UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FCF/FEA/FSP
Programa de Pós-graduação Interunidades
em Nutrição Humana Aplicada – PRONUT

PADRÃO ALIMENTAR E CONSUMO DOMICILIAR
DE PRODUTOS COM REDUÇÃO DE
GORDURAS NA ÁREA METROPOLITANA DE
SÃO PAULO

AMÁBELA DE AVELAR CORDEIRO

Tese para a obtenção do grau de Doutor
Orientador: Profª Drª Elizabeth Aparecida F. da S. Torres

São Paulo
2003

AMÁBELA DE AVELAR CORDEIRO

PADRÃO ALIMENTAR E CONSUMO DOMICILIAR DE PRODUTOS COM
REDUÇÃO DE GORDURAS NA ÁREA METROPOLITANA DE SÃO PAULO.

Comissão julgadora
Tese para a obtenção do Grau de Doutor

Profª Drª Elizabeth Aparecida Ferras da Silva torres
Orientador/ Presidente

Orientador

1º Examinador

2º Examinador

3º Examinador

4º Examinador

São Paulo, de de 2003.

Aos meus pais,
que me ensinaram
a superar obstáculos.

Ao pequeno João Pedro,
que me ensina
o valor das pequenas coisas.

AGRADECIMENTOS

À Profª Drª Elizabeth A.F.S. Torres pela orientação e estímulo constantes.

Ao Prof. Dr. Heron do Carmo – FIPE/USP por ter cedido o banco de dados.

Ao Marcelo da FIPE/USP que sempre esteve disponível para fornecer informações sobre o banco de dados

Às amigas Kátia Andrade, Elke Clemente e Sueli Silva pelo apoio nos momentos mais difíceis e por amenizarem a dureza do cotidiano paulistano.

Às amigas Karla e Ana Beatriz por torcerem por mim em todos os momentos.

Aos meus pais pelo apoio incondicional e por suportarem, além da distância física, a falta de envolvimento no cotidiano familiar.

À Francine pelo apoio com o banco de dados e na formatação do trabalho.

À Monalisa por manter a casa em ordem durante a minha ausência.

Aos Batistiolle e agregados: Inês; Dirceu; D. Cida; Lú; Gesne; Sandro e Leandra pela ajuda nos cuidados com o João Pedro.

Ao João pela paciência, incentivo e amor e por tornar a minha ausência menos dura para o João Pedro.

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - Lista de termos para produtos com redução de nutrientes.....	9
TABELA 2: Conteúdo absoluto do atributo baixo ou reduzido.....	10
TABELA 3: Sistema equivalência para o cálculo da unidade de consumo familiar.....	52
TABELA 4: Distribuição de domicílios segundo estratégias de consumo de produtos com redução de gorduras.....	63
TABELA 5: Distribuição dos domicílios segundo tipo de produto desnatado.....	64
TABELA 6: Distribuição dos domicílios segundo número de produtos light com redução de gorduras.....	64
TABELA 7: Distribuição de domicílios segundo a estratégia de utilização de PRG e renda familiar <i>per capita</i>	66
TABELA 8: Distribuição de domicílios segundo estratégia de consumo e escolaridade do chefe da família.....	67
TABELA 9: Distribuição de domicílios segundo estratégias de consumo e faixa etária das pessoas da família.....	67
TABELA 10: Distribuição de domicílios segundo estratégia de utilização de PRG e composição familiar.....	68
TABELA 11: Distribuição de domicílios segundo a estratégia de consumo e faixa etária dos filhos.....	68
TABELA 12: Distribuição das classes de renda <i>per capita</i> segundo domicílios consumidores e não consumidores de PRG.....	69
TABELA 13: Distribuição da escolaridade do chefe ¹ segundo domicílios consumidores e não consumidores de PRG.....	70
TABELA 14: Distribuição do gênero do chefe e composição familiar dos domicílios consumidores e não consumidores de produtos com redução de gorduras.....	71
TABELA 15: Distribuição da composição etária dos componentes da família segundo os domicílios consumidores e não consumidores de produtos com redução de gorduras.....	72
TABELA 16: Distribuição da faixa etária dos filhos segundo domicílios consumidores e não consumidores de produtos com redução de gorduras.	72
TABELA 17: Modelo de regressão logística univariada. Estimativas dos coeficientes (β), significância estatística (p) pelo teste de Wald, <i>odds ratio</i> e intervalo de confiança para cada variável.....	75
TABELA 18: Modelo final da regressão logística múltipla. Estimativas dos coeficientes (β), significância estatística (p) pelo teste de Wald, <i>odds ratios</i> e intervalo de confiança da variáveis da equação.....	76
TABELA 19: Média normalizada do consumo domiciliar <i>per capita</i> segundo grupo de alimentos e domicílios consumidores e não consumidores de PRG da área metropolitana de São Paulo.....	77

