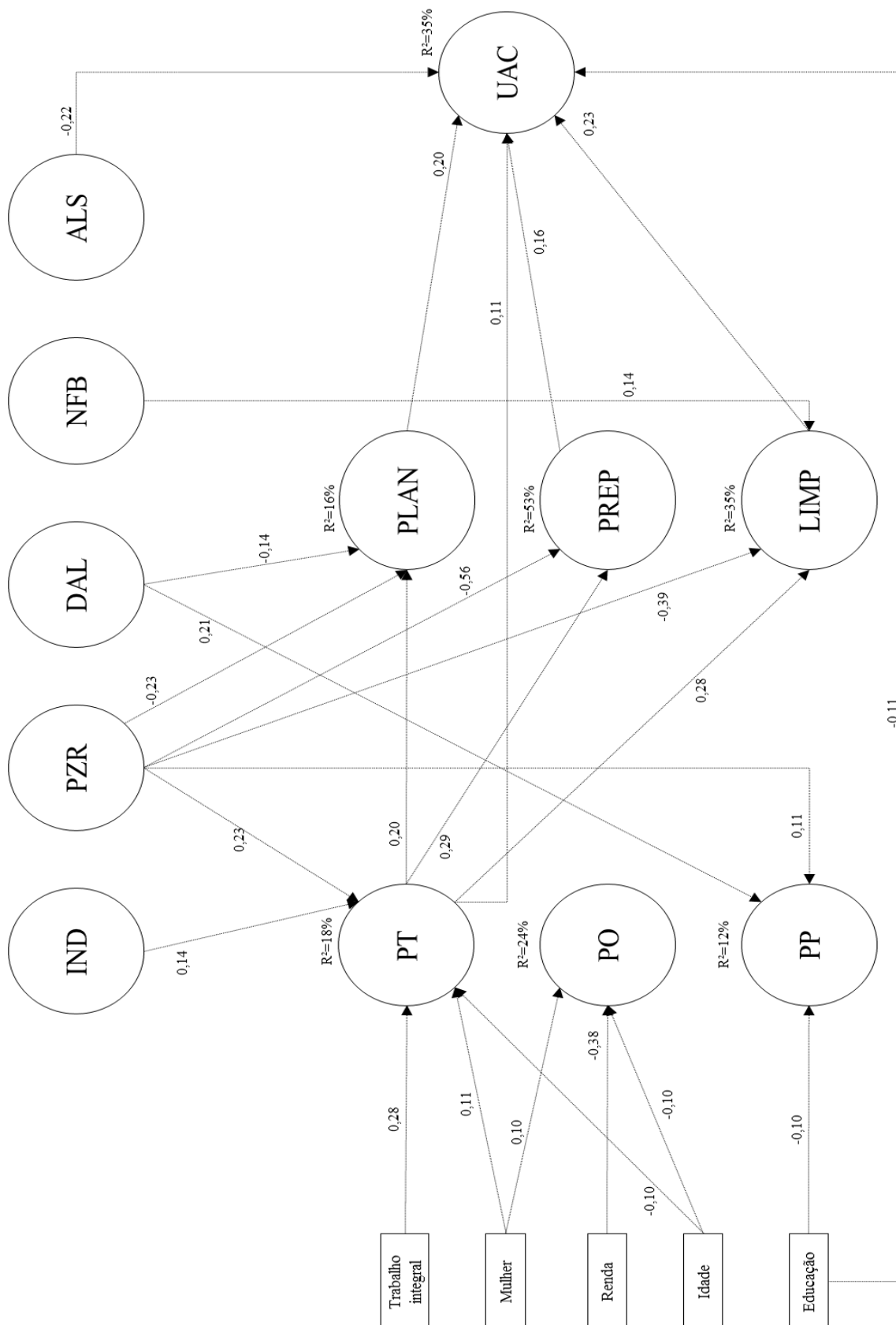
Parâmetro	Valor de referência	Índices do modelo final
Normed Chi-Square (χ^2/df)	Igual ou menor que 5 ^b	4,05
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	Menor que 0,07 ^a	0,047
Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)	Menor que 0,08 ^a	0,047
Comparative Fit Index (CFI)	Valor de 0 a 1 Quanto maior, melhor o ajuste ^a	0,872
(Tucker–Lewis Index) TLI	Valor de 0 a 1 Quanto maior, melhor o ajuste ^a	0,852

^aHair Jr et al. (2010); ^bAcock (2013).

Fonte: Análise dos resultados (2016).

A Figura 5.2 apresenta os efeitos significantes dos blocos aceitos. Somente os efeitos diretos são retratados. Os coeficientes de regressão entre variáveis menores que 0,1 foram omitidos para facilitar a visualização das relações obtidas.

Figura 5.2. Coeficientes diretos significantes dos blocos aceitos (solução padronizada)



Fonte: Elaborado pela autora.

Nota: Coeficientes padronizados menores que 0,1 foram omitidos para facilitar a visualização.

Para interpretação dos caminhos do modelo, ressalta-se que valores inferiores a 0,1 para o coeficiente de regressão indicam efeito marginal entre os construtos. Valores próximos de que 0,3 podem ser considerados de impacto moderado, e valores acima de 0,5 indicam um impacto elevado ou substancial (COHEN, 1988). Com base na Figura 5.2, apresenta-se na sequência a discussão dos resultados.

5.4.1 Teste e discussão das hipóteses propostas

As hipóteses propostas a partir da revisão da literatura são sumarizadas na Tabela 5.9, a qual elenca, para cada caminho estrutural proposto, o coeficiente padronizado obtido, sua significância e se a hipótese foi ou não sustentada. O coeficiente padronizado corresponde ao valor numérico da associação unidirecional entre as variáveis, indicando o impacto da variação da variável independente sobre a dependente.

Tabela 5.9. Coeficientes obtidos para as hipóteses propostas

Hipóteses	Caminho Estrutural	Coef. std	z-value	p-value	Resultado
H1a	Renda → + UAC	-0,018	-0,50	0,614	Rejeitada
H1b	Renda → - PO	-0,384	-11,52	0,000*	Aceita
H2a	Trabalho integral → + UAC	0,014	0,46	0,647	Rejeitada
H2b	Trabalho integral → + PT	0,286	10,48	0,000*	Aceita
H2c	Trabalho integral do cônjuge → + UAC	0,068	2,23	0,025*	Aceita
H3a	Tamanho do domicílio → - UAC	0,050	1,74	0,081	Rejeitada
H3b	Tamanho do domicílio → - Prep	-0,088	-4,23	0,000*	Bloco rejeitado
H4a	Crianças → - UAC	0,016	0,60	0,552	Rejeitada
H4b	Crianças → + PT	0,005	0,19	0,852	Rejeitada
H5	Idade → - UAC	-0,185	-0,57	0,572	Rejeitada
H6	Gênero F → - UAC	-0,066	-2,27	0,023*	Aceita
H7	Educação → + UAC	-0,112	-3,44	0,001*	Rejeitada (oposta)
H8a	Habilidades culinárias → - UAC	0,085	2,88	0,025*	Rejeitada (oposta)
H8b	Habilidade culinárias → - Prep	-0,088	-4,23	0,000	Bloco rejeitado
H9a	PT → + UAC	0,115	2,59	0,009*	Aceita
H9b	PT → + Plan	0,203	5,82	0,000*	Aceita
	PT → + Prep	0,229	11,74	0,000*	
	PT → + Limp	0,287	9,84	0,000*	
H10	PO → - UAC	0,072	1,64	0,102	Rejeitada
H11	PP → - UAC	0,072	2,22	0,026*	Rejeitada (oposta)
H12	Plan → + UAC	0,202	5,60	0,000*	Aceita
H14	Prep → + UAC	0,165	3,14	0,002*	Aceita
H16	Limp → + UAC	0,239	5,91	0,000*	Aceita
H17	ALS → - UAC	-0,224	-7,26	0,000*	Aceita
H18a	IND → + UAC	0,034	1,04	0,298	Rejeitada
H18b	IND → + Plan	0,064	2,00	0,045*	Aceita
	IND → + Prep	0,073	2,91	0,004*	
	IND → + Limp	0,060	2,12	0,034*	
H19a	PZR → - UAC	0,010	0,19	0,849	Rejeitada
H19b	PZR → - Plan	-0,232	-8,81	0,000*	Aceita
	PZR → - Prep	-0,562	-28,96	0,000*	
	PZR → - Limp	-0,399	-17,07	0,000*	
H20	NFB → - UAC	-0,296	-1,02	0,307	Rejeitada
H21	DAL → + UAC	-0,100	-2,92	0,003*	Rejeitada (oposta)

Fonte: Elaborado pela autora.

Nota: Hipóteses H14 e H 16 foram suprimidas devido à exclusão dos construtos.

O “bloco 1”, que implicava a relação da orientação para conveniência sobre UAC, se mostrou completamente significativa. A orientação para conveniência no planejamento alimentar, no preparo de refeições e na limpeza da cozinha aumentam em 20%, 16% e 23% o UAC, respectivamente. Buckley et al. (2007), Candel (2001) e Skallerud et al. (2009) já haviam apontado que, de forma, geral, a orientação para conveniência aumenta o uso de alimentos convenientes. De forma específica, corrobora-se o observado por

Buckley et al. (2007), em relação ao planejamento e por Botonaki et al. (2008) e Candel (2001), em relação ao preparo e à limpeza. Assim, com a sustentação das hipóteses H12, H14 e H16, este trabalho valida tais relações para a amostra de consumidores paulistas.

Do “bloco 2”, que indicava o impacto dos fatores pessoais sobre a orientação para conveniência, foram sustentadas as hipóteses H18b e H19b. A primeira indicou um suave impacto positivo do comportamento individualista do consumidor sobre a OC no preparo (7%), planejamento (6%) e limpeza (6%). Autores como Baptista (2013), Brunner et al. (2010), Buckley et al. (2007), Verlegh e Candel (1999) e Warde (1999) haviam apontado uma possível relação entre o individualismo e a orientação para conveniência no consumo de alimentos, relação que este trabalho falhou em corroborar. Contudo, as relações observadas indicam que quanto mais forte o comportamento antissocial do consumidor em atividades alimentares, menor sua tendência a planejar ou programar suas refeições, maior sua busca por praticidade e rapidez no preparo de refeições e mais ele evita o esforço de limpar a cozinha após a refeição.

A segunda hipótese apontou um forte impacto entre o prazer na cozinha e a OC nos três estágios do abastecimento alimentar em questão. Candel (2001) e Olsen e Mai (2013) haviam apontado o que o maior envolvimento na culinária tinha impacto negativo na orientação para conveniência no preparo de refeições, o que foi corroborado pelo resultado, com impacto negativo de 56%. Ainda, observou-se que o aumento do prazer na cozinha diminuiu em 23% a orientação para conveniência no planejamento alimentar e em 40% na limpeza da cozinha.

Sobre o “bloco 3”, relativo aos efeitos entre os recursos e preços percebidos e a orientação para conveniência do consumidor, houve sustentação para a hipótese H9b. Foi observada uma relação positiva entre a percepção de restrição de tempo e a orientação para conveniência no planejamento (20%), no preparo (23%) e, principalmente, na limpeza da cozinha (28%), corroborando os resultados de Bava et al. (2008), Botonaki et al. (2008), Candel (2001), Darian e Cohen (1995) e Harris e Shiptsova (2007). Dado que mais de 60% dos respondentes declarou sentir que seu tempo é escasso, é natural que as pressões de tempo tenham se mostrado um forte impacto no provisionamento alimentar.

Em relação ao “bloco 4” – referente aos efeitos dos recursos objetivos sobre os percebidos –, a jornada de trabalho, o gênero, a renda, a idade e a educação dos respondentes apresentaram impacto direto na percepção de restrição de tempo, de orçamento e de preços. Como esperado, a renda mostrou impacto indireto sobre a percepção de restrição orçamentária de 38%, dando suporte à H1b. O resultado confirma

que indivíduos mais abastados percebem um maior orçamento para a aquisição de alimentos, como observado por Scholderer e Grunert (2005).

Em relação ao impacto da jornada de trabalho sobre a percepção de tempo (H2b), observou-se que a jornada de trabalho integral aumenta em 28% a percepção de restrição de tempo, corroborando o observado por Scholderer e Grunert (2005).

Ainda sobre a percepção de escassez de tempo, não foi observado o impacto esperado de crianças no domicílio sobre o construto (H4b), como indicaram os estudos de Botonaki et al. (2008), Lee e Lin (2013) e Scholderer e Grunert (2005). Não houve diferença estatisticamente significativa entre as médias de percepção de restrição de tempo (*factor score*) para o grupo de respondentes com crianças no domicílio para aquele sem crianças no domicílio.

Em relação aos impactos das variáveis manifestas sobre o uso de alimentos convenientes (bloco 5), observa-se que apenas o gênero e a jornada de trabalho do cônjuge mostraram o efeito esperado no consumo, ainda que muito modesto, mas suficiente para sustentar as hipóteses H6 e H2c. De acordo com o coeficiente obtido, as mulheres usam cerca de 6% menos alimentos convenientes que homens, e o fato de o cônjuge ter uma jornada de trabalho integral aumenta o consumo em quase 7%.

O resultado em relação ao gênero vai ao encontro ao observado por Brunner et al. (2010), Capps et al. (1985), Daniels e Glorieux (2015), Fanning et al. (2010), Florkowski et al. (2000) e Warde (1999), que observaram que homens são os maiores usuários de alimentos convenientes. Tal fato pode estar relacionado à responsabilidade pelo preparo de refeições. Enquanto 80% das mulheres declararam ser as responsáveis pelo preparo da maioria de suas refeições cotidianas, 65% dos homens declararam o mesmo, numa diferença estatisticamente significativa entre os gêneros de 15% ($t=6,17$; $p<0,000$). Além disso, a média das refeições realizadas em casa no período de uma semana se mostrou ligeiramente menor no caso dos homens (8,8) em relação às mulheres (9,3) ($t=2,71$; $p=0,007$), como observaram Adams; Goffe; Brown; et al. (2015).

Quanto à jornada de trabalho do cônjuge, pode-se fazer um paralelo com o observado por Darian e Cohen (1995) e Darian e Klein (1989). Tais estudos indicaram que o fato de o cônjuge ter uma jornada de trabalho integral implica um suave aumento no consumo de alimentos convenientes.

Já a relação significativa entre o grau de instrução e o uso de alimentos convenientes se relevou contrária ao esperado e observado por Bae et al. (2010), Brunner et al. (2010), Capps et al. (1985), Daniels e Glorieux (2015), Harris e Shiptsova (2007) e

Kyung Jae et al. (2000). O aumento do nível de educação diminuiu em 11% o UAC, o que pode estar relacionado a uma maior consciência de saúde, em consonância com o salientado por Crossley e Khan (2001). Tal relação não pôde ser confirmada a partir da análise dos dados.

As habilidades culinárias também mostraram influenciar o uso de alimentos, ao contrário do que foi proposto com base na revisão da literatura, o aumentando em 8,5%. Assim, este estudo indicou o oposto ao observado por Beck (2007), Botonaki et al. (2008), Brunner et al. (2010), Hartmann et al. (2013) e Sliwa et al. (2015), apontando que os responsáveis pelo marketing dos alimentos não necessariamente precisam apelar para a capacidade do produto de compensar a falta de habilidades culinárias. Para atrair consumidores para esse tipo de produto, outros atrativos podem ser mais efetivos, como a praticidade e a economia de tempo. Ainda, o “saber-fazer” não implica em querer ou ter disponibilidade para cozinhar.

As demais hipóteses relativas ao impacto direto dos recursos observados no uso de alimentos convenientes (H1a – renda, H2a – jornada de trabalho, H3a – tamanho do domicílio, H4a – crianças no domicílio e H5 – idade) não foram sustentadas pelos dados analisados. No caso da renda, acredita-se que o suporte à hipótese ocorreria se os alimentos estudados incluíssem apenas aqueles de maior valor agregado, como a categoria de refeições prontas, que necessitam somente aquecimento. Como optou-se por um espectro maior de estudo, incluindo alimentos enlatados ou congelados em geral, os quais não necessariamente são mais caros que aqueles *in natura*, a relação entre a renda e o uso de alimentos não pôde ser sustentada.

A jornada de trabalho também não se mostrou diretamente relacionada com o uso de alimentos convenientes. Entretanto, observou-se um impacto positivo indireto de 6,3% ($t = -3,75$; $p < 0,001$) sobre o construto, via PT. Tal impacto corrobora o apontado por Bonke (1992), Botonaki et al. (2008), Capps et al. (1985), Daniels e Glorieux (2015), Siekierski (2012) e Verlegh e Candel (1999). No geral, acredita-se que indivíduos mais ocupados aloquem menos tempo no preparo de refeições, como indicaram Florkowski et al. (2000). Além disso, supõe-se que indivíduos com jornada integral de trabalho podem ser mais dependentes de restaurantes para as suas refeições, de forma que não necessariamente recorram aos alimentos convenientes com frequência. De fato, ao comparar a média de refeições realizadas em casa (das 14 principais refeições, almoço e jantar, da última semana) entre o grupo de consumidores com jornada de trabalho integral

(8,4) e aqueles que não trabalham em período integral (9,6), nota-se que o primeiro realiza 1,2 menos refeições em casa durante a semana ($t = -6,46$; $p < 0,000$).

Nem o tamanho do domicílio nem a presença de crianças na casa se mostraram influentes no uso de alimentos convenientes. Esperava-se que o uso fosse maior quanto menor o número de pessoas morando no domicílio (H3a), principalmente para domicílios de apenas um morador, como observado por Bae et al. (2010) e Candel (2001). Contudo, não houve diferença significativa entre o uso médio de alimentos convenientes para diferentes tamanhos de domicílio, indo ao encontro do observado por Darian e Cohen (1995). Acredita-se que, embora os alimentos convenientes sejam uma solução prática para consumidores que moram sozinhos, o aumento da pressão para cozinhar, que cresce conforme aumenta o tamanho do domicílio (DANIELS et al., 2015), pode favorecer o uso de alimentos convenientes, o que justificaria a ausência de efeito entre as variáveis.

Para a relação entre a presença de crianças na casa e o uso de alimentos convenientes, esperava-se uma relação indireta (H4a), como observado por Candel (2001), Daniels e Glorieux (2015) e Mutlu e Gracia (2004), como resultado de uma associação negativa entre esse tipo de alimento a uma imagem negativa do mesmo para a saúde das crianças. Acredita-se, portanto, que tal imagem possa ter sido enfraquecida pelo crescente apelo funcional de muitos alimentos de conveniência (enriquecido com vitaminas, fibras, etc). Além disso, o custo de oportunidade de tempo (PT), o recurso percebido de maior impacto sobre o UAC, também não se mostrou afetado pela presença de crianças, de forma que não houve suporte para H4b.

Esperava-se também que a idade influenciasse negativamente o UAC, como indicaram os trabalhos de Brunner et al. (2010), Daniels et al. (2015) e Okrent e Kumcu (2014), dentre outros. A ausência dessa relação pode ser justificada pela ampla difusão desses produtos, o que os torna interessantes para diferentes segmentos de consumidores. Além da ausência de efeito, as diferenças entre as médias do UAC para diferentes grupos de idade foram mínimas.

No que diz respeito ao impacto da renda sobre o UAC (H1a), não houve diferença no consumo entre diferentes estratos. A hipótese foi rejeitada, e o resultado, que vai ao encontro ao observado por Bae et al. (2010) e Botonaki et al. (2008), sugere que o nível de renda não é uma variável majoritária na segmentação do mercado de alimentos convenientes, principalmente para aqueles de menor valor agregado. Como sugerem Adams et al. (2015) e Mutlu e Gracia (2004), é plausível crer que consumidores mais

abastados despendam mais recursos com alimentação fora do domicílio ou *take-aways*, em detrimento dos alimentos convenientes em questão.

O “bloco 6”, que contava com as interações diretas entre os recursos percebidos e a orientação para conveniência, foi completamente rejeitado, de forma que as hipóteses H3b e H8b não foram sustentadas, mesmo que os caminhos tenham se mostrado significantes no modelo global.