TABELA 20: Matriz de correlação, autovalores e comunalidade dos padrões alimentares domiciliares da área metropolitana de São Paulo.....	79
TABELA 21: Teste de igualdade de médias dos escores do padrão alimentar geral segundo grupo de consumidor e não consumidor de PRG.....	79
TABELA 22: Matriz de correlação, autovalores e comunalidade dos padrões alimentares dos domicílios consumidores de PRG da área metropolitana de São Paulo.....	81
TABELA 23: Matriz de correlação, autovalores e comunalidade dos padrões alimentares dos domicílios não consumidores de PRG da área metropolitana de São Paulo.....	82

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: Sistema de Classificação de Alimentos do DAFNE.....	40
FIGURA 2: Etapas para aplicação da análise fatorial em estudos dietéticos.....	42
FIGURA 3: Classificação dos alimentos segundo grupos.....	52
FIGURA 4: Distribuição de produtos Light disponíveis para o consumo no domicílio.....	65
FIGURA 5: Fluxo de divulgação de Informações sobre alimentação e nutrição.....	88

LISTA DE ABREVIATURAS

ABIA - Associação Brasileira das Indústrias de Alimentos
ABIAD – Associação Brasileira de Indústria de Alimentos Dietéticos
ABRAS - Associação Brasileira de Supermercados
ACP – Análise de Componentes Principais
ADA – American Dietetic Association
ENDEF – Estudo Nacional de Despesa Familiar
EUA – Estados Unidos da América
FAO – Food and Agriculture Organization
FIPE – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
INCA – Instituto Nacional do Câncer
IPC – Índice de Preços ao Consumidor
MS – Ministério da Saúde
OMS – Organização Mundial da Saúde
PAT – Programa de Alimentação do Trabalhador
PNAE – Programa Nacional de Alimentação Escolar
PNSN – Pesquisa nacional de Saúde e Nutrição
POF – Pesquisa(s) de Orçamento(s) Familiar(s)
PRG – Produto(s) com Redução de Gordura(s)
SBAN – Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição
UE – União Européia
USP – Universidade de São Paulo

RESUMO

Cordeiro, AA. **Padrão alimentar e Consumo Domiciliar de Produtos com Redução de Gorduras na Área Metropolitana de São Paulo**; 2003.[Tese de Doutorado – FCF-FEA-FSP/USP].

Os guias alimentares orientam o público quanto às práticas alimentares saudáveis. As indústrias de alimentos têm desenvolvido produtos com redução de gorduras (PRG) para atender a demanda que encontra dificuldade em seguir as orientações propostas. Este trabalho objetivou caracterizar o padrão alimentar dos domicílios consumidores de PRG. A população foi composta por 2337 domicílios que participaram da POF/FIPE/USP 1998-1999, que estudou uma amostra probabilística da área metropolitana de São Paulo. Foram considerados domicílios consumidores de PRG aqueles que apresentaram consumo de produtos desnatado, semi-desnatado e light com redução de gordura (n=445 19,1%). Foi investigado o perfil demográfico, socioeconômico e de escolaridade. O consumo alimentar domiciliar foi obtido pela média *per capita*/dia da unidade domiciliar, ajustada para gênero e idade, para 14 grupos de alimentos. A Análise de Componentes Principais foi utilizada para a obtenção do padrão alimentar, a Regressão Logística Múltipla e a Análise Discriminante foram utilizadas para identificar as diferenças entre os grupos. Os domicílios consumidores de PRG apresentaram escolaridade, renda familiar, idade dos integrantes da família, disponibilidade de frutas, hortaliças, produtos industrializados, lipídios de adição e açúcares superiores aos não consumidores. O padrão alimentar dos domicílios consumidores de PRG se caracterizou como “tradicional” e entre os não consumidores se caracterizou como “misto”. Os resultados sugerem que os domicílios consumidores de PRG não apresentam estrutura de alimentar homogênea e o padrão alimentar adotado pode não atender as recomendações nutricionais.

SUMMARY

Cordeiro, A.A. **Padrão alimentar e consumo domiciliar de produtos com redução de gorduras na área metropolitana de São Paulo**. [Food standard and Household Consumption OF Low-Fat Product at the Metropolitan Area of São Paulo]. São Paulo (BR), 2003.[Tese de Doutorado – FCF-FEA-FSP/USP].