Quanto ao “bloco 7”, que tratava das relações entre os recursos percebidos e o uso de alimentos convenientes, somente a hipótese relativa à percepção de tempo (H9a) foi sustentada. PT mostrou impacto positivo direto em UAC de 12%, indo de encontro ao observado e sugerido por Antil (1987), De Boer et al. (2004), Botonaki et al. (2008), Buckley et al. (2007), Darian e Cohen (1995), Harris e Shiptsova (2007), Olsen et al. (2009) e Ryan et al. (2004). Acredita-se que, conforme sugerido por Poulain e Proença (2003), o aumento de tempo disponível favoreça a compra de produtos com menor valor agregado.

As hipóteses relativas à percepção orçamentária e à percepção de preços sobre o uso de alimentos convenientes, H10 e H11, respectivamente, foram rejeitadas. PO se mostrou irrelevante sobre o UAC, da mesma forma que indicaram os resultados de Botonaki et al. (2008) e Scholderer; Grunert (2005), os quais também falharam em provar tal relação. Uma possível explicação para tanto é que os alimentos de conveniência estudados neste trabalho, os mesmos estudados pelos autores, englobam um grande espectro de produtos, dos mais diversos valores agregados. Acredita-se que, se fossem estudados apenas alimentos de maior valor agregado, como refeições prontas congeladas ou desidratadas, a restrição orçamentária implicaria o seu menor consumo.

Quanto à PP, observou-se uma relação contrária ao esperado, de que consumidores que dão maior importância ao preço dos alimentos sejam usuários menos frequentes de alimentos convenientes. De fato, observou-se que PP tem efeito positivo de 7% em UAC, corroborando o sugerido por Harris e Shiptsova (2007), Ryan et al. (2004) e Sheely (2008). Sugerem-se duas explicações plausíveis para tal resultado: (1) os usuários de alimentos convenientes de fato acreditam que seu consumo promove um bom retorno sobre o investimento e/ou (2) que o preço mais elevado seja um indicador de qualidade do produto, de forma que o preço não seja um fator limitante, mas sim promotor do consumo.

Para o “bloco 8”, relativo aos efeitos dos fatores pessoais sobre os recursos percebidos, não foram propostas hipóteses com base no referencial teórico revisto.

Acerca dos efeitos diretos dos fatores pessoais sobre o uso de alimentos convenientes (bloco 9), somente a hipótese relativa à busca por alimentação saudável (H17) foi confirmada. ALS mostrou influenciar negativamente UAC em 22%, o que vai de encontro ao observado e sugerido por Antil (1987), Behrens et al. (2010), De Boer et al. (2004), Botonaki et al. (2008), Costa et al. (2007), Kim e Joo (2014), Olsen et al. (2009) e Siekierski et al. (2013). Especificamente, o estudo de Botonaki et al. (2008) indicou um valor negativo de 20% na exata relação. Consumidores que valorizam mais uma alimentação natural são usuários menos frequentes de alimentos convenientes, o que revela espaço para produtos mais práticos, com apelo funcional ou orgânico, visando a atingir tais indivíduos.

As hipóteses relativas ao comportamento individualista (H18a), ao prazer na cozinha (H19a), ao comportamento neofóbico (H20) e à preocupação com o desperdício de alimentos (H21) sobre o UAC não foram confirmadas.

A preocupação com o desperdício de alimentos mostrou influenciar o UAC de forma oposta ao esperado, diminuindo-o em 10%. Como apontaram Buckley et al. (2007), Mallinson et al. (2016) e Olsen (2012), acreditava-se que tal preocupação aumentasse o uso de alimentos convenientes pela oportunidade de evitar o desperdício, visto que tais produtos geralmente servem um número pequeno, ou individual, de porções. Acredita-se, portanto, que consumidores preocupados com o desperdício de alimentos podem ter ainda mais concernimentos relativos à produção de lixo, como apontaram Brunner et al. (2010) e Darlington et al. (2009), de forma que tendem a contrabalancear a evitação do desperdício de alimentos e a produção de lixo.

As variáveis IND, PZR e NFB não mostraram efeitos diretos sobre UAC, mas seu impacto considerável na orientação para conveniência indica efeitos mediados por PLAN, PREP e LIMP, como será discutido nas próximas seções.

5.4.2 Efeitos indiretos

A análise dos efeitos indiretos entre as variáveis, determinados por mediação, revelou dois pontos que merecem destaque. Primeiramente, a percepção de restrição de tempo, cujo efeito direto sobre o uso de alimentos convenientes é de 0,11 ($z=2,66$; $p=0,008$), tem efeito indireto sobre o construto de 0,16 ($z=5,18$; $p<0,0001$), totalizando um efeito de 0,27 ($z=7,08$; $p<0,0001$). Percebe-se que o efeito indireto entre PT e UAC, mediado pelas variáveis PLAN e PREP é maior que o direto, o que indica que o impacto

da percepção de restrição de tempo no uso de alimentos convenientes é aumentado pela orientação para conveniência no planejamento e no preparo das refeições.

O segundo ponto se refere ao impacto indireto de PRZ em UAC, de -0,29 ($z=-6,07$; $P<0,0001$). Nota-se que, embora o prazer na prática culinária não tenha impacto direto no uso de alimentos convenientes (como sugeria H19a), o construto atitudinal implica um menor consumo quando mediado pela orientação para conveniência no planejamento alimentar, no preparo das refeições e na limpeza da cozinha. Os demais efeitos indiretos se mostraram muito baixos (menores que 0,10), de forma que pouco contribuíram para o efeito total das relações estudadas.

5.4.3 Outras relações significantes

A construção do modelo por adição de blocos implica o desenho de caminhos entre todas as variáveis do novo bloco sobre o bloco de interesse. Assim, relações não explicitadas em hipóteses se mostraram significantes (Tabela 5.10) e merecem destaque nesta discussão.

Tabela 5.10. Caminhos estruturais revelados pela adição de blocos (solução padronizada)

Caminho Estrutural	Coefficiente padronizado	z-value	p-value
Gênero F → PO	0,102	3,54	0,000*
Idade → PO	-0,102	-2,85	0,004*
Renda → PP	-0,066	-2,07	0,038*
Gênero F → PP	0,078	2,85	0,004*
Tamanho do domicílio → PP	0,067	2,45	0,014*
Crianças no domicílio → PP	-0,082	-2,53	0,011*
Educação → PP	-0,109	-3,76	0,000*
PZR → PP	0,112	4,78	0,000*
DAL → PP	0,219	6,55	0,000*
Gênero F → PT	0,113	4,39	0,000*
Idade → PT	-0,109	-3,76	0,000*
Tamanho do domicílio → PT	-0,081	-3,09	0,002*
IND → PT	0,150	5,35	0,000*
PZR → PT	-0,238	-10,26	0,000*
DAL → Plan	-0,144	-4,63	0,000*
NFB → Limp	0,148	5,58	0,000*

Fonte: Elaborado pela autora.

O gênero do respondente mostrou impacto tanto em PT, como em PO e PP. Mulheres têm uma percepção de restrição de tempo 11% maior do que os homens, o que pode estar relacionado ao fato de que mais mulheres se declararam responsáveis pelo preparo de suas refeições cotidianas. Ainda, mulheres têm uma percepção de restrição

orçamentária 10% maior que os homens, o que as impele a procurar por bons preços em maior grau (8%).

Ainda sobre o impacto dos recursos objetivos sobre os recursos percebidos, tanto a idade como o tamanho do domicílio mostraram impacto negativo em PT. Para o tamanho do domicílio, tal relação pode se dever ao fato de que mais pessoas disponíveis para realizar afazeres domésticos pode aumentar a sensação de tempo livre.

Para a idade, acredita-se que, mesmo que haja uma tendência a conciliar mais papéis conforme o curso de vida dos indivíduos, sua administração do tempo também evolui. Além disso, indivíduos aposentados mostraram percepção de escassez de tempo (média fator *score*) bastante inferior àqueles que trabalham em tempo integral, estatisticamente similar aos desempregados, “do lar”, estudantes e indivíduos que trabalham menos de 30 horas por semana. A idade também mostrou diminuir a percepção de restrição orçamentária em 10%.

Tanto a renda como o grau de instrução influenciam negativamente a percepção de preços, em 7% e 11%, respectivamente. Acredita-se que tais variáveis sejam intimamente relacionadas, daí tal resultado. De fato, há uma correlação positiva de 35% entre renda e educação ($z=16,32$; $p<0,001$).

A percepção de preços também se mostrou afetada pelo tamanho do domicílio e pela presença de crianças na casa. O aumento do tamanho do domicílio aumenta PP em 7%, o que leva a crer que, dado o montante maior de despesas, a busca por economia nas compras seja maior. Contudo, tal evidência é somente sustentada para domicílios de uma pessoa apenas. A partir de dois moradores, a média da percepção de preços (*factor score*) não foi estatisticamente diferente. Já a presença de crianças diminui PP em 8%, o que pode refletir uma busca menor por economia na compra de alimentos a fim de satisfazer as necessidades das mesmas.

O prazer na cozinha teve impacto negativo de 24% sobre a percepção de restrição de tempo e 11% positivo na percepção dos preços. Para o primeiro caso, observa-se que, o valor subjetivo que o indivíduo percebe na prática culinária, proporcionado pelo prazer e pela satisfação proporcionados pelo preparo de refeições, pode levá-lo a passar mais tempo envolvido em sua realização, sentindo-se menos pressionado em termos de tempo, como sugeriu o estudo de Davies (1997). Quanto ao impacto na percepção dos preços dos alimentos, acredita-se que o mesmo prazer que leva os consumidores a sentir uma menor pressão de tempo para atividades culinárias, lhes permita dedicar mais esforços à seleção de alimentos e à busca por melhores preços.

Já o comportamento individualista do consumidor teve impacto positivo em PT (+15%). Observa-se, portanto, que a transformação da agenda alimentar, dos horários de refeições culturalmente predeterminados e da refeição como ato social, aumenta o sentimento de escassez do indivíduo. O ato de beliscar mais e prezar menos por refeições coletivas se relaciona com as pressões de tempo vivenciadas.

A preocupação com o desperdício de alimentos mostrou aumentar PP em 22%. Acredita-se que tal preocupação possa se refletir uma maior busca por economia na compra de alimentos, ou maior preocupação com o quanto se gasta na atividade. A busca pelo evitamento do desperdício também mostrou influência negativa de 14% em PLAN, o que indica que os consumidores mais preocupados com o desperdício são menos orientados à conveniência nesse estágio, implicando um maior dispêndio de tempo e esforços no planejamento alimentar, a fim de ajustar as quantidades que serão compradas e consumidas.

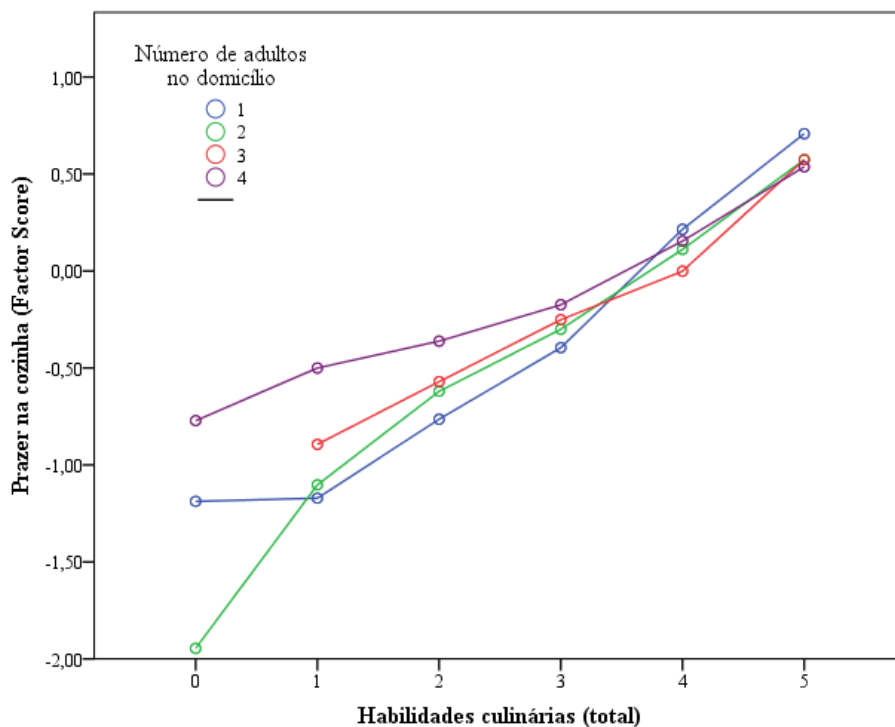
Por fim, observou-se um impacto positivo 15% do comportamento neofóbico sobre LIMP. Indivíduos com comportamento alimentar neofóbico mais forte podem ser mais orientados à conveniência na limpeza da cozinha por acreditarem que o consumo de alimentos desconhecidos ou o preparo de novas receitas pode acarretar uma limpeza mais trabalhosa.

5.5 Escores fatoriais de interesse

A técnica de modelagem de equações estruturais permite a construção de variáveis de escores fatoriais (*factor scores*), as quais refletem, num contínuo padronizado, o valor numérico que indica a localização relativa de um indivíduo em um fator latente. Os escores cumprem exatamente as estipulações do fator comum e são resultantes da AFC, empregada para construção do modelo de mensuração.

A Figura 5.3 apresenta a relação entre o escore fatorial no prazer na cozinha (PRZ) e as habilidades culinárias declaradas. Observa-se que, para todos os tamanhos de domicílio, de apenas uma até quatro pessoas ou mais, o prazer na cozinha tem uma relação positiva com a quantidade de pratos que um indivíduo declara saber preparar.

Figura 5.3. Relação entre habilidades culinárias e o prazer na cozinha, por tamanho do domicílio

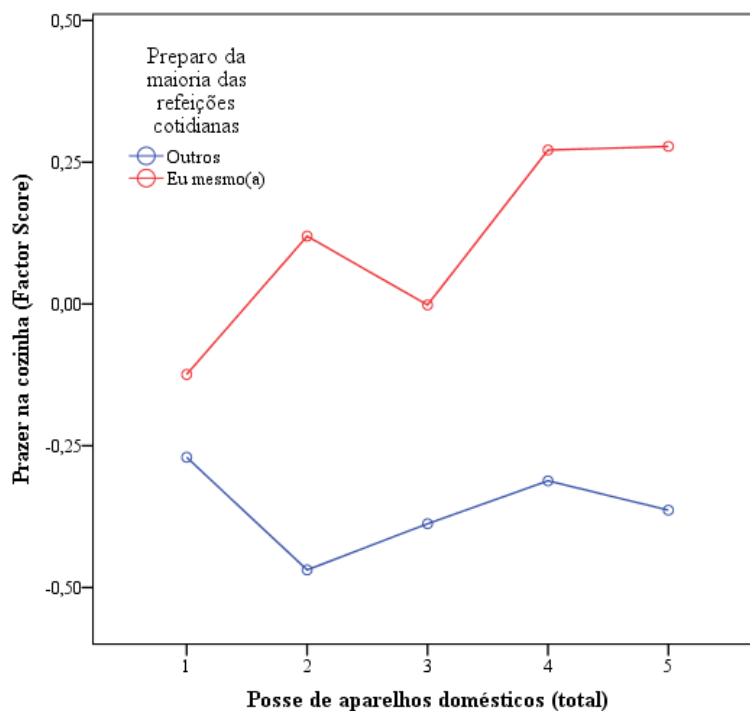


Fonte: Elaborado pela autora.

Nota: O total de habilidades culinárias foi dado pela escala somada (*summated scale*) das habilidades declaradas (arroz, canja de galinha, pudim de leite condensado, churrasco e feijoada). A variável ordinal obtida pode ser interpretada num escalonamento que vai de “0 = nenhuma habilidade culinária” a “5 = muitas habilidades culinárias”.

A Figura 5.4 traz a relação entre a mesma variável atitudinal, o prazer na cozinha, e a posse de utilitários domésticos. Como esperado, percebe-se que o prazer na cozinha é consideravelmente maior para o grupo de pessoas responsáveis pelo preparo de suas próprias refeições no dia-a-dia, relação para a qual se credita um duplo sentido. Nesse grupo, o maior nível de prazer na cozinha coincide com a maior posse de aparelhos domésticos.

Figura 5.4. Relação entre a posse de aparelhos doméstico e o prazer na cozinha, por responsabilidade do preparo das refeições cotidianas

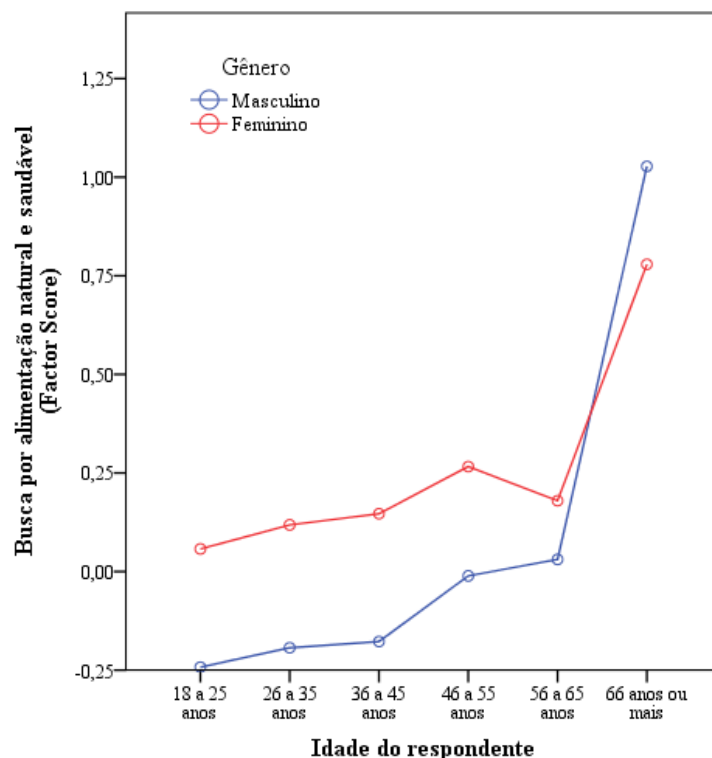


Fonte: Elaborado pela autora.

Nota: O total de aparelhos domésticos foi dado pela escala somada (*summated scale*) da posse de aparelhos domésticos (refrigerador e/ou freezer, micro-ondas, lava-louças, liquidificador, processador/*mixer*). A variável ordinal obtida pode ser interpretada num escalonamento que vai de “1 = posse de apenas um aparelho doméstico” a “5 = posse dos cinco aparelhos domésticos em questão”

A relação entre a idade do respondente e a variável atitudinal de preocupação com uma alimentação saudável (ALS) é relatada na Figura 5.5, por gênero dos respondentes. Pode-se ver que, para ambos os grupos, a preocupação com a saudabilidade da alimentação aumenta com a idade, e que as mulheres são mais preocupadas com o impacto da alimentação sobre a sua saúde até meados dos 50 anos, quando os homens as alcançam nesse quesito.

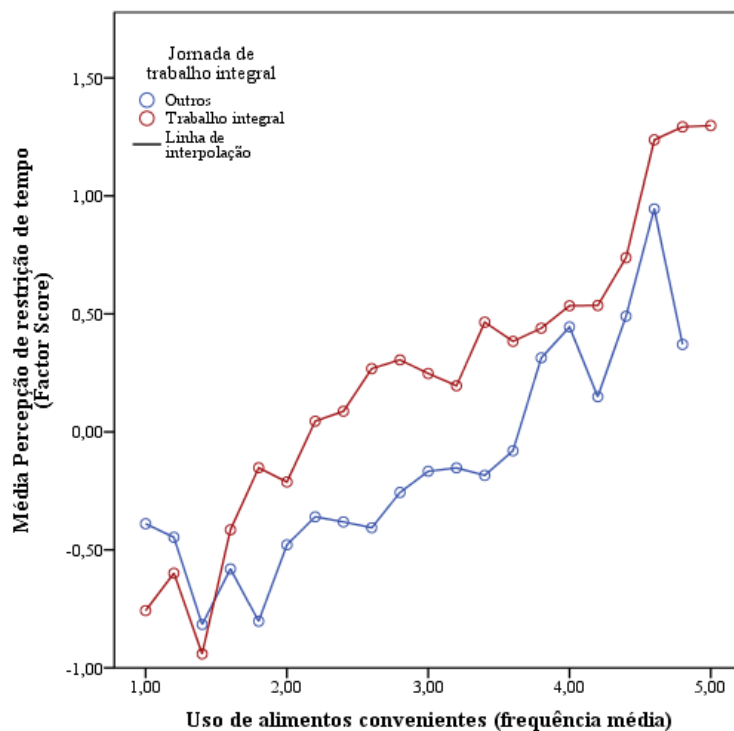
Figura 5.5. Relação entre a idade do respondente e a busca por alimentação saudável, por gênero do respondente



Fonte: Elaborado pela autora.