The Food Guides orientate the public to healthy practices concerning food. The food industry has developed low-fat products to attend the demand from those who have difficulties to follow the proposed instructions. This work focused on describing the food standard at low-fat consumers' domiciles. The population was composed by 2,337 domiciles, which participated in a research - realized by POF/FIPE/USP in 1998-1999 - about a probabilistic sample from a metropolitan area in São Paulo. We considered low-fat consumers' domiciles; those who presented skim, semi-skim and Light products consumption (#445 19.1%). Herein, the demographical, socio-economical and scholarity level profiles, were also investigated. The housing food consumption was obtained by the *per capita/day* average at the unity of domicile, tailored to gender and age, for 14 aliments groups. The Principal Components Analyze was used to obtain the food standard as the Multiple Logistical Regression and Discriminat Analyze were used to identify the differences among the groups. The housing low-fat consumers presented scholarity level, the revenue, age of the family members, availability of fruit and greens, industrial products, addition of lipids and sugars higher than those who were not consumers. The food standard at the low-fat consumers was characterized as "traditional" and among those who were nor consumers it was characterized as "mix". The results suggest that the low-fat consumers have not presented a homogeneous food structure and the food standard adopted by then may not consider nutritional recommendations.

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO	1
1.1. Desenvolvimento urbano e mudanças no perfil epidemiológico e nutricional.....	1
1.2. Recomendação do consumo de gorduras e mudanças do comportamento alimentar.....	5
1.3. Evolução do mercado de produtos com redução do teor de gordura – light.....	7
1.4. Características, benefícios e controvérsias do uso de produtos com substitutos de gordura.....	12
1.5. O consumidor de produtos com redução de gorduras	16
1.6. O consumidor de alimentos no brasil.....	18
1.7. Avaliação do consumo alimentar de populações	21
1.7.1. A pesquisa de orçamento familiar – pof	25
1.7.2. Avaliação do consumo alimentar por meio de base de dados das pofs	29
1.7.3. Histórico dos trabalhos de harmonização dos dados das pofs na europa.....	38
1.8. Definição de padrão alimentar por meio da análise fatorial por componentes principais.....	40
2. JUSTIFICATIVA.....	46
3. OBJETIVO GERAL	47
4. METODOLOGIA	48
4.1. Objeto de estudo.....	48
4.2. População de estudo	48
4.3. Delineamento da pesquisa.....	48
4.4. Base de dados.....	49
4.5. Tratamento dos dados de alimentos.....	49

4.6	Caracterização do consumo alimentar domiciliar	52
4.6.1	Unidade de consumo domiciliar.....	53
4.7	Variáveis de estudo	54
4.8	Análise estatística.....	57
4.9	Questões éticas	62
5.	RESULTADOS	63
6.	DISCUSSÃO	83
6.1	Procedimentos metodológicos.....	83
6.2	Aspectos relacionados ao consumo de alimentos modificados.....	87
6.2	Consumo de prg na área metropolitana de são paulo.....	92
6.3	Características dos domicílios consumidores de prg.....	96
6.4	Características do padrão alimentar	101
7.	CONCLUSÕES.....	107
7.	BIBLIOGRAFIA	108

1. INTRODUÇÃO

1.1. Desenvolvimento urbano e mudanças no perfil epidemiológico e nutricional.

A urbanização e o crescimento econômico das nações estão associados à mudança do perfil epidemiológico de várias doenças (POPKIN e COLLEEN 1998).

A obesidade emergiu como uma epidemia nos países desenvolvidos no final do século XX e a sua prevalência, na infância e a adolescência, aumentaram rapidamente nos países em desenvolvimento, podendo em breve alcançar os valores encontrados nos EUA (POPKIN e COLLEEN 1998).

As alterações no estilo de vida das populações relacionam-se a tal situação. Mudanças na estrutura do mercado de trabalho associada à ampliação das atividades relacionadas ao nível terciário da economia, em conjunção com o maior acesso à tecnologia e meios de transporte, representam diminuição da atividade física (POPKIN e BISGROVE 1988), que, juntamente com as mudanças no padrão de alimentação, caracterizam o estilo de vida das populações urbanas.

A base da alimentação dos países em desenvolvimento modificou-se nas últimas décadas (CABALLERO e RUBINSTEIN 1997). Dietas com maior concentração de carboidratos complexos e fibras cederam lugar à outra com maior variedade de alimentos e maior percentual de gordura e açúcar simples (DREWNOWSKI e POPKIN 1997). Tal fenômeno, chamado de transição nutricional¹, associaram-se à elevada prevalência de obesidade, de diabetes não-insulino dependente (POPKIN e col. 1996; ZIMMET e col.