O escore fatorial de percepção de restrição de tempo (PT) foi relacionado com o uso médio de alimentos convenientes por grupo de jornada de trabalho dos indivíduos (grupo “1” com jornada de trabalho integral e “0” para todas as outras situações empregatícias). A frequência do uso de alimentos convenientes aumenta conforme aumenta a percepção das pressões relativas ao tempo disponível, declaradas pelos indivíduos. Entretanto, quando comparados o grupo com jornada integral de trabalho ao das demais situações, não houve diferença visível em relação à intensificação de PT sobre o uso de alimentos convenientes (Figura 5.6).

Figura 5.6. Relação entre o uso médio de alimentos convenientes e a percepção de restrição de tempo, por jornada de trabalho do respondente

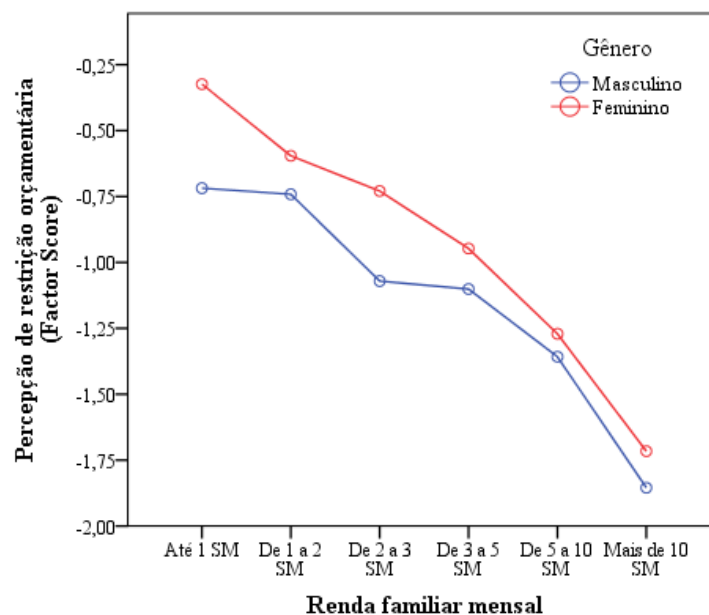


Fonte: Elaborado pela autora.

Nota: A frequência média do uso de alimentos convenientes foi calculada pela escala média somada (*summated average scale*) de uso das categorias de alimentos pesquisadas (variáveis uac1, uac2, uac3, uac4, uac5). A variável obtida pode ser interpretada numa escala contínua que vai de “1 = uso muito pouco frequente” a “5 = uso intenso, muito frequente”.

A Figura 5.7 apresenta a relação entre a renda familiar e o escore fatorial de percepção de restrição orçamentária (PO), de acordo com o gênero do respondente. Como indicado pelas relações estruturais obtidas, as mulheres apresentam uma percepção de restrição orçamentária suavemente superior aos homens, em todas as classes de renda. Ainda, a percepção decresce conforme a renda do indivíduo, para ambos os gêneros, como esperado.

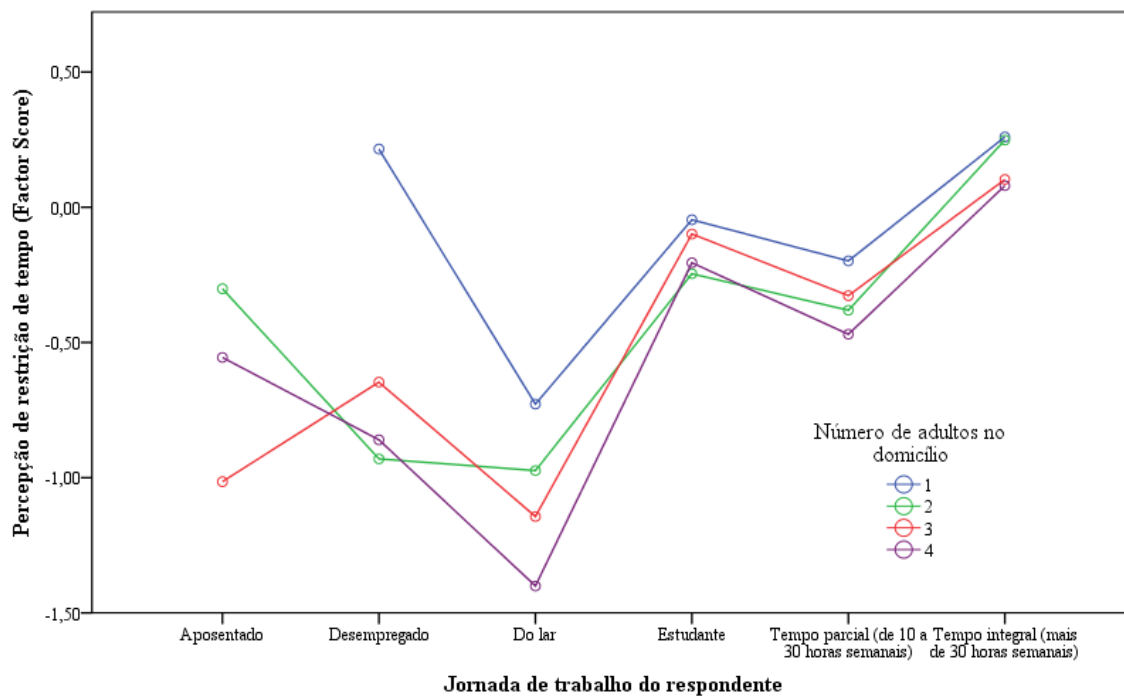
Figura 5.7. Relação entre a renda familiar mensal e a percepção de restrição orçamentária, por gênero do respondente



Fonte: Elaborado pela autora.

A relação entre a situação empregatícia do respondente e a variável atitudinal de percepção de restrição de tempo (PT), de acordo com o tamanho do domicílio, é apresentada na Figura 5.8. Percebe-se que indivíduos que moram sozinhos e trabalham mais de 30 horas por semana têm altos escores na percepção da pressão de tempo. Indivíduos com a mesma carga de trabalho, mas que moram com mais de três pessoas, têm uma percepção de pressão de tempo suavemente menor, o que pode estar relacionado ao menor acúmulo das responsabilidades domésticas neste caso.

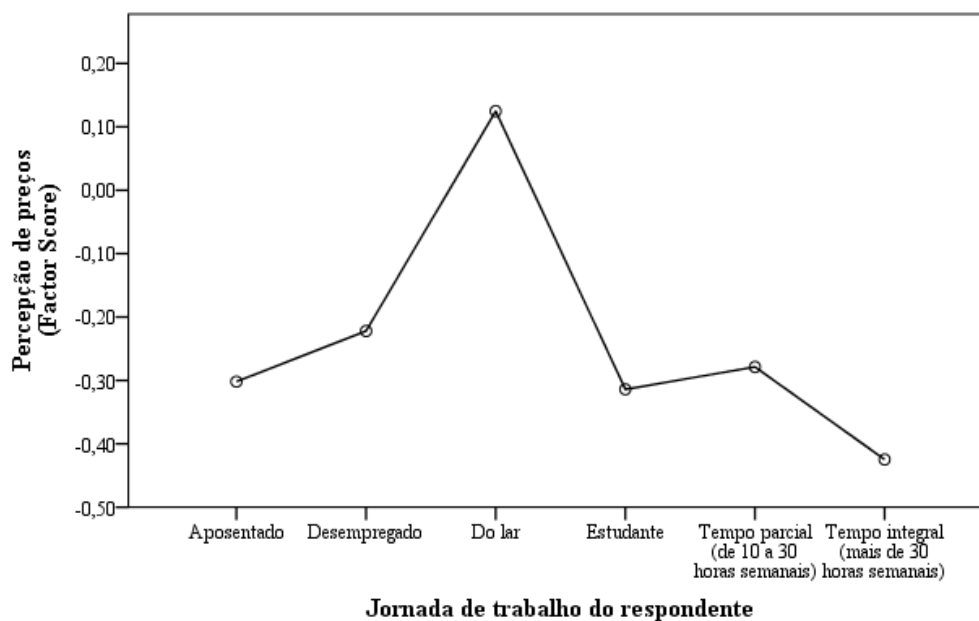
Figura 5.8. Relação entre a jornada de trabalho do respondente e a percepção de restrição de tempo, por tamanho do domicílio



Fonte: Elaborado pela autora.

Como mostra a Figura 5.9, diferentes tipos regime de trabalho e situação profissional têm também impactos particulares nos escores de percepção de preços (PP). Donas de casa, por exemplo, são mais propensas a gastar mais esforços na busca de bons preços e promoções na compra de alimentos, fato que pode estar relacionado ao maior senso de responsabilidade para com as tarefas domésticas. Já os indivíduos com jornada integral de trabalho são os que menos dispõem esforços nessa atividade.

Figura 5.9. Relação entre a jornada de trabalho do respondente a percepção de preços

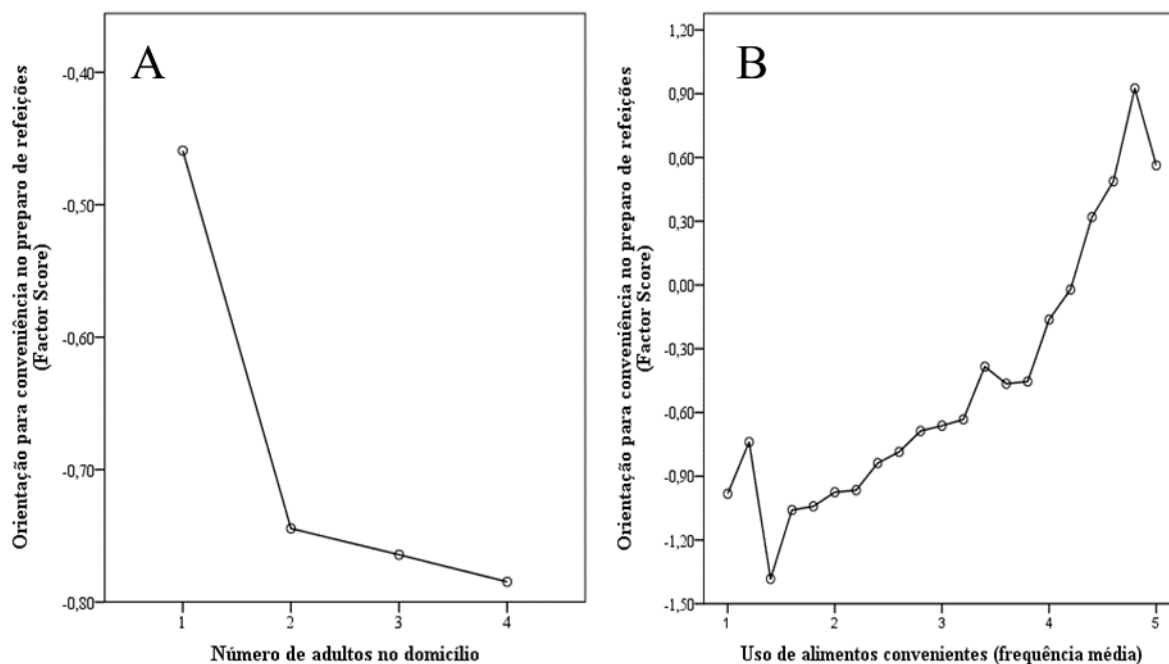


Fonte: Elaborado pela autora.

Além disso, indivíduos com jornada de trabalho integral declararam uma percepção de restrição orçamentária menor que aqueles em outro regime de trabalho – trabalho em tempo parcial, aposentados, estudantes, etc. – (contraste entre grupos PO fator *score* = -0,29, $t = -7,88$; $p < 0,001$), o que pode favorecer o consumo de alimentos de maior valor agregado.

A Figura 5.10 mostra a relação entre a orientação para conveniência no preparo de refeições e o número de adultos no domicílio (A) e o uso médio de alimentos convenientes (B). Percebe-se que a orientação para conveniência nesse estágio do provisionamento de alimentos é máxima quando o indivíduo mora sozinho, e decai conforme aumenta o número de moradores do domicílio.

Figura 5.10. Relação entre a orientação para conveniência no preparo de refeições e o tamanho do domicílio (A) e o uso médio de alimentos convenientes (B)

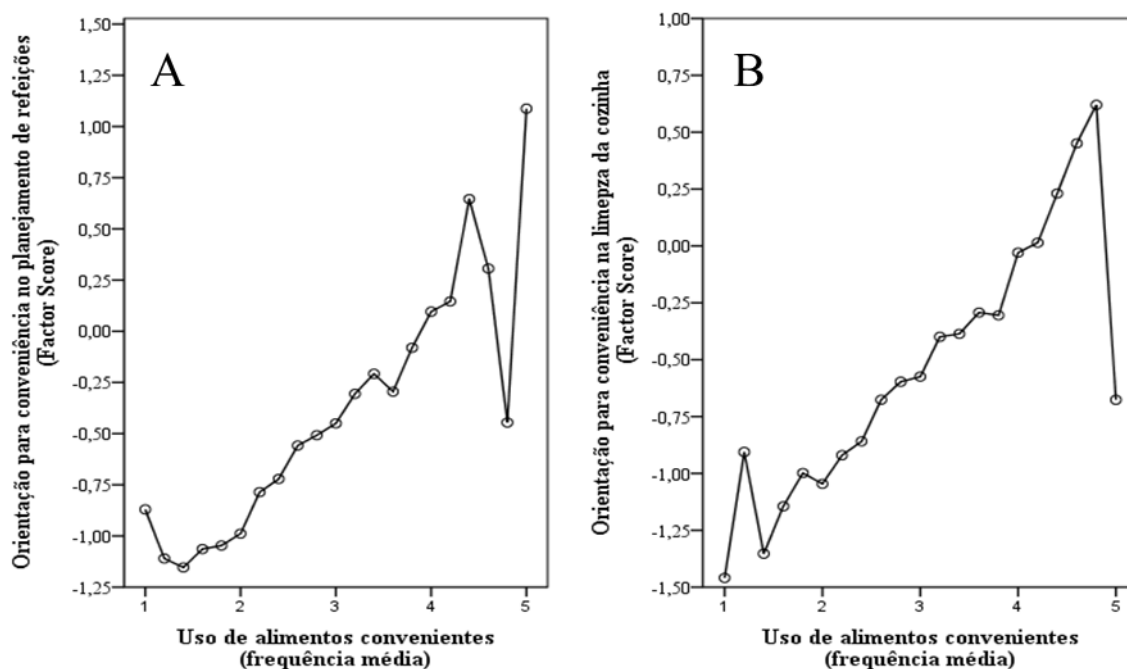


Fonte: Elaborado pela autora.

Nota: A frequência média do uso de alimentos convenientes foi calculada pela escala média somada (*summated average scale*) de uso das categorias de alimentos pesquisadas (variáveis uac1, uac2, uac3, uac4, uac5). A variável obtida pode ser interpretada numa escala contínua que vai de “1 = uso muito pouco frequente” a “5 = uso intenso, muito frequente”.

Ademais, é possível observar como o uso de alimentos convenientes é incrementado pelo aumento da orientação para conveniência no preparo de refeições. A Figura 5.11 mostra o incremento no uso relacionado ao aumento da orientação para conveniência nos estágios de planejamento de refeições (A) e limpeza da cozinha (B).

Figura 5.11. Relação entre a orientação para conveniência no planejamento de refeições (A) e na limpeza da cozinha (B) e o uso médio de alimentos convenientes



Fonte: Elaborado pela autora.

Nota: A frequência média do uso de alimentos convenientes foi calculada pela escala média somada (*summated average scale*) de uso das categorias de alimentos pesquisadas (variáveis uac1, uac2, uac3, uac4, uac5). A variável obtida pode ser interpretada numa escala contínua que vai de “1 = uso muito pouco ou pouco frequente” a “5 = uso intenso, muito frequente”.

As variáveis de escores fatoriais traduzem relações entre variáveis observadas e os fatores obtidos por AFC de forma objetiva. Sua exploração e análise pode ser de grande valor para complementar a interpretação das relações obtidas na modelagem de equações estruturais. A apresentação e a discussão de algumas dessas relações concluem o capítulo de discussão dos resultados.

O Quadro 5.1 apresenta um sumário das relações evidenciadas pela análise dos dados. Tais afirmativas podem ser traduzidas em implicações gerenciais e orientações de marketing, contribuindo assim para a discussão de estratégias mercadológicas.

Quadro 5.1 Sumário dos principais resultados por tipo de variáveis

Variáveis sociodemográficas	
Gênero	<ul style="list-style-type: none"> • As mulheres usam menos alimentos convenientes que os homens • O número de mulheres responsáveis por suas próprias refeições é relativamente maior que o de homens neste quesito • Mulheres apresentam uma percepção de restrição orçamentária suavemente superior aos homens, em todas as classes de renda • Mulheres têm uma percepção de restrição de tempo maior do que os homens

	<ul style="list-style-type: none"> • As mulheres têm uma percepção de restrição orçamentária maior que os homens • As mulheres apresentam uma maior preocupação com uma alimentação saudável que os homens
Renda	<ul style="list-style-type: none"> • A renda é uma forte preditora da percepção de limite orçamentário para a compra de alimentos, de forma que indivíduos mais abastados percebem um maior orçamento para a aquisição de alimentos • A renda apresenta forte correlação positiva com o grau de educação do indivíduo
Jornada de trabalho	<ul style="list-style-type: none"> • A jornada de trabalho integral aumenta a percepção de restrição de tempo disponível do consumidor • A jornada integral do cônjuge aumenta o uso de alimentos convenientes • Indivíduos com jornada de trabalho integral apresentam uma percepção de restrição orçamentária menor que aqueles em outro regime de trabalho, o que pode favorecer o consumo de alimentos de maior valor agregado • Indivíduos com jornada de trabalho integral são menos propensos a despende esforços na busca de bons preços e promoções na compra de alimentos • Donas de casa são propensas a gastar maiores esforços na busca de bons preços e promoções na compra de alimentos
Grau de educação	<ul style="list-style-type: none"> • O grau de educação se relaciona negativamente com o uso de alimentos convenientes
Idade	<ul style="list-style-type: none"> • A idade tem relação negativa com a percepção de restrição de tempo e com a percepção de restrição orçamentária
Tamanho do domicílio	<ul style="list-style-type: none"> • O tamanho do domicílio tem relação negativa com a percepção de restrição de tempo • Indivíduos que moram sozinhos e trabalham mais de 30 horas por semana têm altos escores na percepção da pressão de tempo
Habilidades culinárias	<ul style="list-style-type: none"> • As habilidades culinárias se relacionam positivamente com o uso de alimentos convenientes, indicando que o “saber-fazer” é dissociado de querer ou ter disponibilidade para cozinhar
Posse de aparelhos domésticos	<ul style="list-style-type: none"> • A posse de aparelhos domésticos aumenta conforme aumenta o prazer declarado nas atividades culinárias
Variáveis psicográficas	
Percepção de tempo e orçamento disponíveis e de preços	<ul style="list-style-type: none"> • A percepção de restrição de tempo aumenta o uso de alimentos convenientes, indicando que o aumento de tempo disponível pode favorecer a compra de produtos com menor valor agregado • 60% dos respondentes declararam sentir que seu tempo é escasso • A percepção de restrição de tempo tem uma relação direta com a orientação para conveniência no planejamento alimentar, no preparo de refeições e na limpeza da cozinha • O impacto da percepção de restrição de tempo no uso de alimentos convenientes é aumentado pela orientação para conveniência no planejamento e no preparo das refeições (efeito indireto)
Orientação para conveniência	<ul style="list-style-type: none"> • O principal preditor para o uso de alimentos convenientes é a orientação para conveniência no planejamento alimentar, no preparo de refeições e na limpeza da cozinha • A orientação para conveniência no preparo de alimentos é máxima quando o indivíduo mora sozinho, e decai conforme aumenta o número de moradores do domicílio.
Prazer na cozinha	<ul style="list-style-type: none"> • Quanto maior o envolvimento com a prática culinária, menor a orientação para conveniência no planejamento alimentar, no preparo de refeições e na limpeza da cozinha • Quanto maior o envolvimento com a prática culinária, menor a percepção de restrição de tempo para atividades relacionadas à alimentação • O prazer na cozinha tem uma relação positiva com a quantidade de pratos que um indivíduo declara saber preparar

	<ul style="list-style-type: none"> • Quanto maior o envolvimento com a prática culinária, menor a percepção de restrição de tempo relativa a atividades culinárias, de forma que o valor subjetivo que o indivíduo percebe nessas atividades faz com que ele se sinta menos pressionado em termos de tempo • Pessoas que são responsáveis por suas próprias refeições no dia-a-dia declaram maior prazer nas atividades culinárias, numa relação de possível duplo sentido
Alimentação saudável	<ul style="list-style-type: none"> • A preocupação com uma alimentação natural impacta negativamente o uso de alimentos convenientes, o que revela espaço de mercado para produtos convenientes com apelo funcional ou orgânico • A preocupação com uma alimentação saudável aumenta com a idade do indivíduo
Individualismo	<ul style="list-style-type: none"> • O comportamento individualista é positivamente relacionado com a orientação para conveniência no planejamento alimentar, no preparo de refeições e na limpeza da cozinha • O comportamento individualista do consumidor impacta positivamente sua percepção de restrição de tempo
Neofobia	<ul style="list-style-type: none"> • Quanto mais forte o comportamento neofóbico na alimentação, maior a orientação para conveniência na limpeza da cozinha
Desperdício de alimentos	<ul style="list-style-type: none"> • A preocupação com o desperdício de alimentos tem impacto negativo no uso de alimentos convenientes • A preocupação com o desperdício de alimentos afeta negativamente a orientação para conveniência no planejamento de refeições

Fonte: Elaborado pela autora.