¹ A Transição Nutricional refere-se às mudanças no padrão nutricional resultantes das modificações da dieta que se correlacionam com as mudanças econômicas, sociais, demográficas e de saúde de uma população (Monteiro et al., 2000).

1997), de doença coronariana e do câncer (DREWONOWSKI e POPKIN 1997).

No Brasil, entretanto, não ocorreu uma verdadeira transição epidemiológica² e nutricional, que se caracteriza pelo desaparecimento das doenças carenciais e sua substituição por doenças crônicas não-transmissíveis (SICHIERI e col. 1997). O perfil da mortalidade no país é marcado pela coexistência de distintos padrões: aumento crescente de taxas de doenças cardiovasculares, neoplasias e causas externas, juntamente com taxas, ainda relevantes, de mortes por doenças infecciosas (CASTRO 1995). Estudos apontam para o aumento da obesidade na população brasileira nas últimas décadas (SICHIERI 1998; MONTEIRO e CONDE 2000).

COITINHO e col. (1991) observaram que cerca de 30% da população adulta apresenta algum grau de excesso de peso.

Entre 1989³ e 1996⁴, o sobrepeso teve um aumento de 10% e a obesidade de 20% entre as mulheres brasileiras (COITINHO 1998 citado por SICHIERI 1998).

No município do Rio de Janeiro, em 1995-1996, a Pesquisa Nutrição e Saúde - PNS revelou que a proporção de sobrepeso aumenta conforme aumenta a idade. Porém, foram observadas diferenças entre os gêneros segundo a faixa etária. Entre 26 e 45 anos, os homens apresentaram maior frequência de sobrepeso 1 (35,5%) e as mulheres com idade acima de 46 anos apresentaram maior prevalência de sobrepeso 2 e 3 (23,4%) (SICHIERI 1998).

² Transição Epidemiológica, segundo Omram (1971), é o processo de modificação nos padrões de morbimortalidade, que ocorre em estágios sucessivos e seguindo uma trajetória de um padrão tradicional para um padrão moderno (apud Barreto e Carmo, 2000).

³ Pesquisa Nacional de Saúde e Nutrição – PNSN, desenvolvida em 1988, pelo Instituto de Nutrição e Alimentação.

⁴ Pesquisa Nacional de Demografia e Saúde – PNDS, desenvolvida em 1996.

MONTEIRO e col. (2000a), analisando o perfil da obesidade no Brasil nas décadas de 70, 80 e 90, observaram a tendência de aumento da prevalência da obesidade entre os homens na maioria das faixas etárias, porém, esta é menos evidente entre as mulheres. Segundo os quatro estratos de renda, a evolução da obesidade apresentou resultados notáveis. Em áreas urbanas, o risco do desenvolvimento da obesidade foi restrito às mulheres de baixa renda e aos homens de renda média. Na área rural, as mulheres de renda média apresentaram maior risco de desenvolverem obesidade.

Um resultado que se destaca neste trabalho foi a observação da redução do risco de obesidade entre as mulheres de maior renda. Os autores concluíram que este achado pode ser resultado do intenso trabalho da mídia, que tem focado a necessidade de combater o sedentarismo e incentivado a mudança de hábitos alimentares. A população feminina, que dispõe de recursos (renda, escolaridade entre outros), parece ser um grupo sensível às informações divulgadas (MONTEIRO e col. 2000^a).

Segundo MONTEIRO e CONDE (2000), o resultado de declínio do risco da obesidade, verificado na população feminina, em área urbana do sudeste brasileiro, até então não havia sido reportado em países em desenvolvimento.

Os dados sobre a obesidade no Brasil, apresentados anteriormente, demonstram a importância do acompanhamento da evolução de sua prevalência e indicam a necessidade de estudos que busquem avaliar seus determinantes, assim como medidas de intervenção.

Um dos fatores que provavelmente está associado à obesidade no Brasil é a mudança no padrão alimentar da população (MONTEIRO e col. 2000). Como descrito anteriormente, o padrão alimentar é um fator determinante da transição epidemiológica verificada nos países em

desenvolvimento (DREWONOWSKI e POPKIN 1997; CABALLERO e RUBINSTEIN 1997).

Alguns estudos investigaram o padrão alimentar da população brasileira e revelaram as mudanças ocorridas nas últimas décadas. Dentre as observadas, destaca-se o aumento no consumo de gordura de origem vegetal ocorrido entre as décadas de 70 e 80 (MONDINI e MONTEIRO 2000). Apesar do consumo não ter alcançado valores acima dos recomendados pela OMS, em algumas regiões (MS 1997; SICHIERI 1998), pode-se considerar que a elevação observada é preocupante, principalmente para os estratos de renda inferiores (MONTEIRO e CONDE 2000).

O maior estrato de renda parece não ter sofrido influências negativas do processo de urbanização, principalmente entre mulheres em áreas urbanas, ao contrário do que ocorre em outros países em desenvolvimento (MONTEIRO e CONDE 2000). Este resultado é surpreendente, visto que a rápida mudança no modelo de consumo de alimentos nos grandes centros urbanos, como consequência da imitação do padrão internacional de consumo, pode comprometer a prática alimentar saudável (OLIVEIRA 1997). Além disto, a participação da mulher no mercado de trabalho, a alimentação fora de casa e a procura por alimentos prontos, também podem favorecer o maior consumo de gordura (CÂNDIDO e CAMPOS 1995).

OLIVEIRA (1997) verificou, em um estudo sobre o consumo agro-industrial na cidade São Paulo, as seguintes características do comportamento do consumidor: aumento do consumo de alimentos fora do domicílio e preferência pela compra de gêneros alimentícios em supermercados. Estas características contribuem para o consumo de maior variedade de alimentos industrializados.

A maior variedade de alimentos, segundo DREWONOWSKI e POPKIN (1997), está tipicamente envolvida com a transição nutricional. Os novos

alimentos introduzidos na dieta, em geral, são ricos em gorduras e/ou açúcar simples.

1.2 Recomendação do consumo de gorduras e mudanças do comportamento alimentar

Recomendações relativas à diminuição do consumo de gorduras surgiram nos EUA nos anos 50, uma vez que foi o principal nutriente associado ao aumento dos casos de doença coronariana (KRITCHEVSKY 1998).

As recomendações do "National Cholesterol Education Program" determinam, que a ingestão de gordura total, de ácidos graxos saturados e de colesterol fosse, respectivamente, inferior a 30% e 10% das calorias totais e inferior a 300mg (NCEP 1994).

O Departamento de Agricultura e o Departamento de Saúde e Serviços Humanos dos EUA publicaram, em 1992, o Guia Alimentar da Pirâmide, que recomendava a redução do consumo de gordura saturada e de colesterol. Porém, mesmo com tantos incentivos por parte das instituições de saúde, a população americana enfrenta dificuldades para modificar seus hábitos alimentares e atender às recomendações propostas (GERSHOFF 1995; ADA 1998).

No Brasil, a Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição (SBAN) recomenda que a ingestão de gordura total seja de, no máximo, 25% das calorias da dieta, os ácidos graxos saturados não devem exceder a 8% deste total e a ingestão de colesterol não deve ser superior a 100mg/1000Kcal (VANNUCCHI e col. 1990).

A definição de recomendações nutricionais visa estabelecer valores que garantam à população o consumo de nutrientes em quantidades adequadas à manutenção da saúde e à prevenção de doenças; entretanto,

para que sejam seguidas, muitas vezes, se faz necessária a adoção de novas práticas alimentares.

O que norteia a concepção de alimentação saudável é aquilo que ela pode eventualmente evitar, como as doenças crônicas relacionadas com a alimentação que estão em destaque no panorama das estatísticas de saúde (GARCIA 2000). Porém, como já descrito anteriormente, as mudanças no padrão de consumo da maioria da população brasileira seguem em diferente direção.

GARCIA (2000) considera que não se pode afirmar que esta contradição decorra da negligência com a preocupação com a saúde.

"As dificuldades geradas pelo pouco tempo disponível para o preparo e o consumo das refeições, a crescente necessidade de se alimentar fora de casa com dispêndio financeiro, muitas vezes sem tempo e condições de parar as atividades e comer, pode levar o comensal a ter esta tarefa como um problema cotidiano, cuja solução pode afastar-se bastante de suas melhores pretensões."

São inúmeras as razões que envolvem a escolha de alimentos, estando em jogo mais de um fator, que se interagem até a decisão final de consumo (BLEIL 1998, SHEPHERD 1999).

Segundo MEAD e GUTHE (1945) citados por BLEIL (1998), por meio do hábito alimentar, os indivíduos, ou grupos de indivíduos, respondem às pressões sociais e culturais, selecionando, consumindo e utilizando porções do conjunto de alimentos que estiverem disponíveis.

A dificuldade em seguir as recomendações, a partir do controle da ingestão de alimentos, tem levado muitas pessoas a adotarem novos hábitos de consumo de produtos com redução de gorduras e calorias.