Os principais resultados aqui apresentados serão brevemente elencados nas considerações finais do trabalho.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste capítulo apresentam-se as considerações finais da tese. A primeira seção apresenta os resultados do trabalho, no que se refere ao atendimento da questão de pesquisa, dos objetivos propostos e à validação das hipóteses formuladas. Na sequência, discorre-se sobre as contribuições teóricas do trabalho e as implicações gerenciais dos resultados obtidos. Por fim, são apresentadas as principais limitações observadas durante o desenvolvimento da pesquisa e também as recomendações para trabalhos futuros acerca da temática aqui abordada.

6.1 Resumo do estudo e principais resultados

Esta tese se propôs a responder às seguintes questões de pesquisa: “Como a orientação para conveniência dos indivíduos influencia seu comportamento alimentar em termos do uso de alimentos convenientes? Quais os papéis dos determinantes sociodemográficos e atitudinais sobre tal comportamento?”. Analogamente à questão de pesquisa, o objetivo principal do estudo foi o de **propor um modelo conceitual para representação da influência de variáveis sociodemográficas e atitudinais dos indivíduos no seu consumo domiciliar de alimentos convenientes.**

Neste trabalho, a conveniência foi tratada como um construto multidimensional, e o “alimento conveniente” ou “alimento de conveniência” foi definido como “aquele que ajuda o consumidor a minimizar o tempo, bem como os esforços físicos e mentais, no preparo de refeições, no consumo e na limpeza” (Brunner et al., 2010, p. 498).

A partir dessa definição, os alimentos aqui estudados foram classificados de acordo com a complexidade da elaboração do produto combinada com o tempo e os esforços físicos demandados para o consumo, em concordância com o proposto por Botonaki e Mattas (2010), Brunner et al. (2010), Costa et al. (2001), Daniels et al. (2015) e Harrison (1979). A classificação utilizada, embora superficial, cumpriu o propósito de nortear a pesquisa e garantir a discussão dos resultados com base na literatura pesquisada.

O levantamento do referencial teórico sobre a conveniência no âmbito alimentar, incluindo suas dimensões, a evolução do conceito e suas definições (Capítulo 2) permitiu a construção de um modelo teórico-conceitual (Figura 3.1) e a definição dos construtos e variáveis avaliados na pesquisa de levantamento. Duas principais abordagens teóricas dão suporte ao modelo apresentado: a teoria da produção doméstica, de Becker (1965), e a teoria da orientação para conveniência no âmbito alimentar, de Candel (2001).

O uso de alimentos convenientes consistiu no principal construto do modelo proposto, e foi mensurado por indicadores de frequência de uso de cinco categorias de alimentos convenientes. Os demais construtos latentes foram divididos em três diferentes grupos: os recursos percebidos (incluindo a percepção de restrição orçamentária, a percepção de restrição de tempo e a percepção de preços), a orientação para conveniência no provisionamento de alimentos (nos estágios de planejamento alimentar, preparo de refeições e limpeza da cozinha) e os fatores atitudinais individuais (o prazer na cozinha, a busca por uma alimentação saudável, o comportamento individualista, o comportamento neofóbico e a preocupação com o desperdício de alimentos).

As variáveis manifestas dos consumidores, aqui denominadas “recursos objetivos”, incluíram a renda familiar mensal, a idade, o gênero e o grau de instrução do respondente, a jornada de trabalho do indivíduo e do cônjuge (se aplicável), as habilidades culinárias declaradas, a posse de aparelhos domésticos, o tamanho do domicílio e a presença de crianças.

Por meio dos resultados obtidos com o levantamento quantitativo numa amostra de consumidores paulistas, foi possível relacionar os conceitos desenvolvidos no capítulo de referencial teórico com os objetivos específicos propostos no início desta pesquisa. As relações entre os construtos latentes e as variáveis manifestas foram testadas por meio da modelagem de equações estruturais, a qual permitiu a definição de efeitos diretos e efeitos de mediação (indiretos) entre as variáveis em questão. Cabe salientar que a maior parte dos efeitos significativos obtidos na análise foi de natureza moderada ou leve.

Dentre as variáveis de maior impacto positivo no uso de alimentos convenientes, merecem destaque a orientação para conveniência no provisionamento alimentar, nos estágios de planejamento, preparo e limpeza da cozinha, e a percepção de restrição de tempo, tanto de forma direta quando indireta (mediada pela orientação para conveniência). Já em relação a impactos negativos, destaca-se o papel da busca por uma alimentação natural e saudável, a qual tende a restringir o uso desses produtos.

Os resultados indicam que a renda é uma forte preditora da percepção de limite orçamentário para a compra de alimentos, enquanto uma jornada de trabalho de mais de 30 horas semanais tem grande impacto na percepção de tempo disponível do consumidor.

Ainda, cabe ressaltar a importância indireta do prazer obtido em atividades culinárias sobre o uso de alimentos convenientes. Observou-se que o aumento do mesmo impacta negativamente tanto a orientação para conveniência no provisionamento de

alimentos como a percepção de restrição de tempo, variáveis de forte relevância na explicação do uso de alimentos convenientes.

Por fim, considerando os resultados obtidos nesta pesquisa, pode-se concluir que a tendência de demanda por conveniência não impacta a todos os indivíduos da mesma forma, sendo mais prevalente em determinados perfis de consumidores. Diferentes construtos atitudinais e a percepção de recursos, bem como hábitos alimentares e a composição domiciliar, podem variar muito entre estratos de renda, gênero, idade, grau de educação, dentre outros.

Os resultados desse trabalho são relevantes para todos aqueles interessados no conhecimento do comportamento do consumidor paulista de alimentos convenientes. As relações observadas entre o perfil do consumidor e uma série de fatores atitudinais podem promover o entendimento dos motivos pelos quais os consumidores consomem, ou evitam consumir, tais produtos.

6.2 Contribuições teóricas

A principal contribuição acadêmica deste trabalho consiste na construção e validação do modelo conceitual proposto. A partir dos estudos de Botonaki et al. (2008) e Scholderer e Grunert (2005), foi formulado um modelo de relações mais complexo, via adição de outras variáveis latentes exógenas. Tais variáveis incluem construtos atitudinais amplamente discutidos na literatura do tema, mas cujos efeitos sobre o consumo de alimentos convenientes, mediados pela orientação para conveniência do consumidor, ainda não haviam sido testados em conjunto.

O teste e a validação do modelo também contribuíram no sentido de indicar novas relações entre construtos atitudinais, como o prazer na cozinha e a percepção de tempo ou a preocupação com o desperdício de alimentos e a orientação para conveniência no planejamento alimentar. Tais relações, entre outras obtidas pela técnica de construção do modelo estrutural por adição de blocos, pode orientar novas linhas de pesquisa sobre o comportamento do consumidor de alimentos convenientes.

Quanto aos construtos e suas respectivas escalas de medição, salienta-se que estas foram identificadas na literatura e previamente validadas em pesquisas internacionais anteriores. Assim, sua utilização nesta pesquisa permitiu sua validação numa realidade brasileira, além de pequenos ajustes de adequação. Os resultados indicam que todos os construtos utilizados no modelo estrutural e as escalas empregadas, após purificação, de fato mediram aquilo que foi proposto.

As escolhas alimentares são abundantes no cotidiano, e o entendimento de como os consumidores fazem essas escolhas e os *trade-offs* envolvidos nesse processo é de grande interesse acadêmico. Uma menor predisposição ou disponibilidade para cozinhar, por exemplo, podem ter grande impacto na qualidade do aporte alimentar de um indivíduo.

6.3 Implicações gerenciais

A propaganda de jantares prontos congelados da Swanson Foods, da década de 1950 (“Eu estou atrasado(a), mas o jantar não será!”), sumariza a essência da dinâmica social atrelada aos alimentos convenientes (JACKSON; VIEHOFF, 2016). A mensagem indica que é possível manter uma agenda de trabalho ou social ocupada sem sacrificar o valor e o sabor característicos das refeições caseiras, conceito que se busca atrelar a alimentos de conveniência até os dias atuais. Tais produtos tendem a ser cada vez mais presentes na vida dos consumidores, que enfrentam condições de frequente pressão de tempo, envolvendo horários sociais concorrentes e a orquestração de rotinas domésticas complexas.

Entretanto, os alimentos convenientes são frequentemente vistos como opções dietéticas pouco saudáveis e pouco sustentáveis, atrelados a um baixo valor nutricional e embalagens desnecessárias (JACKSON; VIEHOFF, 2016). Nesse cenário, ao trabalhar no desenvolvimento de versões cada vez mais saudáveis de alimentos convenientes, a indústria pode prover os consumidores de alternativas nutricionalmente interessantes para incrementar suas refeições, reduzindo, assim, o risco de monotonia na dieta, principalmente para pessoas pouco interessadas em atividades relacionadas ao provisionamento de alimentos, como cozinhar ou planejar refeições.

Os resultados deste estudo enfatizam a necessidade de se traçar diferentes estratégias para diferentes públicos. Consumidores que vivenciam maiores pressões de tempo podem se interessar mais por produtos que poupem tempo no preparo e façam pouca sujeira na cozinha, enquanto aqueles que declaram maior preocupação em manter uma alimentação saudável podem ser mais facilmente atingidos por apelos naturais atrelados à praticidade. Possivelmente, o composto promocional terá grande impacto na determinação da escolha do consumidor em optar por um alimento conveniente em seu cardápio, e de qual categoria.

Para a indústria de alimentos, o oferecimento de atributos que fomentem atitudes positivas frente a alimentos convenientes é essencial para a ampliação sustentável do

mercado desses produtos. Isso pode incluir, por exemplo, uma maior oferta de opções saudáveis de alimentos pré-prontos ou maiores esforços na preservação da palatabilidade de alimentos de baixo processamento, garantindo que o consumidor não se sinta lesado em termos de qualidade sensorial ou nutricional quando adquire uma versão conveniente de determinado alimento.

Entre os dois extremos de consumidores – os consumidores ávidos de alimentos convenientes e os que nem cogitam comprar tais produtos – existe uma grande parcela de mercado que pode ser explorada. Os indivíduos que consomem tais produtos moderadamente podem não ter recursos financeiros, confiança na qualidade ou, simplesmente, podem ter uma orientação para conveniência muito fraca.

Graças à grande diversidade cultural da população brasileira e ao movimento de globalização alimentar, o mercado dos alimentos de conveniência tem amplo espaço para crescimento no País. Entender as razões que permeiam o aumento da demanda de alimentos convenientes é fundamental para o estabelecimento de estratégias de marketing efetivas. Os resultados deste trabalho podem orientar a indústria numa comunicação mais eficaz com seu mercado alvo. Nesse sentido, a amostra apresenta um nível educacional de renda consideravelmente maior do que a média da população brasileira e, portanto, representa a “nata” do mercado. Assim, enquanto os entrevistados não são representativos da população, eles representam um segmento atrativo e crescente para a indústria de alimentos.

Um ponto importante deve ser ressaltado sobre esse perfil de consumidores. No Brasil, o ainda baixo custo do trabalho doméstico pode dificultar o mercado dos alimentos convenientes. As funcionárias domésticas, amplamente presentes nos lares do País, são frequentemente responsáveis por cozinhar (BARCELLOS et al., 2009; PEREZ et al., 2008). Isso pode implicar uma baixa predisposição do responsável pelas compras de alimentos do domicílio para adquirir alimentos cujo diferencial seja a praticidade, cujo preço é notadamente superior ao alimento tradicional (PEREZ et al., 2008), tendo em vista que o preparo da refeição será terceirizado. Salienta-se, contudo, que tal realidade se transforma continuamente, e há uma tendência para que esse tipo de serviço se torne cada vez mais caro.

De forma objetiva, o conhecimento das relações estabelecidas entre o uso da conveniência, as percepções de tempo e esforço e as características individuais pode promover o entendimento do que a conveniência significa para as pessoas, e como é empregada. Num mercado em que a demanda por conveniência cresce continuamente, tal

entendimento pode embasar a identificação das circunstâncias nas quais a conveniência é valorizada, e então entregá-la ao consumidor.

Este estudo aponta que um dos principais motivadores do crescimento do consumo de alimentos convenientes é o aumento da orientação para conveniência no provisãoamento de alimentos. Mais que um atributo de alguns produtos, a conveniência é um construto que permeia o comportamento do consumidor (YALE; VENKATESH, 1986). Nesse sentido, a indústria deve assimilar a complexidade da conveniência para determinar os segmentos de consumidores que a demandam e, assim, atribuir conveniência a seus produtos de forma assertiva.

A análise do mercado, em termos de informações sobre variáveis que permitem inferências sobre a atratividade do produto, é fundamental para que a indústria adapte suas atividades para influenciar o comportamento do consumidor, ganhando vantagem competitiva (GRUNERT et al., 1993). O consumidor é ainda a base para otimização dos planos de ação, e o entendimento do seu comportamento de compra e consumo pode basear decisões relativas à gama de produtos, formato de vendas, comunicação e promoção (AURIRER; SIRIEIX, 2004).

6.4 Limitações da pesquisa

Dentre as limitações encontradas no desenvolvimento deste trabalho, ressaltam-se aquelas relacionadas à amostragem de conveniência, ao método de coleta de dados, e à precisão de mensuração do uso de alimentos convenientes.

Vale destacar que este trabalho tratou do comportamento de consumo de alimentos convenientes com base numa amostra não probabilística de consumidores paulistas. Dessa forma, os resultados aqui expostos representam características da amostra em questão, e quaisquer generalizações devem ser cautelosas.

É preciso considerar que o recrutamento eletrônico de respondentes é passível de tendenciosidade e, portanto, os indivíduos que participam de uma amostra por conveniência podem ter características diversas daquelas que definem a população-alvo. Além disso, sobre esse método de coleta, cabe ressaltar que algumas pessoas não respondem a questionários *on-line* por receio da internet, de vírus e até mesmo por não conhecerem o pesquisador responsável.

Ainda, é importante reforçar que a mensuração do uso de alimentos convenientes pode ser uma tarefa difícil, uma vez que os consumidores frequentemente combinam diferentes categorias desses produtos em práticas diversas de preparo e consumo de

refeições (JACKSON; VIEHOFF, 2016). Dessa forma, a investigação mais acurada de uso de alimentos convenientes em diferentes contextos pode promover discussões mais profundas sobre suas variáveis preditoras, uma vez que as práticas reconstruídas podem não ser muito confiáveis (KHAN; HACKLER, 1981, POULAIN; PROENÇA, 2003b).

Outro ponto importante a ser considerado na interpretação dos resultados é que o responsável pela compra de alimentos no domicílio nem sempre é o mesmo que prepara as refeições. Enquanto o responsável pelas compras determina a disponibilidade de alimentos no domicílio, o responsável pelo preparo determina seu processamento e a estrutura das refeições compartilhadas, transmitindo atitudes nutricionais ao restante do domicílio (LARSON; STORY, 2009). Assim, a separação clara dessas funções pode promover resultados mais acurados acerca do impacto da orientação para conveniência, principalmente no estágio de preparo de refeições, sobre o uso efetivo de alimentos convenientes.

6.5 Sugestões para trabalhos futuros

Com base nas limitações citadas na seção anterior e na revisão da literatura deste trabalho, podem ser feitas sugestões para pesquisas futuras.

Salienta-se que existe um grande espaço para o estudo de como os alimentos convenientes são percebidos pelos consumidores e como tais produtos se inserem crescentemente nas práticas alimentares cotidianas. Assim, dois pontos podem ser de grande relevância para pesquisas futuras: (1) a percepção dos consumidores sobre diferentes categorias de alimentos convenientes e sua relação com a intenção de consumir tais alimentos, e (2) a aceitação de diferentes categorias desses alimentos em diferentes refeições e/ou contextos sociais de consumo.

Ainda, podem ser direcionados esforços para elucidar outros fatores que mediam associações positivas e negativas entre as atitudes do consumidor e o uso de alimentos convenientes, além da orientação para conveniência e recursos percebidos. Tais fatores podem incluir variáveis situacionais e culturais, bem como outros fatores atitudinais, como a preocupação com o meio ambiente e o conhecimento nutricional do indivíduo.

Os dados aqui utilizados foram coletados pela técnica de amostragem de conveniência, a qual pode comprometer a validade externa dos resultados. Estudos futuros podem considerar uma amostragem sistemática da população para garantir sua representatividade. Além disso, pode-se estender o foco de interesse para demais regiões do país, ou mesmo para outros países.

A proposta de uma classificação para alimentos convenientes foge ao escopo deste trabalho. Contudo, tal empreitada no contexto brasileiro, visando a complementar o trabalho de Monteiro et al. (2010), pode ser de grande relevância acadêmica e prática.

A aplicação de inquéritos sistemáticos sobre consumo, mudanças, percepções, representações, gostos e práticas alimentares, tendo o consumidor como centro da cadeia agroalimentar, é fundamental para o desenvolvimento e a manutenção de estratégias efetivas de produção e marketing de produtos, e podem constituir diferenciais essenciais num mercado cada vez mais competitivo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACOCK, A. A. **Discovering Structural Equation Modeling Using Stata**. Revised Ed ed. Texas: Stata Press, 2013.
- ADAMS, J.; GOFFE, L.; ADAMSON, A. J.; et al. Prevalence and socio-demographic correlates of cooking skills in UK adults: cross-sectional analysis of data from the UK National Diet and Nutrition Survey. **International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity**, v. 12, n. 1, p. 99, 2015. International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity.
- ADAMS, J.; GOFFE, L.; BROWN, T.; et al. Frequency and socio-demographic correlates of eating meals out and take-away meals at home: cross-sectional analysis of the UK national diet and nutrition survey, waves 1-4 (2008-12). **The international journal of behavioral nutrition and physical activity**, v. 12, n. 1, p. 51, 2015.
- AGRICULTURE AND AGRI-FOOD CANADA. **Consumer Trend Report: Convenience**. Canada, 2010.
- AHLGREN, M. K.; GUSTAFSSON, I.; HALL, G. The Impact of the Meal Situation on the Consumption of Ready Meals. **International Journal of Consumer Studies**, v. 29, n. 6, p. 485–492, 2005.
- ALESSI, N. P. Conduta alimentar e sociedade. **Medicina (Ribeirão Preto)**, v. 39, n. 3, p. 327–332, 2006.
- ALVENSLEBEN, R. VON. Consumer Behaviour. In: D. I. Padberg; C. Ritson; L. M. Albisu (Orgs.); **Agro-food marketing**. p.209–224, 1997. Cab International.
- ANDERSON, J. C.; GERBING, D. W. Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. **Psychological Bulletin**, v. 103, n. 3, p. 411–423, 1988.
- ANTIL, J. H. Consumer Perceptions of Convenience Food Users. **Advances in Consumer Research Volume**, v. 14, p. 558–61, 1987.
- ARIFIN, W. N. The Graphical Assessment of Multivariate Normality Using SPSS. **Education in Medicine Journal**, v. 7, n. 2, p. 71–75, 2015.
- ASP, E. H. Factors affecting food decisions made by individual consumers. **Food Policy**, v. 24, n. 2–3, p. 287–294, 1999.
- AURIRER, P.; SIRIEIX, L. **Le Marketing des Produits Agroalimentaires**. Paris: Dunod, 2004.
- BAE, H.-J.; CHAE, M.-J.; RYU, K. Consumer behaviors towards ready-to-eat foods based on food-related lifestyles in Korea. **Nutrition Research and Practice**, v. 4, n. 4, p. 332, 2010.
- BAPTISTA, M. A. A. **Conselhos de administração e Monitoração da Implementação Estratégica: Um Modelo de Eficácia**, 2013.
- BARCELLOS, M. D. DE; AGUIAR, L. K.; FERREIRA, G. C.; VIEIRA, L. M. Willingness to try innovative food products: a comparison between British and Brazilian consumers. **BAR. Brazilian Administration Review**, v. 6, n. 1, p. 50–61, 2009.
- BATISTA, M. T.; LIMA, M. L. Comer O Quê Com Quem? Influência Social Indirecta no Comportamento Alimentar Ambivalente. **Psicologia: reflexão e crítica**, v. 26, n. 1, p. 113–121, 2013.
- BAVA, C. M.; JAEGER, S. R.; PARK, J. Constraints upon food provisioning practices in “busy” women’s lives: trade-offs which demand convenience. **Appetite**, v. 50, n. 2–3, p. 486–98, 2008.
- BECK, M. E. Dinner preparation in the modern United States. **British Food Journal**, v. 109, n. 7, p. 531–547, 2007.
- BECKER, G. A Theory of the Allocation of Time. **The Economic Journal**, v. 75, n. 299,

p. 493–517, 1965.