Distante das discussões e das divergências no âmbito científico sobre o papel do consumo de gordura no desenvolvimento da obesidade (WILLETT 1998; BRAY 1999; WILLET 1999; SICHIERI 2000; BRAY 2000;

WILLETT 2000), as indústrias de alimentos têm lançado no mercado uma variedade de produtos para atender aos interesses de consumidores que querem reduzir a gordura da dieta.

A preocupação com a saúde e a busca por esses produtos promoveu o desenvolvimento de um novo segmento dentro do setor industrial alimentício.

Nos anos 80, a indústria de alimentos norte-americana reconheceu como promissor o setor de produtos com redução de gorduras (PRG), à semelhança dos alimentos para fins especiais, obtidos pela redução ou isenção do açúcar. Assim, pessoas sensíveis a apelos de "marketing" e, em especial, aquelas preocupadas com melhores condições de saúde, manutenção ou redução de peso e manutenção da aparência atraente, passam a ter suas demandas atendidas (CÂNDIDO e CAMPOS 1995).

Em 1996, um estudo de âmbito nacional, verificou que 88% dos norte-americanos consumiam algum tipo de PRG. Desde 1990, a cada ano são lançados no mercado norte-americano aproximadamente 1000 novos itens desta linha de produtos (ADA 1998).

A seguir estão apresentados dados sobre a evolução do mercado de produtos com redução de gorduras no Brasil.

1.3 Evolução do mercado de produtos com redução do teor de gordura – light

A evolução do mercado de produtos light, apresentada a seguir, foi caracterizada por meio de pesquisa em artigos de jornais e documentos, consultados nos arquivos da Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS).

O mercado de produtos para fins especiais surgiu com a criação de uma legislação federal em 1989, que permitia a substituição do açúcar dos alimentos por edulcorantes (CÂNDIDO e CAMPOS 1995).

No início da década de 90, o setor de dietéticos no Brasil revelava um crescimento ainda modesto devido à recessão, à perda do poder aquisitivo, ao controle de preços e às variações cambiais. Porém, segundo a Associação Brasileira de Indústrias de Alimentos Dietéticos (ABIAD), o que pesava na avaliação do mercado futuro, àquela época, era a tendência que se observava em todo o mundo. Americanos, europeus e japoneses já eram antigos consumidores de produtos dietéticos, motivados, sobretudo, pela preocupação com a saúde; já os brasileiros consumiam produtos dietéticos com o objetivo de controlar o peso. Homens e mulheres se mostravam entusiásticos com qualquer novidade que chegasse às prateleiras (ATAÍDE 1992).

Em 1992, existiam somente 50 empresas produzindo 150 itens de produtos dietéticos, disponíveis em drogarias, supermercados, lojas especializadas, de conveniência ou de congelados em 500 apresentações diferentes. Nessa época, já se sabia que, em todo o mundo, milhões de pessoas estavam trocando o açúcar, a gordura, o sal, e outros ingredientes por seus substitutos considerados mais saudáveis. Porém, no Brasil, com uma tradição de valorizar o prazer à mesa, a indústria internacional de alimentos não convencionais se acautelou, num primeiro momento, na abordagem do mercado (ATAÍDE 1992).

Em 1993, o interesse por uma alimentação mais equilibrada, fez com que o mercado de produtos “saudáveis” no Brasil fosse estimado em 250 milhões de dólares. O interesse das indústrias de alimentos foi então despertado (GOMES 1993).

Neste momento, os produtos light passaram a demonstrar possibilidades de sucesso. O mercado de margarinas light participava com 12% do mercado total. A Sadia foi a empresa pioneira dentre as produtoras de carnes processadas com redução de calorias e gorduras, tendo sido seguida pela Ceval. A Plus Vita, líder do mercado de pães industrializados no Rio de Janeiro, começou a investir no setor em 1991, seguindo a bem-sucedida empresa paulista Wickbold, que nesta época tinha 10% do seu

faturamento correspondendo às vendas de pães integrais e isentos de gordura ou açúcar (GOMES 1993).

Por outro lado, diante do mercado recessivo, os fabricantes adotaram ações que promoveram as vendas com um corte na margem de lucro. O reflexo desta estratégia foi sentido na queda da diferença de preço entre os produtos modificados e os convencionais, que fizeram com que as vendas aumentassem (ALVES 1994).

Ainda assim, o departamento de marketing das empresas estava interessado em consumidores dispostos a pagar um pouco mais por uma vida e alimentação mais saudável. Como exemplo, a linha Chicken light custava, em 1993, 20% mais do que embutido comum (GOMES 1993).