BEHRENS, J. H.; BARCELLOS, M. N.; FREWER, L. J.; et al. Consumer purchase habits and views on food safety: A Brazilian study. **Food Control**, v. 21, n. 7, p. 963–969, 2010. Elsevier Ltd.

BENTLER, P. M.; BONETT, D. G. Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. **Psychological Bulletin**, v. 88, n. 3, p. 588–606, 1980.

BERRY, L. L.; SEIDERS, K.; GREWAL, D. Understanding Service Convenience. **Journal of Marketing**, v. 66, n. 3, p. 1–17, 2002.

BILLOR, N.; HADI, A. S.; VELLEMAN, P. F. BACON: blocked adaptive computationally efficient outlier nominators. **Computational Statistics & Data Analysis**, v. 34, n. 34, p. 279–298, 2000.

BIOLCHINI, J. C. DE A.; MIAN, P. G.; NATALI, A. C. C.; CONTE, T. U.; TRAVASSOS, G. H. Scientific research ontology to support systematic review in software engineering. **Advanced Engineering Informatics**, v. 21, p. 133–151, 2007.

BISOONI, C. A.; CONNORS, M.; DEVINE, C. M.; SOBAL, J. Who We Are and How We Eat: A Qualitative Study of Identities in Food Choice. **Journal of Nutrition Education and Behavior**, v. 34, n. 3, p. 128–139, 2002.

BLAYLOCK, J.; SMALLWOOD, D.; KASSEL, K.; VARIYAM, J.; ALDRICH, L. Economics, food choices, and nutrition. **Food Policy**, v. 24, n. 2–3, p. 269–286, 1999.

BLEIL, S. I. O Padrão Alimentar Ocidental: considerações sobre a mudança de hábitos no Brasil. **Cadernos de Debate**, v. VI, p. 1–25, 1998.

DE BOER, M.; MCCARTHY, M.; COWAN, C.; RYAN, I. The influence of lifestyle characteristics and beliefs about convenience food on the demand for convenience foods in the Irish market. **Food Quality and Preference**, v. 15, n. 2, p. 155–165, 2004.

BONKE, J. Choice of Foods: Allocation of Time and money, Household Production and Market Services. **MAPP working paper**, v. Project no, n. 3, p. 1–65, 1992.

BOTONAKI, A.; MATTAS, K. Revealing the values behind convenience food consumption. **Appetite**, v. 55, n. 3, p. 629–38, 2010. Elsevier Ltd.

BOTONAKI, A.; NATOS, D.; MATTAS, K. Exploring Convenience Food Consumption Through a Structural Equation Model. **Journal of Food Products Marketing**, v. 15, n. 1, p. 64–79, 2008.

BRAY, J. **Consumer Behaviour Theory: Approaches and Models**. Bournemouth University, 2009.

BROWN, L. G. The Strategic and Tactical Implications of Convenience in Consumer Product Marketing. **Journal of Consumer Marketing**, v. 6, n. 3, p. 13–19, 1989.

BRUNNER, T. A.; VAN DER HORST, K.; SIEGRIST, M. Convenience food products. Drivers for consumption. **Appetite**, v. 55, n. 3, p. 498–506, 2010. Elsevier Ltd.

BUCHINGER, D.; CAVALCANTI, G. A. D. S.; HOUNSELL, M. D. S. Mecanismos de busca acadêmica: uma análise quantitativa. **Revista Brasileira de Computação Aplicada**, v. 6, n. 1, p. 108–120, 2014.

BUCKLEY, M.; COWAN, C.; MCCARTHY, M. The convenience food market in Great Britain: convenience food lifestyle (CFL) segments. **Appetite**, v. 49, n. 3, p. 600–17, 2007.

CANDEL, M. Consumers' convenience orientation towards meal preparation: conceptualization and measurement. **Appetite**, v. 36, n. 1, p. 15–28, 2001.

CANELLA, D. S.; LEVY, R. B.; MARTINS, A. P. B.; et al. Ultra-Processed Food Products and Obesity in Brazilian Households (2008–2009). (S. B. Votruba, Org.) **PLoS ONE**, v. 9, n. 3, p. e92752, 2014.

CANESQUI, A. M.; GARCIA, R. W. D. Uma introdução à reflexão sobre a abordagem sociocultural da alimentação. In: A. M. Canesqui; R. W. D. Garcia (Orgs.); **Antropologia**

- e nutrição: um diálogo possível.** p.306, 2005. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz.
- CAPPS, O.; TEDFORD, J. R.; HAVLICEK, J. Household Demand for Convenience and Nonconvenience Foods. **American Journal of Agricultural Economics**, v. 67, p. 862–869, 1985.
- CARDELLO, A. Consumer expectation and their role in food acceptance. In: H. J. H. MACFIE; D. THOMSON (Orgs.); **Measurement of food preferences**, 1999. Londres: Chapman and Hall.
- CARRIGAN, M.; SZMIGIN, I. Revisiting the construct of convenience in consumer research: the Paradox of Convenience Consumption. 4th Critical Management Conference: Critique and Inclusivity: Opening the Agenda. **Anais...** . p.1–17, 2005. Cambridge University, UK.
- CARRIGAN, M.; SZMIGIN, I.; LEEK, S. Managing routine food choices in UK families: the role of convenience consumption. **Appetite**, v. 47, n. 3, p. 372–83, 2006.
- CAWLEY, J.; LIU, F. Maternal employment and childhood obesity: A search for mechanisms in time use data. **Economics & Human Biology**, v. 10, n. 4, p. 352–364, 2012. Elsevier B.V.
- CHAJÈS, V.; BIESSY, C.; BYRNES, G.; et al. Ecological-Level Associations Between Highly Processed Food Intakes and Plasma Phospholipid Elaidic Acid Concentrations: Results From a Cross-Sectional Study Within the European Prospective Investigation Into Cancer and Nutrition (EPIC). **Nutrition and Cancer**, v. 63, n. 8, p. 1235–1250, 2011.
- COHEN, J. **Statistical power analysis for the behavioral sciences**. 2nd ed. ed. Hillsdale N.J.: L. Erlbaum Associates, 1988.
- COPELAND, M. T. Relation of consumers' buying habits to marketing methods. **Harvard Business Review**, v. 1, n. 3, p. 282–289, 1923.
- COSTA, A. I. A.; DEKKER, M.; BEUMER, R. R.; ROMBOOTS, F. M.; JONGEN, W. M. F. A consumer-oriented classification system for home meal replacements. **Food Quality and Preference**, v. 12, n. 4, p. 229–242, 2001.
- COSTA, A. I. D. A.; SCHOOLMEESTER, D.; DEKKER, M.; JONGEN, W. M. F. To cook or not to cook: A means-end study of motives for choice of meal solutions. **Food Quality and Preference**, v. 18, n. 1, p. 77–88, 2007.
- COSTELLO, A. B.; OSBORNE, J. W. Best Practices in Exploratory Factor Analysis: Four Recommendations for Getting the Most From Your Analysis. **Practical Assessment, Research & Evaluation**, v. 10, n. 7, p. 1–9, 2005.
- CROSSLEY, M.; KHAN, S. Motives underlying food choice: dentists, porters and dietary health promotion. **British Dental Journal**, v. 191, n. 4, p. 198–202, 2001.
- DANIELS, S.; GLORIEUX, I. Convenience, food and family lives. A socio-typological study of household food expenditures in 21st-century Belgium. **Appetite**, v. 94, p. 54–61, 2015. Elsevier Ltd.
- DANIELS, S.; GLORIEUX, I.; MINNEN, J.; VAN TIENOVEN, T. P.; WEENAS, D. Convenience on the menu? A typological conceptualization of family food expenditures and food-related time patterns. **Social Science Research**, v. 51, p. 205–218, 2015. Elsevier Inc.
- DARIAN, J. C.; COHEN, J. Segmenting by consumer time shortage. **Journal of Consumer Marketing**, v. 12, n. 1, p. 32–44, 1995.
- DARIAN, J. C. J.; KLEIN, S. W. S. Food Expenditure Patterns of Working-Wife Families: Meals Prepared Away From Home Versus Convenience Foods. **Journal of consumer policy**, v. 12, p. 139–164, 1989.
- DARLINGTON, R.; STAIKOS, T.; RAHIMIFARD, S. Analytical methods for waste minimisation in the convenience food industry. **Waste Management**, v. 29, n. 4, p. 1274–1281, 2009. Elsevier Ltd.

- DAVIES, G. Time, food shopping and food preparation: some attitudinal linkages. **British Food Journal**, v. 99, n. 3, p. 80–88, 1997.
- DEGREEF, F. Convenience foods, as portrayed by a consumer organisation. Test-Aankoop/Test-Achats (1960–1995). **Appetite**, v. 94, p. 26–33, 2015. Elsevier Ltd.
- DEVELLIS, R. F. **Scale Development: Theory and Applications**. Newbury Park, CA: Sage Publications, 1991.
- FANNING, J.; MARSH, T.; STIEGERT, K. Determinants of US fast food consumption 1994-1998. **British Food Journal**, v. 112, n. 1, p. 5–20, 2010.
- FÁVERO, L. P.; BELFIORE, P. **Análise de dados: técnicas multivariadas exploratórias com SPSS e STATA**. 1º ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.
- FELDMAN, L. P.; HORNIK, J. The Use of Time: An Integrated Conceptual Model. **Journal of Consumer Research**, v. 7, n. 4, Special Issue on Consumption of Time, p. 407–419, 1981.
- FIGUEIREDO, J. DE C.; SPROESSER, R. L.; LIMA FILHO, D. DE O.; CSILLAG, J. M. Precedência de Variáveis no Processo de Compra de Alimentos. XLV CONGRESSO DA SOBER. **Anais...** . p.1–13, 2007. Londrina - PR: Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural.
- FISCHER, C. A theoretical model explaining modern food consumption and implications for international food product marketers. **Contributed paper, 97th EAAE Seminar “The ...”**, n. i, p. 1–17, 2005.
- FLORKOWSKI, W. J.; MOON, W.; RESURRECTION, A. V. A.; et al. Allocation of time for meal preparation in a transition economy. **Agricultural Economics**, v. 22, n. 2, p. 173–183, 2000.
- FORNELL, C.; LARCKER, D. F. Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. **Journal of Marketing Research**, v. 18, n. 1, p. 39, 1981.
- FOXALL, G. **Consumer psychology in behavioural perspective**. Beard Books, 2004.
- FURST, T.; CONNORS, M.; BISOGNI, C. A; SOBAL, J.; FALK, L. W. Food choice: a conceptual model of the process. **Appetite**, v. 26, n. 3, p. 247–65, 1996.
- GAO, S.; MOKHTARIAN, P. L.; JOHNSTON, R. A. Nonnormality of Data in Structural Equation Models. **Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board**, p. 116–124, 2008.
- GEORGE, D.; MALLERY, P. **SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference**. 4º ed. Allyn & Bacon, 2002.
- GEYZEN, A. The ideology of convenience. Canned foods in women’s magazines (Flanders, 1945–1960). **Appetite**, v. 94, p. 21–25, 2015. Elsevier Ltd.
- GLANZ, K.; BASIL, M.; MAIBACH, E.; GOLDBERG, J.; SNYDER, D. Why Americans eat what they do: taste, nutrition, cost, convenience, and weight control concerns as influences on food consumption. **Journal of the American Dietetic Association**, v. 98, n. 10, p. 1118–26, 1998.
- GOFTON, L. Dollar rich and time poor? **British Food Journal**, v. 97, n. 10, p. 11–16, 1995.
- GOFTON, L. Marketing Research. In: D. I. Padberg; C. Ritson; L. M. Albisu (Orgs.); **Agro-food marketing**. p.225–252, 1997. Cab International.
- GRUNERT, K. G. Current issues in the understanding of consumer food choice. **Trends in Food Science & Technology**, v. 13, n. April 2001, p. 275–285, 2002.
- GRUNERT, K. G.; BRUNSO, K.; BISP, S. Food-related life style. Development of a cross-culturally valid instrument for market surveillance. **MAPP Working Paper**, v. 12, n. 10, p. 1–44, 1993.
- GRUNERT, K. G.; RAMUS, K. Consumers’ willingness to buy food through the internet.

- British Food Journal**, v. 107, n. 6, p. 381–403, 2005.
- HAIR JR, J. F.; BLACK, W. C.; BABIN, B. J.; ANDERSON, R. E. **Multivariate Data Analysis: Overview of Multivariate Methods**. 7^o ed. Prentice Hall, 2010.
- HARRIS, J. M.; SHIPTSOVA, R. Consumer Demand for Convenience Foods: Demographics and Expenditures. **Journal of Food Distribution Research**, v. 38, n. 3, p. 22–36, 2007.
- HARRISON, A. F. Towards the systematic evaluation of convenience foods. **HCIMA Journal**, v. 94, n. 10, p. 27–32, 1979.
- HARTMANN, C.; DOHLE, S.; SIEGRIST, M. Importance of cooking skills for balanced food choices. **Appetite**, v. 65, p. 125–131, 2013. Elsevier Ltd.
- HEIDE, M.; OLSEN, S. O. Co-production and time use. Influence on product evaluation. **Appetite**, v. 56, n. 1, p. 135–142, 2011. Elsevier Ltd.
- IBGE. Perfil dos Usuários de Internet no Brasil (PNAD). Disponível em: <http://www.teleco.com.br/internet_usu.asp>. Acesso em: 22/1/2017.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/>>. .
- IBOPE. Target Group Index. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/solucoes/SingleSource/Paginas/Target-Group-Index.aspx>>. .
- IKEDA, A. A.; MORAES, A.; MESQUITA, G. Considerações sobre tendências e oportunidades dos alimentos funcionais. **Revista P&D em Engenharia de Produção**, v. 8, n. 2, p. 40–56, 2010.
- JABS, J.; DEVINE, C. M. Time scarcity and food choices: an overview. **Appetite**, v. 47, n. 2, p. 196–204, 2006.
- JACKSON, P.; VIEHOFF, V. Reframing convenience food. **Appetite**, v. 98, p. 1–11, 2016. Elsevier Ltd.
- JAEGER, S. R. Non-sensory factors in sensory science research. **Food Quality and Preference**, v. 17, n. 1–2, p. 132–144, 2006.
- JAEGER, S. R.; MEISELMAN, H. L. Perceptions of meal convenience: the case of at-home evening meals. **Appetite**, v. 42, n. 3, p. 317–25, 2004.
- JOMORI, M. M.; PROENÇA, R. P. DA C.; CALVO, M. C. M. Determinantes de escolha alimentar. **Revista de Nutrição**, v. 21, n. 1, p. 63–73, 2008.
- KHAN, M. A.; HACKLER, L. R. Evaluation of food selection patterns and preferences. **C R C Critical Reviews in Food Science and Nutrition**, v. 15, n. 2, p. 129–153, 1981.
- KIM, B.; JOO, N. Structural relations in the effect of convenience food satisfaction and quality of life according to dietary style: Comparative study of singles in metropolitan area of Korea, Japan and China. **Nutrition Research and Practice**, v. 8, n. 3, p. 312–318, 2014.
- KIM, C. Working wives' time-saving tendencies: Durable ownership, convenience food consumption, and meal purchases. **Journal of Economic Psychology**, v. 10, n. 3, p. 391–409, 1989.
- KLINE, R. B. **Principles and Practice of Structural Equation Modeling**. 3^o ed. New York: The Guilford Press, 2011.
- KÖSTER, E. P. Diversity in the determinants of food choice: A psychological perspective. **Food Quality and Preference**, v. 20, n. 2, p. 70–82, 2009.
- KÜHNE, B.; VANHONACKER, F.; GELLYNCK, X.; VERBEKE, W. Innovation in traditional food products in Europe: Do sector innovation activities match consumers' acceptance? **Food Quality and Preference**, v. 21, n. 6, p. 629–638, 2010. Elsevier Ltd.
- KYUNG JAE, M.; RYU, J. S.; ABDEL-GHANY, M. Family characteristics and convenience food expenditure in urban Korea. **Journal of Consumer Studies & Home Economics**, v. 24, n. December, p. 252–256, 2000.

- LAPES. StArt - State of the Art through Systematic Reviews. , 2016. São Carlos: UFSCar.
- LARSON, N.; STORY, M. A review of environmental influences on food choices. **Annals of Behavioral Medicine**, v. 38, n. SUPPL., p. S56-73, 2009.
- LEE, J.-Y.; LIN, B.-H. A Study of the Demand for Convenience Food. **Journal of Food Products Marketing**, v. 19, n. 1, p. 1–14, 2013.
- LUQMANI, M.; YAVAS, U.; QURAESHI, Z. A. A Convenience-oriented Approach to Country Segmentation: Implications for Global Marketing Strategies. **Journal of Consumer Marketing**, v. 11, n. 4, p. 29–40, 1994.
- MAHON, D.; COWAN, C.; MCCARTHY, M. The role of attitudes, subjective norm, perceived control and habit in the consumption of ready meals and takeaways in Great Britain. **Food Quality and Preference**, v. 17, n. 6, p. 474–481, 2006.
- MALLINSON, L. J.; RUSSELL, J. M.; BARKER, M. E. Attitudes and behaviour towards convenience food and food waste in the United Kingdom. **Appetite**, v. 103, p. 17–28, 2016.
- MAROCO, J.; GARCIA-MARQUES, T. Qual a fiabilidade do alfa de Cronbach? Questões antigas e soluções modernas? **Laboratório de Psicologia**, v. 4, n. 1, p. 65–90, 2013.
- MARSHALL, D.; BELL, R. Relating the food involvement scale to demographic variables, food choice and other constructs. **Food Quality and Preference**, v. 15, n. 7–8, p. 871–879, 2004.
- MARTINS, A. P. B.; LEVY, R. B.; CLARO, R. M.; MOUBARAC, J. C.; MONTEIRO, C. A. Increased contribution of ultra-processed food products in the Brazilian diet (1987-2009). **Revista de Saude Publica**, v. 47, n. 4, p. 656–665, 2013.
- MARUYAMA, G. M. **Basics of structural equation modeling**. Londres: Sage Publications, 1998.
- MEAD, M. The problem of changing food habits. **Report of the Committee on Food Habits 1941–1943**. p.1–8, 1943. Washington: National Academies Press.
- MEAH, A.; WATSON, M. Saints and Slackers: Challenging Discourses About the Decline of Domestic Cooking. **Sociological Research Online**, v. 16, n. 2, 2011.
- MILOŠEVIĆ, J.; ŽEŽELJ, I.; GORTON, M.; BARJOLLE, D. Understanding the motives for food choice in Western Balkan Countries. **Appetite**, v. 58, n. 1, p. 205–14, 2012.
- MINISTÉRIO DA SAÚDE, B. **Guia Alimentar Para a População Brasileira**. 2º ed. Brasília - DF, 2014.
- MONTEIRO, C. A.; LEVY, R. B.; CLARO, R. M.; CASTRO, I. R. R. DE; CANNON, G. A new classification of foods based on the extent and purpose of their processing. **Cad Saude Publica**, v. 26, n. 11, p. 2039–2049, 2010.
- MONTEIRO, C. A.; LEVY, R. B.; CLARO, R. M.; DE CASTRO, I. R. R.; CANNON, G. Increasing consumption of ultra-processed foods and likely impact on human health: evidence from Brazil. **Public health nutrition**, v. 14, n. 1, p. 5–13, 2011.
- MORATOYA, E. E.; CARVALHAES, G. C.; WANDER, A. E.; ALMEIDA, L. M. C. D. M. Mudanças no padrão de consumo alimentar no Brasil. **Revista de Política Agrícola**, v. 1, p. 72–84, 2013.
- MOUBARAC, J.-C.; PARRA, D. C.; CANNON, G.; MONTEIRO, C. A. Food Classification Systems Based on Food Processing: Significance and Implications for Policies and Actions: A Systematic Literature Review and Assessment. **Current Obesity Reports**, v. 3, n. 2, p. 256–272, 2014.
- MURPHY, K. R.; DAVIDSHOFER, C. O. **Psychological Testing: Principles and Applications**. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, 1988.
- MUTLU, S.; GRACIA, A. Food Consumption Away from Home in Spain. **Journal of Food Products Marketing**, v. 10, n. 2, p. 1–16, 2004.

- MUTLU, S.; GRACIA, A. Spanish food expenditure away from home (FAFH): by type of meal. **Applied Economics**, v. 38, n. 9, p. 1037–1047, 2006.
- NÄRVÄNEN, E.; SAARIJÄRVI, H.; SIMANAINEN, O. Understanding consumers' online conversation practices in the context of convenience food. **International Journal of Consumer Studies**, v. 37, n. 5, p. 569–576, 2013.
- NESS, M. Multivariate Analysis in Marketing Research. In: D. I. Padberg; C. Ritson; L. M. Albisu (Orgs.); **Agro-food marketing**. p.253–278, 1997. Cab International.
- NIC. TIC Domicílios. Disponível em: <<http://www.cetic.br/pesquisa/domicilios/indicadores>>. Acesso em: 22/1/2017.
- NØRGAARD, M. K.; SØRENSEN, B. T.; GRUNERT, K. G. Social and individual determinants of adolescents' acceptance of novel healthy and cool snack products. **Appetite**, v. 83, p. 226–235, 2014. Elsevier Ltd.
- OKRENT, A. M.; ALSTON, J. M. **The demand for disaggregated food-away-from-home and food-at-home products in the United States**. 2012.
- OKRENT, A. M.; KUMCU, A. What's Cooking? Demand for Convenience Foods in the United States. AAEA Annual Meeting. **Anais...** p.38, 2014. Minneapolis: Agricultural and Applied Economics Association's.
- OLIVEIRA, S. P. DE; THÉBAUD-MONY, A. Modelo de Consumo Agro-industrial: Homogeneização ou Diversificação dos Hábitos Alimentares. **Revista Cadernos de Debate**, v. IV, p. 1–13, 1996.
- OLIVEIRA, S. P. DE; THÉBAUD-MONY, A. Estudo do consumo alimentar: em busca de uma abordagem multidisciplinar. **Revista de Saúde Pública**, v. 31, n. 2, p. 201–208, 1997.
- OLSEN, N. V. The convenience consumer's dilemma. **British Food Journal**, v. 114, n. 11, p. 1613–1625, 2012.
- OLSEN, N. V.; SIJTSEMA, S. J.; HALL, G. Predicting consumers' intention to consume ready-to-eat meals. The role of moral attitude. **Appetite**, v. 55, n. 3, p. 534–539, 2010. Elsevier Ltd.
- OLSEN, S. O.; MAI, H. T. X. Consumer Participation: The Case of Home Meal Preparation. **Psychology & Marketing**, v. 30, n. 1, p. 1–11, 2013.
- OLSEN, S. O.; PREBENSEN, N.; LARSEN, T. A. Including ambivalence as a basis for benefit segmentation. **European Journal of Marketing**, v. 43, n. 5/6, p. 762–783, 2009.
- OLSEN, S. O.; SCHOLDERER, J.; BRUNØ, K.; VERBEKE, W. Exploring the relationship between convenience and fish consumption: a cross-cultural study. **Appetite**, v. 49, n. 1, p. 84–91, 2007.
- ORTIGOZA, S. A. G. Alimentação e saúde: as novas relações espaço-tempo e suas implicações nos hábitos de consumo de alimentos. **R. RA'E GA**, , n. 15, p. 83–93, 2008.
- PADEL, S.; FOSTER, C. Exploring the gap between attitudes and behaviour: Understanding why consumers buy or do not buy organic food. (M. McEachern, Org.) **British Food Journal**, v. 107, n. 8, p. 606–625, 2005.
- DE PAULA, N.; BASTOS, L. T. Inserção do agronegócio alimentar brasileiro nos mercados mundiais. **Estud. Soc. e Agric**, v. 17, n. 2, p. 304–331, 2009.
- PECHEY, R.; MONSIVAIS, P.; NG, Y.-L.; MARTEAU, T. M. Why don't poor men eat fruit? Socioeconomic differences in motivations for fruit consumption. **Appetite**, v. 84, p. 271–279, 2015. The Authors.
- PERSKY, J. Retrospectives: the ethology of homo economicus. **The Journal of Economic Perspectives**, v. 9, n. 2, p. 221–231, 1995.
- PLINER, P.; HOB DEN, K. Development of a scale to measure the trait of food neophobia in humans. **Appetite**, v. 19, n. 2, p. 105–120, 1992.
- POULAIN, J.; PROENÇA, R. P. DA C. O espaço social alimentar: um instrumento para

- o estudo dos modelos alimentares. **Revista de Nutrição**, v. 16, n. 3, p. 245–256, 2003a.
- POULAIN, J.; PROENÇA, R. P. DA C. Reflexões metodológicas para o estudo das práticas alimentares. **Revista de Nutrição**, v. 16, n. 4, p. 365–386, 2003b.
- PULA, K.; PARKS, C. D.; ROSS, C. F. Regulatory focus and food choice motives. Prevention orientation associated with mood, convenience, and familiarity. **Appetite**, v. 78, p. 15–22, 2014. Elsevier Ltd.
- RAIMUNDO, L. M. B.; BATALHA, M. O.; ALVES FILHO, A. G. Competição na indústria alimentícia: a ascensão dos alimentos de conveniência no Brasil. 52º Congresso da SOBER - Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. **Anais...** . p.15, 2014. Goiânia.
- REGO, R. A. Produtos – Oportunidades Para Inovação. In: FIESP; ITAL (Orgs.); **Brasil Food Trends 2020**, 2010. São Paulo: Gráfica Ideal.
- DE REZENDE, D. C.; DE AVELAR, A. E. S. Factors that influence the consumption of food outside the home in Brazil. **International Journal of Consumer Studies**, v. 36, n. 3, p. 300–306, 2012.
- ROBERTSON, T. S.; KASSARJIAN, H. H. **Handbook of consumer behavior**. Prentice-Hall: Englewood Cliffs, 2005.
- RORTVEIT, A. W.; OLSEN, S. O. Combining the role of convenience and consideration set size in explaining fish consumption in Norway. **Appetite**, v. 52, n. 2, p. 313–317, 2009.
- ROUSSEL, P.; DURRIEU, F.; CAMPOY, É.; EL AKREMI, A. **Méthodes d'Équations Structurelles: Recherche et Applications en Gestion**. Paris: Economica, 2002.
- RYAN, I.; COWAN, C.; MCCARTHY, M.; O'SULLIVAN, C. Food-Related Lifestyle Segments in Ireland with a Convenience Orientation. **Journal of International Food & Agribusiness Marketing**, v. 14, n. 4, p. 29–47, 2004.
- DE SAINT POL, T. Repas. In: J.-P. Poulain (Org.); **Dictionnaire des cultures alimentaires**. p.1137–1142, 2012. Paris: Presses Universitaires de France.
- SATORRA, A.; BENTLER, P. M. Corrections to test statistics and standard errors in covariance structure analysis. In: A. von Eye; C. C. Clogg (Orgs.); **Latent variables analysis: Applications for developmental research**. p.399–419, 1994. Thousand Oaks, CA.: Sage Publications.
- SCHIFFMAN, L. G.; KANUK, L. L. **Consumer behaviour**. 9º ed. New Jersey: Pearson, 2006.
- SCHOLDERER, J.; GRUNERT, K. G. Consumers, food and convenience: The long way from resource constraints to actual consumption patterns. **Journal of Economic Psychology**, v. 26, n. 1, p. 105–128, 2005.
- SCHOLLIERS, P. Convenience foods. What, why, and when. **Appetite**, v. 94, p. 2–6, 2015. Elsevier Ltd.
- SCHUMACKER, R. E.; LOMAX, R. G. **A beginner's guide to structural equation modeling**. 3º ed. New York, NY: Taylor and Francis Group, 2010.
- SHEELY, M. Global Adoption of Convenience Foods. **American Journal of Agricultural Economics**, v. 90, n. 5, p. 1356–1365, 2008.
- SHORT, F. Domestic cooking practices and cooking skills: findings from an English study. **Food Service Technology**, v. 3, n. 3–4, p. 177–185, 2003.
- SHORT, F. Cooking, Convenience and Dis-Connection. INTER: A European Cultural Studies Conference in Sweden. **Anais...** . p.553–563, 2007. Norrköping: Linköping University Electronic Press.
- SIEKIERSKI, P. **Influência de estilos de vida associados a hábitos alimentares no consumo de pratos prontos: Estudo Comparativo entre São Paulo e Roma**, 2012. Escola Superior de Propaganda e Marketing.

- SIEKIERSKI, P.; PONCHIO, M. C.; STREHLAU, V. I. Influence of Lifestyles Related to Eating Habits in Ready Meal Consumption: comparative study between São Paulo and Rome. **Review of Business Management**, v. 15, n. 48, p. 325–342, 2013.
- SIMONSON, I.; CARMON, Z.; DHAR, R.; DROLET, A.; NOWLIS, S. M. Consumer research: in search of identity. **Annual review of psychology**, v. 52, n. 1, p. 249–75, 2001.
- SKALLERUD, K.; KORNELIUSSEN, T.; OLSEN, S. O. An examination of consumers' cross-shopping behaviour. **Journal of Retailing and Consumer Services**, v. 16, n. 3, p. 181–189, 2009.
- SLIMANI, N.; DEHARVENG, G.; SOUTHGATE, D. A T.; et al. Contribution of highly industrially processed foods to the nutrient intakes and patterns of middle-aged populations in the European Prospective Investigation into Cancer and Nutrition study. **European Journal of Clinical Nutrition**, v. 63, p. S206–S225, 2009.
- SLIWA, S. A.; MUST, A.; PERÉA, F.; ECONOMOS, C. D. Maternal employment, acculturation, and time spent in food-related behaviors among Hispanic mothers in the United States. Evidence from the American Time Use Survey. **Appetite**, v. 87, p. 10–19, 2015. Elsevier Ltd.
- SOBAL, J.; KHAN, L. K.; BISOGNI, C. A conceptual model of the food and nutrition system. **Social science & medicine**, v. 47, n. 7, p. 853–63, 1998.
- SOPER, D. S. A-priori Sample Size Calculator for Structural Equation Models. , 2016. Software.
- SPHINX. Sphinx iQ2. , 2016.
- STATA CORP. STATA. , 2016.
- STEENKAMP, J.-B. E. M.; TER HOFSTEDÉ, F.; WEDEL, M. A Cross-National Investigation into the Individual and National Cultural Antecedents of Consumer Innovativeness. **Journal of Marketing**, v. 63, n. 2, p. 55–69, 1999.
- STEPTOE, A.; POLLARD, T. M.; WARDLE, J. Development of a Measure of the Motives Underlying the Selection of Food: the Food Choice Questionnaire. **Appetite**, v. 25, p. 267–284, 1995.
- TIEFENBACHER, K. Alimentos de conveniência – Mudança e Perspectivas. Disponível em: <<http://www.haas.com/pt/noticias/atual/alimentos-de-conveniencia-mudanca-e-perspectivas-160/>>. Acesso em: 2/2/2014.
- TRANFIELD, D.; DENYER, D.; SMART, P. Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review. **British Journal of Management**, v. 14, n. 3, p. 207–222, 2003.
- TRAUB, L. G.; ODLAND, D. D. **Convenience food and home-prepared foods: Comparative costs, yield and quality**. Washington, DC, 1979.
- TUCKER, L. R.; LEWIS, C. A reliability coefficient for maximum likelihood factor analysis. **Psychometrika**, v. 38, n. 1, p. 1–10, 1973.
- UNNEVEHR, L.; EALES, J.; JENSEN, H.; et al. Food and Consumer Economics. **American Journal of Agricultural Economics**, v. 92, n. 2, p. 506–521, 2010.
- VANHOUCHE, A. Acceptance or refusal of convenience food in present-day prison. **Appetite**, v. 94, p. 47–53, 2015. Elsevier Ltd.
- VEDOVATO, G. M.; TRUDE, A. C. B.; KHARMATS, A. Y.; MARTINS, P. A. Degree of food processing of household acquisition patterns in a Brazilian urban area is related to food buying preferences and perceived food environment. **Appetite**, v. 87, p. 296–302, 2015. Elsevier Ltd.
- VEECK, A.; VEECK, G. Consumer Segmentation and Changing Food Purchase Patterns in Nanjing, PRC. **World Development**, v. 28, n. 3, p. 457–471, 2000.
- VERLEGH, P. W. J.; CANDEL, M. J. J. M. The consumption of convenience foods:

- reference groups and eating situations. **Food Quality and Preference**, v. 10, n. 6, p. 457–464, 1999.
- WARDE, A. Convenience food: space and timing. **British Food Journal**, v. 101, n. 7, p. 518–527, 1999.
- WARDE, A.; CHENG, S.-L.; OLSEN, W.; SOUTHERTON, D. Changes in the Practice of Eating: A Comparative Analysis of Time-Use. **Acta Sociologica**, v. 50, n. 4, p. 363–385, 2007.
- WINANDY, S.; FAYS, M. DE; LEBAILLY, P.; PALM, R.; CLAUSTRIAUX, J.-J. Analyse de l'évolution de la consommation de plats préparés en Belgique. **Biotechnol. Agron. Soc. Environ.**, v. 17, n. 4, p. 593–603, 2013.
- YALE, L.; VENKATESH, I. Toward the Construct of Convenience in Consumer Research. **Advances in Consumer Research**, v. 12, n. 1, p. 403–408, 1986.

APÊNDICE 1 – Protocolo da revisão sistemática da literatura

Elaborado pelo Software Start.

Descrição	Esta revisão pretende identificar investigar as relações existentes entre a orientação para conveniência dos indivíduos e seu consumo alimentar.
Objetivo	Analisar a relação entre a orientação para conveniência dos indivíduos e seu consumo alimentar.
Questão principal	Como a orientação para conveniência afeta o comportamento do consumidor de alimentos?
Palavras-chave e sinônimos	Consumer behavior; Consumption behavior; Convenience; Convenient; Food;
Critérios para escolha das bases de dados	As bases de dados foram selecionadas por relevância, com base no estudo de Buchinger, Cavalcanti e Hounsell (2014)
Idiomas aceitos	Inglês, português e francês
Formas de busca	Mecanismos de busca acadêmica na web
Bases de dados utilizadas	Scopus, Science Direct e Web of Science
<i>String 1 - Scopus</i>	(TITLE-ABS-KEY("consum* behaviour") AND TITLE-ABS-KEY("convenien*") AND TITLE-ABS-KEY("food")) AND (LIMIT-TO(LANGUAGE, "English") OR LIMIT-TO(LANGUAGE, "Portuguese")) AND (LIMIT-TO(SRCTYPE, "j") OR LIMIT-TO(SRCTYPE, "p")) AND (EXCLUDE(SUBJAREA, "MEDI") OR EXCLUDE(SUBJAREA, "ENVI") OR EXCLUDE(SUBJAREA, "ARTS") OR EXCLUDE(SUBJAREA, "MEDI") OR EXCLUDE(SUBJAREA, "ENVI") OR EXCLUDE(SUBJAREA, "ARTS") OR EXCLUDE(SUBJAREA, "COMP") OR EXCLUDE(SUBJAREA, "BIOC") OR EXCLUDE(SUBJAREA, "PHAR") OR EXCLUDE(SUBJAREA, "EART") OR EXCLUDE(SUBJAREA, "ENER") OR EXCLUDE(SUBJAREA, "ENGI") OR EXCLUDE(SUBJAREA, "VETE") OR EXCLUDE(SUBJAREA, "COMP") OR EXCLUDE(SUBJAREA, "BIOC") OR EXCLUDE(SUBJAREA, "PHAR") OR EXCLUDE(SUBJAREA, "EART") OR EXCLUDE(SUBJAREA, "ENER") OR EXCLUDE(SUBJAREA, "ENGI") OR EXCLUDE(SUBJAREA, "VETE"))
<i>String 2 - Scopus</i>	(TITLE-ABS-KEY ("consum* behaviour") AND TITLE-ABS-KEY ("convenien*") AND TITLE-ABS-KEY ("food")) AND (LIMIT-TO (LANGUAGE , "English") OR LIMIT-TO (LANGUAGE , "Portuguese")) AND (LIMIT-TO (SRCTYPE , "j") OR LIMIT-TO (SRCTYPE ,

	"p")) AND (EXCLUDE (SUBJAREA , "MEDI") OR EXCLUDE (SUBJAREA , "ENVI") OR EXCLUDE (SUBJAREA , "ARTS") OR EXCLUDE (SUBJAREA , "COMP") OR EXCLUDE (SUBJAREA , "BIOC") OR EXCLUDE (SUBJAREA , "PHAR") OR EXCLUDE (SUBJAREA , "EART") OR EXCLUDE (SUBJAREA , "ENER") OR EXCLUDE (SUBJAREA , "ENGI") OR EXCLUDE (SUBJAREA , "VETE")) AND (EXCLUDE (SUBJAREA , "MATH")) AND (LIMIT-TO (PUBYEAR , 2016) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2015) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2014) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2013) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2012) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2011) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2010) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2009) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2008) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2007) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2006) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2005) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2004) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2003) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2002) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2001) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2000) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 1999) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 1998) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 1995))
<i>String 1 - Sience Direct</i>	TITLE-ABSTR-KEY(Consum* behavior) and TITLE-ABSTR-KEY(Convenien* food)[All Sources(Agricultural and Biological Sciences,Business, Management and Accounting,Decision Sciences,Economics, Econometrics and Finance,Engineering,Neuroscience,Nursing and Health Professions,Psychology,Social Sciences)]
<i>String 2 - Sience Direct</i>	TITLE-ABSTR-KEY(Consum* behavior) and TITLE-ABSTR-KEY(Convenien* food)[All Sources(Agricultural and Biological Sciences,Business, Management and Accounting,Decision Sciences,Economics, Econometrics and Finance,Engineering,Neuroscience,Nursing and Health Professions,Psychology,Social Sciences)]
<i>String 1 - Web of Science</i>	Tópico: ("consum* behavior") AND Tópico: (food) AND Tópico: (convenien*) Refinado por: Idiomas: (ENGLISH) AND Tipos de documento: (ARTICLE OR REVIEW) AND [excluindo] Áreas de pesquisa: (PHARMACOLOGY PHARMACY OR PUBLIC ENVIRONMENTAL OCCUPATIONAL HEALTH)
<i>String 2 - Web of Science</i>	TS=("consum* behaviour") AND TS=(food) AND TS=(convenien*)

	<p>Refinado por: Idiomas: (ENGLISH) AND Tipos de documento: (ARTICLE OR REVIEW) AND [excluindo] Áreas de pesquisa: (PHARMACOLOGY PHARMACY OR PUBLIC ENVIRONMENTAL OCCUPATIONAL HEALTH) AND Domínios de pesquisa: (SCIENCE TECHNOLOGY OR SOCIAL SCIENCES) AND Áreas de pesquisa: (FOOD SCIENCE TECHNOLOGY OR ETHNIC STUDIES OR BUSINESS ECONOMICS OR PUBLIC ADMINISTRATION OR CULTURAL STUDIES OR NUTRITION DIETETICS OR PSYCHOLOGY OR AGRICULTURE OR ANTHROPOLOGY OR SCIENCE TECHNOLOGY OTHER TOPICS OR BEHAVIORAL SCIENCES OR URBAN STUDIES OR SOCIAL ISSUES OR SOCIAL SCIENCES OTHER TOPICS OR ENGINEERING OR OPERATIONS RESEARCH MANAGEMENT SCIENCE OR SOCIOLOGY OR NEUROSCIENCES NEUROLOGY OR HEALTH CARE SCIENCES SERVICES)</p> <p>Tempo estipulado=Todos os anos Idioma da pesquisa=Auto</p>
Tipos de materiais aceitos	Artigos, revisões de literatura ou anais de eventos.
Critérios de inclusão	<p>(I) Estudos que tratem da conveniência em alimentos;</p> <p>(I) Artigos cuja temática principal seja o estudo do comportamento do consumidor de alimentos;</p> <p>(I) Estudos exploratórios baseados em <i>surveys</i> ou teste de hipóteses sobre comportamento do consumidor de alimentos;</p> <p>(I) Estudos de revisão teórica.</p>
Critérios de exclusão	<p>(E) Estudos cuja temática principal seja o consumo de alimentos orgânicos, geneticamente modificados, funcionais ou afins;</p> <p>(E) Estudos cuja temática principal seja o consumo de alimentos orgânicos, geneticamente modificados, funcionais ou afins (E) Artigos cuja temática seja exclusivamente nutrição, farmacologia, segurança alimentar, veterinária, medicina, computação, bioquímica, energia, ecologia e correlatas;</p> <p>(E) Estudos de comportamento ou pesquisas de mercado focados em outros aspectos que não a conveniência dos alimentos;</p> <p>(E) Estudos que considerem apenas a acessibilidade conveniente do local de compra de alimentos;</p> <p>(E) Trabalhos completos indisponíveis;</p> <p>(E) Trabalhos que não definam o significado da conveniência empregada.</p>
Intervalo de tempo	Todos os anos.