No meio da década de 90, a falta de regulamentação dos produtos “light” foi considerada um problema pela ABIA (Associação Brasileira de Indústrias de Alimentos), que solicitou, ao Ministério da Saúde, diretriz para regulamentar o mercado (GOMES 1993).

A Secretaria de Vigilância Sanitária, do Ministério da Saúde, baixou a Portaria nº 27 (SVS/MS, 1998) regulamentando a identidade e as características mínimas de qualidade de alimentos que utilizam a Informação Nutricional Complementar (INC). Destaca-se nesta portaria os itens referentes à informação nutricional e aos atributos dos produtos com redução de nutrientes (TABELA 1 e 2).

TABELA 1 - Lista de Termos para Produtos com Redução de Nutrientes.

Atributo	Conteúdo Absoluto Nutrientes e/ou Valor Energético	Termos Correspondentes
Baixo	Baixo (pobre, leve)	Light, lite, low
Não contém	Não contém (livre, zero, sem, isento de...)	Free, no, without, zero
Muito baixo...	Muito baixo	Very low
Sem adição de ...	Sem adição de...	No added
Reduzido	Reduzido (leve)	Light, lite

Fonte: Ministério da Saúde, 1998.

De acordo com a Legislação, para que um produto seja considerado como light, deve apresentar um dos atributos apresentados na Tabela 2.

TABELA 2: Conteúdo Absoluto do Atributo Baixo ou Reduzido.

CONTEÚDO ABSOLUTO	ATRIBUTO BAIXO
Valor energético	Max. de 40 kcal/100g de sólidos ou 20 kcal/ 100ml de líquidos.
Açúcares	Max. de 0,5g de açúcares/100g de sólidos ou em 100ml de líquidos.
Gordura total	Max. de 3g de gorduras/100g de sólidos ou 1,5g de gorduras /100ml de líquidos.
Gordura saturada	Max. de 1,5g de gordura saturada/100g de sólidos ou 0,75g de gordura saturada/100ml de líquidos. E a energia fornecida por gorduras saturadas deve ser de no máx. 10% do valor energético total.
Colesterol	Max. de 20mg de colesterol/100g de sólidos ou 10 mg /100ml de líquidos. Max. de 1,5g de gordura saturada/100g de sólidos ou 0,75g de gordura saturada/100ml de líquidos. E a energia fornecida por gorduras saturadas deve ser de no máx. 10% do valor energético total.
Sódio	Max. de 120mg de sódio/100g de sólidos ou em 100ml de líquidos.

Fonte: Ministério da Saúde 1998.

Em 1996, o mercado brasileiro de produtos considerados na imprensa leiga como “saudáveis”, por apresentar modificação de ingredientes, foi estimado em US\$80 milhões e crescia 20% ao ano, segundo estimativas da Nutrilatina, fabricante do Diet Shake. Segundo a Associação Paulista de Supermercados, um fator limitante do consumo, nesta época, foi o preço (BACOCINA 1996).

Em 1997, surgiu uma novidade no mercado. Apesar do preço um pouco mais elevado, a disposição para a compra de produtos light começou a aparecer nas classes C e D. Para atender aos novos consumidores, os supermercados passaram a lançar os produtos em lojas com público de menor poder aquisitivo (VILLARDAGA 1997).

Com o crescimento do mercado de produtos light e a regulamentação do setor, a grande indústria passou a se mostrar cada vez menos interessada nos produtos dietéticos. Um bom indicador da ampliação do mercado de produtos light é ampliação do espaço ocupado por estes produtos nas gôndolas dos supermercados. Em 1997, já ocupavam cinco vezes o espaço destinado a eles em 1992 (VILLARDAGA 1997).

A oferta de produtos se elevou a partir de 1998. Bolos (prontos ou misturas), pão de queijo, macarrão instantâneo, batata frita e sal light, foram lançados no mercado e passaram a concorrer com os produtos convencionais (MADUREIRA 1998).

Antes restrito às empresas especializadas, o “novo” mercado começou a chamar a atenção das grandes indústrias de alimentos, que já haviam testado sua eficácia nas linhas de laticínios e refrigerantes (MADUREIRA 1998).

O volume de vendas de laticínios light entre 1996 e 1997 cresceu 142%. Segundo a empresa de consultoria ACNielsen, comparando o período janeiro/setembro em 1997, com o mesmo período em 1998, o crescimento registrado foi de 66% (BRITO 1998).