APÊNDICE 2 – Embasamento teórico das hipóteses

Construtos	Hipóteses	Embasamento teórico
Recursos objetivos		
Renda	H1a. O aumento da renda aumenta o uso de alimentos convenientes	Adams et al. (2015), Blaylock et al. (1999), Bonke (1992), Darian; Cohen (1995), Darian; Klein (1989), Florkowski et al. (2000), Harris; Shiptsova (2007), Kyung Jae et al. (2000), Lee; Lin (2013), Milošević et al. (2012), Mutlu; Gracia (2004), Siekierski (2012) e Veeck; Veeck (2000),
	H1b. Há uma relação indireta entre a renda e a percepção da restrição orçamentária	Scholderer; Grunert (2005)
Jornada de trabalho	H2a. Quanto mais intensa a jornada de trabalho, maior o uso de alimentos convenientes	Bonke (1992), Botonaki et al. (2008), Capps et al. (1985), Daniels et al. (2015), Daniels; Glorieux (2015), Florkowski et al. (2000), Siekierski (2012) e Verlegh; Candel (1999)
	H2b. Quanto mais intensa a jornada de trabalho, maior a percepção de pressão de tempo	Scholderer; Grunert (2005)
	H2c. Quanto mais intensa a jornada de trabalho do cônjuge, maior o uso de alimentos convenientes.	Darian; Cohen (1995) e Darian; Klein (1989)
Tamanho do domicílio	H3a. O aumento do tamanho do domicílio diminui o uso de alimentos convenientes	Bae et al. (2010), Blaylock et al. (1999), Candel (2001), Daniels et al. (2015), Daniels; Glorieux (2015), Harris; Shiptsova (2007), Kim; Joo (2014), Lee; Lin (2013), Mutlu; Gracia (2004)
	H3b. O aumento do tamanho do domicílio diminui a orientação para conveniência no preparo de refeições	Capps et al. (1985)
Crianças no domicílio	H4a. Quanto mais crianças jovens na casa, menor o uso de alimentos de conveniência	Candel (2001), Daniels et al. (2015), Daniels; Glorieux (2015), Mutlu; Gracia (2004) e Warde et al. (2007)
	H4b. Quanto mais crianças jovens na casa, maior a percepção de restrição de tempo	Botonaki et al. (2008), Lee; Lin (2013) e Scholderer; Grunert (2005)
Idade	H5. A idade influencia negativamente o uso de alimentos convenientes	Adams et al. (2015), Bava et al. (2008), Brunner et al. (2010), Capps et al. (1985), Daniels et al. (2015), Daniels; Glorieux (2015), Florkowski et al. (2000), Glanz et al. (1998), Harris; Shiptsova (2007), Kyung Jae et al. (2000), Lee; Lin (2013), Okrent; Kumcu (2014), Siekierski (2012) e Winandy et al. (2013)
Gênero	H6. Homens usam mais alimentos convenientes que mulheres	Adams et al. (2015), Brunner et al. (2010), Capps et al. (1985), Daniels; Glorieux (2015), Fanning

		et al. (2010), Florkowski et al. (2000) e Warde (1999)
Nível educacional	H7. O nível de educação se relaciona positivamente com o uso de alimentos convenientes	Bae et al. (2010), Brunner et al. (2010), Capps et al. (1985), Daniels; Glorieux (2015), Harris; Shiptsova (2007), Kyung Jae et al. (2000) e Olsen (2012)
Habilidades culinárias	H8a. O nível de habilidades culinárias é negativamente relacionado com o uso de alimentos convenientes	Beck (2007), Botonaki et al. (2008), Brunner et al. (2010), Hartmann et al. (2013) e Sliwa et al. (2015)
	H8b. O nível de habilidades culinárias é negativamente relacionado com a orientação para conveniência no preparo de refeições	-
Recursos e preços percebidos		
Percepção de restrição de tempo	H9a. A percepção de restrição de tempo é positivamente relacionada com o uso de alimentos convenientes	Antil (1987), De Boer et al. (2004), Botonaki et al. (2008), Buckley et al. (2007), Darian; Cohen (1995), Florkowski et al. (2000), Harris; Shiptsova (2007), Olsen et al. (2009), Poulain; Proença (2003b) e Ryan et al. (2004)
	H9b. A percepção de restrição de tempo é positivamente relacionada com a orientação para conveniência em todos os estágios do aprovisionamento de alimentos	Botonaki et al. (2008), Candel (2001), Darian; Cohen (1995) e Harris; Shiptsova (2007)
Percepção de restrição orçamentária e de preços	H10. O aumento da percepção de restrição orçamentária diminui o uso de alimentos convenientes	-
	H11. A percepção de preços é negativamente relacionada com o uso de alimentos convenientes	Behrens et al. (2010), Capps et al. (1985), Crossley; Khan (2001) e Okrent; Alston (2012)
Orientação para conveniência no provisionamento de alimentos		
No planejamento das refeições	H12. Quanto maior a orientação para conveniência no planejamento das refeições, maior o uso de alimentos convenientes	Buckley et al. (2007)
Na compra de alimentos	H13. Quanto maior a orientação para conveniência na compra de alimentos, maior o uso de alimentos convenientes	-
No preparo das refeições	H14. Quanto maior a orientação para conveniência no preparo das refeições, maior o uso de alimentos convenientes	Botonaki et al. (2008) e Candel (2001)
No consumo de alimentos	H15. Quanto maior a orientação para conveniência no consumo das refeições, maior o uso de alimentos convenientes	Botonaki et al. (2008)
Na limpeza	H16. Quanto maior a orientação para conveniência na limpeza da cozinha, maior o uso de alimentos convenientes	Botonaki et al. (2008) e Candel (2001)
Outros fatores atitudinais		

Busca por alimentação natural e saudável	H17. Quanto mais o consumidor prezar por uma alimentação natural, menor o uso de alimentos convenientes	Antil (1987), Behrens et al. (2010), De Boer et al. (2004), Botonaki et al. (2008), Costa et al. (2007), Kim; Joo (2014), Olsen et al. (2009) e Siekierski et al. (2013)
Individualismo	H18a. Quanto mais forte o comportamento individualista, maior o uso de alimentos convenientes	De Boer et al. (2004), Short (2007) e Verlegh; Candel (1999)
	H18b. Quanto mais forte o comportamento individualista, maior sua orientação para conveniência em todos os estágios do abastecimento de alimentos	Batista; Lima (2013), Brunner et al. (2010), Buckley et al. (2007), Verlegh; Candel (1999) e Warde (1999)
Prazer na cozinha	H19a. Quanto maior for o envolvimento com a prática culinária, menor o uso de alimentos convenientes	Botonaki et al. (2008), Candel (2001), Costa et al. (2007), Davies (1997), Degreef (2015), Olsen (2012), Olsen et al., (2010), Olsen; Mai (2013), Scholderer; Grunert (2005) e Short (2007)
	H19b. Quanto maior o envolvimento com a prática culinária, menor a orientação para conveniência em todos os estágios do abastecimento de alimentos	Candel (2001) e Olsen; Mai (2013)
Neofobia	H20. Quanto mais forte o comportamento neofóbico na alimentação, menor o uso de alimentos convenientes	Buckley et al. (2007), Candel (2001) e Nørgaard et al. (2014)
Desperdício de alimentos	H21. Quanto maior a preocupação com o desperdício de alimentos, maior o uso de alimentos convenientes	Buckley et al. (2007), Candel (2001) e Nørgaard et al. (2014)

Fonte: Elaborado pela autora.

APÊNDICE 3 – Fontes das escalas e afirmativas dos construtos latentes

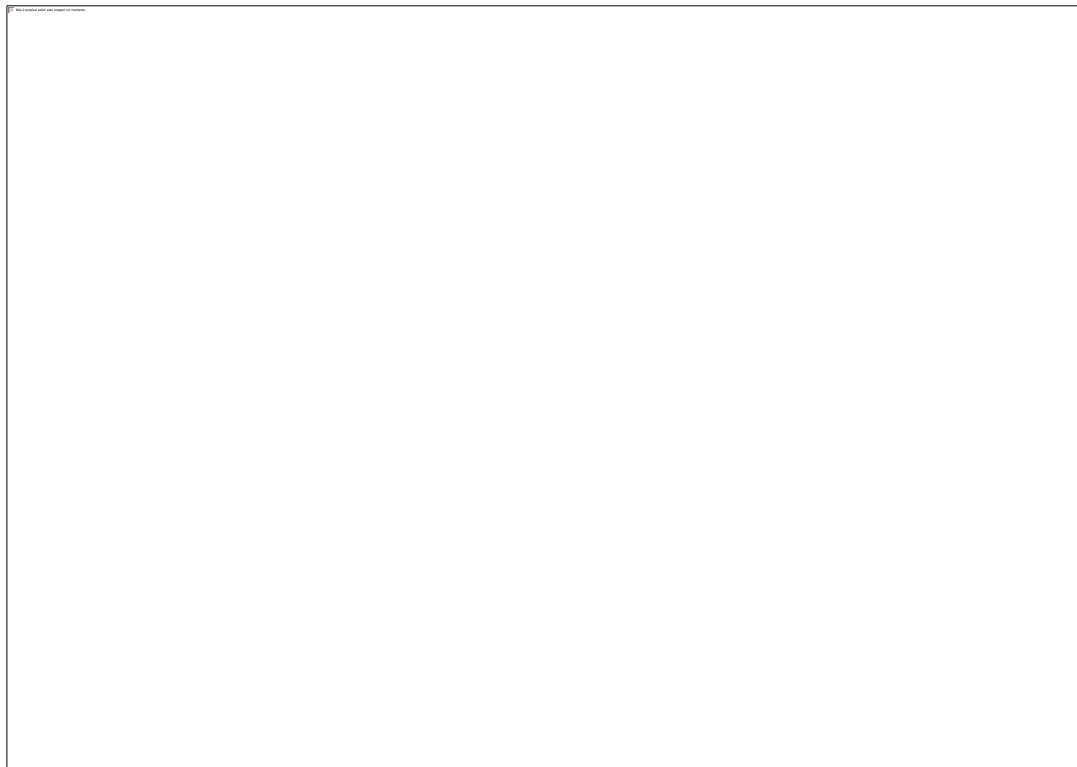
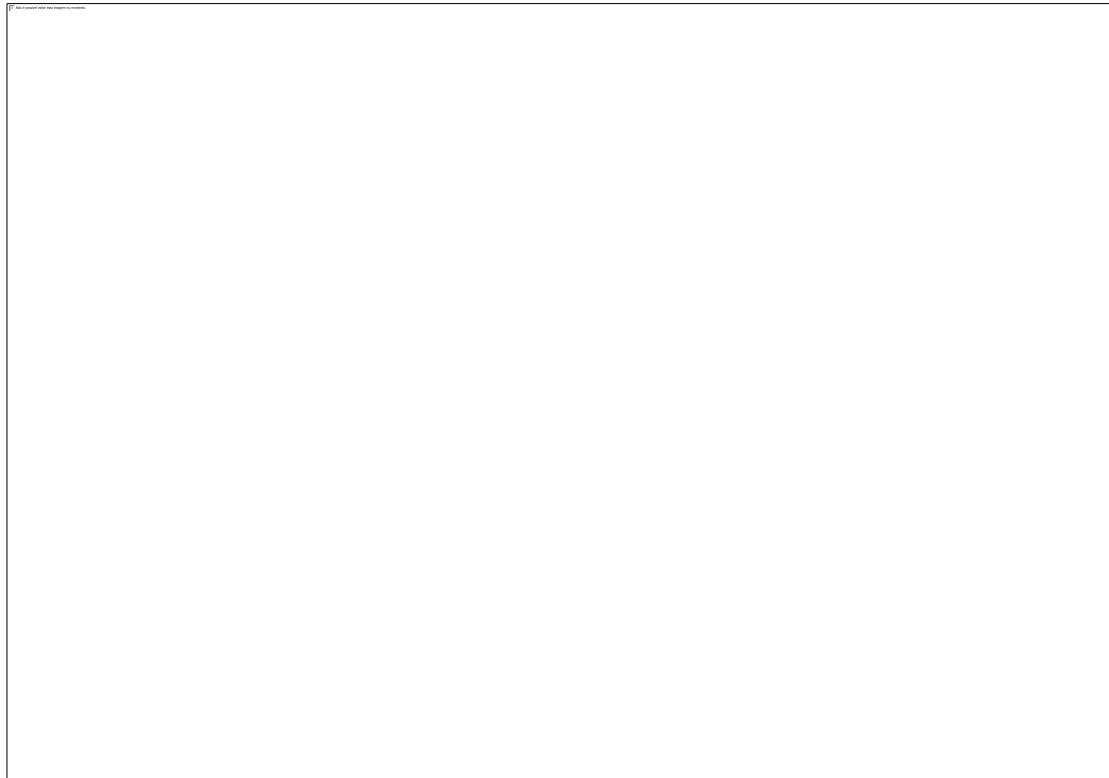
Variáveis	Fonte – Estudo utilizado	Fontes primárias (caso existente)
Percepção de restrição orçamentária	Botonaki et al. (2009)	
Eu gasto tanto quanto quero em alimentos	Botonaki et al. (2009)	Scholderer; Grunert (2005)
Eu gostaria de ter um orçamento maior para alimentos	Botonaki et al. (2009)	Scholderer; Grunert (2005)
Se eu quisesse, eu poderia gastar mais dinheiro em alimentos	Botonaki et al. (2009)	Scholderer; Grunert (2005)
Não posso me dar ao luxo de gastar mais dinheiro com alimentos	Botonaki et al. (2009)	Scholderer; Grunert (2005)
Percepção de restrição de tempo	Botonaki et al. (2009)	
Eu estou sempre com pressa	Botonaki et al. (2009)	Chetthamrongchai; Davies (2000)
	Brunner et al. (2010)	Davies; Madran (1997)
	Buckley et al. (2007)	Davies; Madran (1997)
Eu estou sempre ocupado nos dias de semana	Botonaki et al. (2009)	Scholderer; Grunert (2005)
Eu muitas vezes sinto que meu tempo é escasso	Botonaki et al. (2009)	Chetthamrongchai; Davies (2000)
Percepção dos preços dos alimentos	Buckley et al. (2007)	
Eu sempre comparo os preços dos alimentos de diferentes marcas	Buckley et al. (2007)	Grunert et al. (1993)
Eu sempre procuro por promoções quando faço compras	Buckley et al. (2007)	Grunert et al. (1993)
Eu sempre verifico os preços, mesmo dos menores itens	Adaptado de Buckley et al. (2007)	Grunert et al. (1993)
Orientação para conveniência no planejamento de refeições	Botonaki et al. (2009)	
O que eu vou comer no jantar é normalmente uma decisão de última hora	Botonaki et al. (2009)	Bredahl; Grunert (1997)
	Buckley et al. (2007)	Grunert et al. (1993)
Eu sempre planejo o que vou comer com antecedência	Botonaki et al. (2009)	Bredahl; Grunert (1997)
	Buckley et al. (2007)	Grunert et al. (1993)
É importante para mim não ter que planejar o que vou comer no jantar	Botonaki et al. (2009)	
Eu sempre faço uma lista de tudo que preciso para guiar minhas compras de alimentos	Buckley et al. (2007)	Grunert et al. (1993)
Orientação para conveniência na compra de alimentos	Botonaki et al. (2009)	
Eu não gosto de gastar muito tempo comprando alimentos	Botonaki et al. (2009)	Buckley et al. (2007)
Eu tento fazer minhas compras o mais rápido possível	Botonaki et al. (2009)	
Quando eu compro comida, eu sempre leio os rótulos dos produtos	Botonaki et al. (2009)	
Orientação para conveniência no preparo de refeições	Botonaki et al. (2009)	
Uma boa refeição pode ser preparada com pouco esforço	Botonaki et al. (2009)	Candel (2001)
Eu procuro gastar o menor tempo possível no preparo de refeições	Botonaki et al. (2009)	Candel (2001)
	Brunner et al., 2010	
Em casa, eu prefiro comer refeições de preparo rápido	Botonaki et al. (2009)	Candel (2001)
Quanto menor o esforço físico eu precisar gastar numa refeição, melhor	Botonaki et al. (2009)	Candel (2001)

É um desperdício de tempo passar muito tempo na cozinha para preparar refeições	Botonaki et al. (2009)	Candel (2001)
Orientação para conveniência no consumo das refeições	Botonaki et al. (2009)	
Eu geralmente como antes de sentir fome, o que significa que eu nunca estou com fome nos horários das refeições principais	Botonaki et al. (2009)	Bredahl; Grunert (1997)
Eu como sempre que sinto o mínimo de fome	Botonaki et al. (2009)	Bredahl; Grunert (1997)
Em minha casa, beliscar substituiu os horários definidos das refeições principais	Botonaki et al. (2009)	Bredahl; Grunert (1997)
Orientação para conveniência na limpeza da cozinha	Botonaki et al. (2009)	
Para mim, é importante ter pouco ou nenhum trabalho de limpeza depois de comer	Botonaki et al. (2009)	Darian; Cohen (1995)
Eu prefiro preparar refeições que não sujam muito a cozinha	Botonaki et al. (2009)	Buckley et al. (2007)
Alimentos que não requerem limpeza após o consumo compõem uma importante parte da minha lista de compras	Botonaki et al. (2009)	
Busca por alimentação natural e saudável	Brunner et al. (2010)	
É importante para mim que os alimentos que eu consumo me mantenham saudável	Botonaki et al. (2009)	Steptoe et al., 1995
Eu acredito que alimentos orgânicos são melhores que os convencionais	Brunner et al. (2010)	Siegrist et al., 2008
Eu me sinto melhor quando consumo alimentos orgânicos	Brunner et al. (2010)	Siegrist et al., 2008
Eu gostaria de comer apenas alimentos livres de aditivos	Brunner et al. (2010)	Siegrist et al., 2008
Eu compro ou consumo alimentos orgânicos sempre que possível	Brunner et al. (2010)	Siegrist et al., 2008
Prazer na cozinha	Candel (2001)	
Para mim, cozinhar é uma maneira importante de relaxar	Candel (2001)	
Eu sinto prazer em preparar refeições	Candel (2001)	
Eu posso usar muito da minha criatividade no preparo de refeições	Candel (2001)	
Preparar refeições me traz muita satisfação	Candel (2001)	
Eu só gosto de cozinhar quando se trata de uma ocasião especial	Candel (2001)	
Individualismo	Ryan et al. (2004)	
Na minha casa é comum assistir TV durante as refeições	Ryan et al. (2004)	
As pessoas com quem eu moro muitas vezes fazem suas refeições em horários diferentes	Ryan et al. (2004)	
Na minha casa é difícil termos uma refeição familiar com todos presentes	Ryan et al. (2004)	
Desperdício de alimentos	Brunner et al. (2010)	
Eu fico muito arrependido(a) quando eu joga comida fora	Brunner et al. (2010)	
Eu tento fazer minhas compras de forma que eu não tenha que jogar sobras fora	Brunner et al. (2010)	
Eu tento gerar a menor quantidade de lixo possível	Brunner et al. (2010)	
Neofobia	Buckley et al. (2007)	
Eu sempre procuro maneiras de preparar refeições diferentes	Buckley et al. (2007)	Grunert et al. (1993)

Eu adoro experimentar receitas de outros países (culinária japonesa, árabe, italiana, mexicana, etc)	Buckley et al. (2007)	Grunert et al. (1993)
Eu gosto de provar comidas que nunca experimentei antes	Buckley et al. (2007)	Grunert et al. (1993)
Eu compro alimentos novos ou diferentes mesmo que eu nunca os tenha provado antes	Adaptado de Buckley et al. (2007)	Grunert et al. (1993)
	Barcellos e Vieira (2009)	Domain Specific Innovativeness Scale [DSI]
Eu gosto de experimentar novas receitas	Buckley et al. (2007)	Grunert et al. (1993)
Uso de alimentos convenientes	Botonaki; Mattas (2010)	
Eu consumo refeições prontas que necessitam somente aquecimento	Botonaki; Mattas (2010)	
Eu consumo alimentos semiprontos que só precisam ser cozidos	Botonaki; Mattas (2010)	Scholderer; Grunert (2005)
Eu consumo alimentos congelados	Botonaki; Mattas (2010)	
Eu consumo molhos prontos	Botonaki; Mattas (2010)	
Eu consumo alimentos enlatados	Botonaki; Mattas (2010)	

*Afirmativas incluídas nas escalas originais.

Fonte: Elaborado pela autora.

APÊNDICE 4 – Questionário utilizado para aplicação do *survey*



Pesquisa UFSCar Alimentos Convenientes



Início da pesquisa

Você é o responsável pela compra de alimentos no seu domicílio?

Sim

Não

Você tem mais de 18 anos?

Sim

Não



Quais destes aparelhos domésticos você possui?

Refrigerador (geladeira) e/ou freezer

Sim

Não

Microondas

Lava-louças

Liquidificador

Processador/mixer



← Anterior



Seguinte →



Pesquisa UFSCar Alimentos Convenientes



	Nunca	Raramente	De vez em quando	Muitas vezes	Sempre
Eu consumo pratos prontos (não congelados) que necessitam somente aquecimento (ex. macarrão tipo "cup noodles", feijoada desidratada)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu consumo alimentos semi-prontos (não congelados) que só precisam de cozimento ou tempero (ex. saladas lavadas, mix de legumes para sopa, carnes resfriadas temperadas, arroz à grega)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu consumo alimentos congelados em geral (ex. coxinha, lasanha, hambúrguer)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu consumo molhos prontos (ex. molho de tomate, creme de milho)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu consumo alimentos enlatados em geral (ex. atum, sardinha, milho)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



← Anterior



Seguinte →



Pesquisa UFSCar Alimentos Convenientes



Quais são suas principais motivações para consumir os produtos indicados na questão anterior?

- Eu acredito que sejam produtos nutritivos
- Eu acho que são produtos práticos
- Eu acho que o custo-benefício é bom
- Eu encontro uma grande variedade desses produtos no mercado
- Outro



Se outro, indique

Por favor, seleccione os motivos por ordem de importância (sendo 1 o mais importante).

Quais são suas principais motivações para evitar consumir os alimentos indicados?

- Acredito que esses alimentos sejam pouco nutritivos
- Acho que esses produtos não são práticos
- Acho o preço desses alimentos muito elevado
- Eu dificilmente encontro esses produtos para comprar
- Outro



Se outro, indique:

Por favor, seleccione os motivos por ordem de importância (sendo 1 o mais importante).

← Anterior

Seguinte →



Pesquisa UFSCar Alimentos Convenientes



Quem prepara a maioria das suas refeições cotidianas?

- Eu mesmo(a)
- Cônjuge
- Empregada/Diarista/Cozinheira
- Outro

Se outro, quem?

Na última semana (7 dias), quantas das 14 refeições principais (almoço e jantar) você fez na sua casa?

Refeições feitas em casa

A semana em questão reflete sua rotina?

- Sim, foi uma semana típica
- Não, foi uma semana diferente do comum
- Em partes

Dentre refeições realizadas na sua casa, em quantas delas você consumiu?

Legumes ou verduras congelados (ex. brócolis, seleta de legumes) refeições

Legumes ou verduras em conserva ou molhos enlatados (ex. milho, picles, polpa de tomate) refeições

Legumes ou verduras limpos e/ou picados prontos para consumo ou para cozer (ex. salada lavada, mix para sopa) refeições

caso não saiba exatamente o valor, indique um valor aproximado.

Se possível, cite um dos alimentos consumidos



← Anterior

Seguinte →



Pesquisa UFSCar Alimentos Convenientes



Dentre refeições realizadas na sua casa, em quantas delas você consumiu?

Carnes congeladas prontas para assar/fritar (ex. peru, filezinho de frango) refeições

Carnes resfriadas temperadas e/ou picadas prontas para usar na preparação de um prato (ex. bife temperado, carne porcionada para estrogonofe) refeições

Substitutos de carnes congelados (ex. hambúrgueres, almôndegas, steak de frango) refeições

Caso não saiba exatamente o valor, indique um valor aproximado.

Se possível, cite um dos alimentos consumidos



← Anterior



Seguinte →



Pesquisa UFSCar Alimentos Convenientes



Por favor, assinale seu nível de concordância para cada uma das afirmativas abaixo, sendo que:

1 = "Discordo totalmente"

5 = "Concordo totalmente"

Orçamento para alimentos

	1	2	3	4	5
Eu gasto tanto quanto quero em alimentos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu gostaria de ter um orçamento maior para alimentos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se eu quisesse, eu poderia gastar mais dinheiro em alimentos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Não posso me dar ao luxo de gastar mais dinheiro com alimentos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Tempo disponível

	1	2	3	4	5
Eu estou sempre com pressa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu estou sempre ocupado nos dias de semana	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu muitas vezes sinto que meu tempo é escasso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Preços dos alimentos

	1	2	3	4	5
Eu sempre comparo os preços de diferentes marcas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu sempre procuro por promoções quando eu faço compras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu sempre verifico os preços, mesmo dos menores itens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

← Anterior



Seguinte →



Pesquisa UFSCar Alimentos Convenientes



Por favor, assinale seu nível de concordância para cada uma das afirmativas abaixo, sendo que:

1 = "Discordo totalmente"

5 = "Concordo totalmente"

Planejamento de refeições

	1	2	3	4	5
O que eu vou comer no jantar é normalmente uma decisão de última hora	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu sempre planejo o que vou comer com antecedência	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
É importante para mim não ter que planejar o que vou comer no jantar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu sempre faço uma lista de tudo que preciso para guiar minhas compras de alimentos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Compra de alimentos

	1	2	3	4	5
Eu não gosto de gastar muito tempo comprando alimentos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu tento fazer minhas compras o mais rápido possível	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quando eu compro alimentos, eu sempre leio os rótulos dos produtos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

← Anterior



Seguinte →



Pesquisa UFSCar Alimentos Convenientes



Preparo de refeições

	1	2	3	4	5
Uma boa refeição pode ser preparada com pouco esforço	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu procuro gastar o menor tempo possível no preparo de refeições	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Em casa, eu prefiro comer refeições de preparo rápido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quanto menor o esforço físico eu precisar gastar numa refeição, melhor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
É um desperdício de tempo passar muito tempo na cozinha para preparar refeições	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Consumo de refeições

	1	2	3	4	5
Eu geralmente como antes de sentir fome, o que significa que eu nunca estou com fome no horários das refeições principais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu como sempre que sinto o mínimo de fome	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Em minha casa, beliscar substituiu os horários definidos das refeições principais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Limpeza da cozinha

	1	2	3	4	5
Para mim, é importante ter pouco ou nenhum trabalho de limpeza depois de comer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu prefiro preparar refeições que não sujaram muito a cozinha	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alimentos que não requerem limpeza após o consumo compõem uma importante parte da minha lista de compras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

← Anterior



Seguinte →



Pesquisa UFSCar Alimentos Convenientes



Por favor, assinale seu nível de concordância para cada uma das afirmativas abaixo, sendo que:

1 = "Discordo totalmente"

5 = "Concordo totalmente"

Alimentação saudável e natural

	1	2	3	4	5
É importante para mim que os alimentos que eu consumo me mantenham saudável	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu acredito que alimentos orgânicos são melhores que os convencionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu me sinto melhor quando consumo alimentos orgânicos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu gostaria de comer apenas alimentos livres de aditivos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu compro ou consumo alimentos orgânicos sempre que possível	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Prazer na cozinha

	1	2	3	4	5
Para mim, cozinhar é uma maneira importante de relaxar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu sinto prazer em preparar refeições, mesmo as do dia-a-dia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu posso usar muito da minha criatividade no preparo de refeições	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preparar refeições me traz muita satisfação, mesmo as do dia-a-dia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu só gosto de cozinhar quando se trata de uma ocasião especial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

← Anterior



Seguinte →



Pesquisa UFSCar Alimentos Convenientes



Por favor, assinale seu nível de concordância para cada uma das afirmativas abaixo, sendo que:

1 = "Discordo totalmente"

5 = "Concordo totalmente"

Consumo das refeições cotidianas

	1	2	3	4	5
Na minha casa é comum assistir TV durante as refeições	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
As pessoas com quem eu moro muitas vezes fazem suas refeições em horários diferentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Na minha casa é difícil termos uma refeição familiar com todos presentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Consumo de novos alimentos

	1	2	3	4	5
Eu sempre procuro maneiras de preparar refeições diferentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu adoro experimentar receitas de outros países (culinária japonesa, árabe, italiana, mexicana, etc)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu gosto de provar comidas que nunca experimentei antes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu compro alimentos novos ou diferentes mesmo que eu nunca os tenha provado antes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu gosto de preparar novas receitas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

← Anterior



Seguinte →



Pesquisa UFSCar Alimentos Convenientes



Por favor, assinale seu nível de concordância para cada uma das afirmativas abaixo, sendo que:

1 = "Discordo totalmente"

5 = "Concordo totalmente"

Eliminação de sobras e lixo

	1	2	3	4	5
Eu fico muito arrependido(a) quando eu joga comida fora					
Eu tento fazer minhas compras de forma que eu não tenha que jogar sobras fora					
Eu tento gerar a menor quantidade de lixo possível					

Habilidades na cozinha

Você sabe como fazer?

	Não	Sim
Arroz		
Uma canja de galinha		
Um pudim de leite condensado		
Um churrasco		
Uma feijoada		

← Anterior



Seguinte →



Pesquisa UFSCar Alimentos Convenientes



Caracterização socioeconômica

Gênero

- Masculino Feminino

Idade

- 18 a 25 anos 46 a 55 anos
 26 a 35 anos 56 a 65 anos
 36 a 45 anos 66 anos ou mais

Número de habitantes da cidade

- Até 50 mil habitantes
 de 50 a 100 mil habitantes
 de 100 a 500 mil habitantes
 de 500 mil a 1 milhão de habitantes
 mais de 1 milhão de habitantes

Nível de educação

- Não estudou Ensino médio completo
 Ensino fundamental incompleto Superior completo
 Ensino fundamental completo Superior incompleto
 Ensino médio incompleto Pós-graduação

Onde você mora?

Atenção: você pode encontrar seu local mais rapidamente ao utilizar o filtro da lista de estados. A cidade escolhida será automaticamente indicada no campo seguinte.

Qual a sua cidade?

← Anterior



Seguinte →



Pesquisa UFSCar Alimentos Convenientes



Indique quantos adultos moram na sua casa (contando com você):

- 1 (Apenas eu)
 2
 3
 4 ou mais

Indique quantas crianças e adolescentes moram na sua casa:

	Nenhuma	1	2	3 ou mais
Crianças (0-9 anos)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adolescentes (10-17 anos)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Como é a sua jornada de trabalho?

- Tempo integral (mais de 30 horas semanais)
 Do lar
 Tempo parcial (de 10 a 30 horas semanais)
 Aposentado
 Desempregado
 Estudante

Como é a jornada de trabalho do seu cônjuge? (se aplicável)

- Não se aplica
 Do lar
 Tempo integral (mais de 30 horas semanais)
 Aposentado
 Tempo parcial (de 10 a 30 horas semanais)
 Estudante
 Desempregado

Indique sua renda familiar mensal:

- Até 1 SM (Até R\$ 724,00)
 Mais de 3 até 5 SM (Mais de R\$ 2.172,00 a R\$ 3.620,00)
 Mais de 1 até 2 SM (Mais de R\$ 724,00 a R\$ 1.448,00)
 Mais de 5 até 10 SM (Mais de R\$ 3.620,00 a R\$ 7.240,00)
 Mais de 2 até 3 SM (Mais de R\$ 1.448,00 a R\$ 2.172,00)
 Mais de 10 salários mínimos (Mais de R\$ 7.240,00)

Para participar do sorteio do brinde, por favor deixe seu e-mail:

← Anterior



✓ Salvar

APÊNDICE 5 – Roteiro para operacionalização do modelo proposto

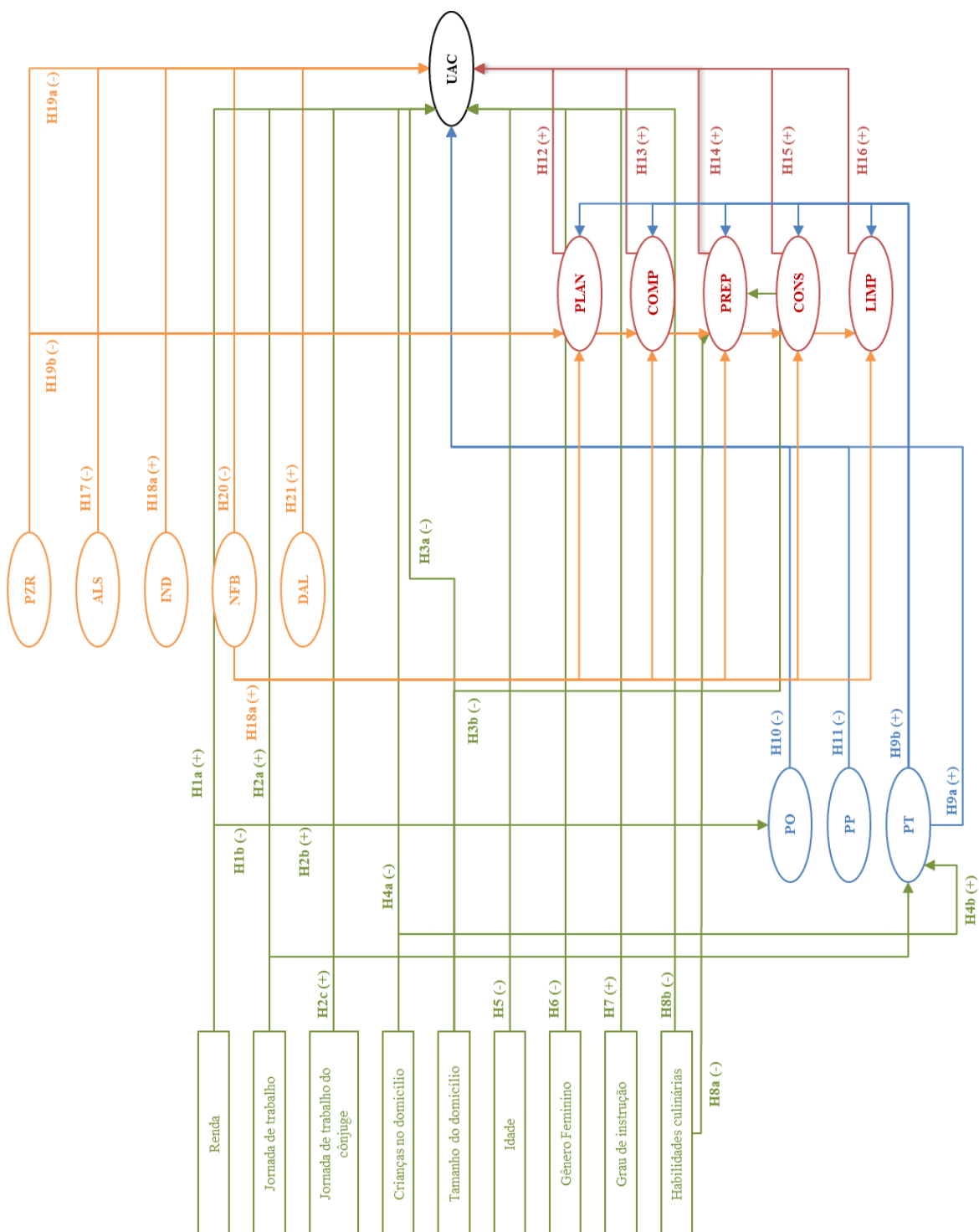
Aqui são elencadas as etapas que permitem a operacionalização do modelo proposto. Busca-se, assim, fornecer um breve passo a passo para eventual replicação do estudo, a qual permita uma comparação fiel de resultados.

O modelo conceitual originalmente proposto, embasado pelas revisões da literatura dos Capítulos 2 e 3, e as relações hipotetizadas (Apêndice 2) entre os construtos são sumarizados na Figura A1.

Para facilitar a visualização do conteúdo, foram atribuídas diferentes cores aos diferentes tipos de variáveis, a saber:

- A cor verde se refere aos recursos objetivos e suas respectivas hipóteses;
- A cor azul se refere aos recursos percebidos e suas respectivas hipóteses;
- A cor laranja se refere aos fatores pessoais e suas respectivas hipóteses;
- A cor vermelha se refere à orientação para conveniência e suas respectivas hipóteses.

Figura A1. Modelo conceitual e relações hipotetizadas entre os construtos



Fonte: Elaborado pela autora.

A operacionalização do modelo se dá por meio dos seguintes passos:

1. Aplicação do questionário validado (Apêndice 4) numa amostra suficientemente grande para manter a confiabilidade das análises estatísticas (ver Seção 4.3)

2. Análise descritiva dos dados, como foco nos recursos objetivos levantados;
3. Tratamento dos dados para análise multivariada, incluindo:
 - a. Descrição dos indicadores das variáveis latentes, com análise de média e desvio padrão;
 - b. Análise de dados ausentes, observações extremas e normalidade multivariada dos indicadores;
 - c. Em caso de não normalidade multivariada dos dados, fazer transformação dos indicadores das variáveis latentes pela estimação da proporção de Tukey.
4. Testes de validade convergente, unidimensionalidade e confiabilidade para cada construto do modelo, os quais permitem a purificação das escalas de medição, caso necessário;
5. Teste de validade discriminante entre os construtos do modelo;
6. Estimação do modelo de mensuração⁵;
7. Estimação do modelo nulo⁵;
8. Construção do modelo estrutural⁵ para teste de hipóteses, empregando-se a técnica de adição de blocos, na seguinte ordem:
 - a. Efeitos diretos da orientação para conveniência no uso de alimentos convenientes;
 - b. Efeitos diretos dos fatores pessoais na orientação para conveniência;
 - c. Efeitos diretos dos recursos percebidos na orientação para conveniência;
 - d. Efeitos diretos dos recursos objetivos nos recursos percebidos;
 - e. Efeitos diretos dos recursos objetivos no uso de alimentos convenientes;
 - f. Efeitos diretos dos recursos objetivos na orientação para conveniência;
 - g. Efeitos diretos dos recursos percebidos no uso de alimentos convenientes;
 - h. Efeitos diretos dos fatores pessoais nos recursos percebidos;
 - i. Efeitos diretos dos fatores pessoais no uso de alimentos.
9. Análise de efeitos diretos e indiretos entre as variáveis.

⁵ Para estimação dos modelos, utilizou-se a opção de máxima verossimilhança e empregou-se o estimador Satorra-Bentler, no pacote estatístico Stata.