Apesar do setor crescer em média 20% ao ano no mercado brasileiro, na década de 90, ainda era considerado pequeno. O lucro obtido com produtos diferenciados, light e diet, representava apenas 1% do faturamento global do setor. Nos EUA o setor de alimentos para fins especiais representava 30% do mercado global; enquanto na Europa 14% (VILLARDAGA 1997). Esses dados refletem o quanto este mercado ainda pode crescer no Brasil.

Outro dado importante para se avaliar o potencial de crescimento do setor é o volume de investimento feito no desenvolvimento de estratégias para melhorar a aceitação do produto. Segundo dados divulgados pela ABIAD, em um período de cinco anos na década de 90, foram investidos

mais de US\$100 milhões para tornar o sabor e a aparência dos produtos light e diet mais próximo dos produtos convencionais (MADUREIRA 1998).

Dados mais recentes da ABIAD (1996⁵) revelam que entre 1999 e 2000 houve um aumento de 40% no mercado diet e ight e a projeção para 2001 foi de um crescimento de 30%.

1.4 Características, benefícios e controvérsias do uso de produtos com substitutos de gordura.

O progresso da tecnologia da produção de alimentos tem oferecido ao consumidor alternativas de alimentos com reduzido teor de gordura, graças à utilização de novas técnicas, do uso de aditivos e de substitutos da gordura animal. As novas tecnologias permitem a produção de alimentos com características sensoriais próximas aos produtos tradicionais (CASTELLUCCI e SAMPAIO 2002).

A redução da gordura pode ser obtida por técnicas tradicionais como substituição por água ou ar; utilização de carnes magras ou leite desnatado na formulação de produtos e preparações, e técnica dietética que utilize menos gordura como nos assados.

A gordura pode, ainda, ser substituída nos alimentos por meio da utilização de ingredientes baseados em lipídios, proteínas ou carboidratos, individualmente ou combinados: são os chamados substitutos de gordura, que representam uma variedade de espécies químicas com propriedades funcionais e sensoriais e efeitos fisiológicos diversos (CASTELLUCCI E SAMPAIO 2002).

As funções de fornecer ácidos graxos essenciais (AGE) e energia para reserva e oxidação são específicas dos lipídios e podem ser alcançadas mesmo com dietas com baixos teores de gorduras. Entretanto, existem situações em, não somente a concentração, mas, também, a biodisponibilidade destes elementos pode ser afetada (MELA 1997).

⁵ ABIAD -- Comunicação pessoal.

Especula-se que o consumo de substitutos de gordura possa favorecer a ingestão inadequada de ácidos graxos insaturados e saturados e de ω -6 e ω -3. Portanto, para certos grupos populacionais, o consumo extremo desses produtos poderá ser prejudicial, principalmente se associado a mudanças significativas no consumo de outras fontes de gordura (MELA 1997).

As diferenças nas categorias de substitutos de gordura determinam seu potencial efeito fisiológico e estão apresentadas a seguir (ADA, 1998).

- Substitutos de gordura baseados em carboidratos e proteínas

São totalmente ou parcialmente absorvidos. A influência na absorção de outros componentes dos alimentos é mínima. Somente algumas gomas ou celulose, que são resistentes à digestão, podem, em grande quantidade, afetar a digestão de micronutrientes, particularmente minerais, e possivelmente poderão ter efeito laxativo (ADA 1998).

- Lipídios não-absorvíveis

Não sofrem ação das enzimas digestivas ou das bactérias intestinais. São excretados intactos e podem funcionar como solventes para substâncias lipofílicas, diminuindo a biodisponibilidade de componentes da dieta como o colesterol e vitaminas. Dentro desta categoria está o Olestra, que parece prejudicar o nível de ingestão de vitaminas D e K; os idosos e pessoas com baixa exposição à luz solar fariam parte da população de risco. O Olestra também foi associado à diminuição das concentrações plasmáticas de vitaminas A e E. A recomendação americana atual para a utilização do Olestra determina sua suplementação com vitaminas A, D, E e K, em concentrações que possam repor as possíveis perdas. O consumo do Olestra pode causar desconforto gastrointestinal e perda fecal, dependendo da quantidade ingerida. Sua utilização em "snaks" parece ser a mais indicada, pois este tipo de produto não é consumido juntamente com outros alimentos, diminuindo o risco de má-absorção de nutrientes (ADA 1998).

Os substitutos de gordura são usados para facilitar a redução da gordura total e saturada, mantendo a aparência e a palatabilidade do produto. As características sensoriais e nutricionais alcançadas pelos produtos podem auxiliar na adesão das dietas destinadas à redução de gordura e calorias. O sucesso em atingir tal objetivo não é facilmente avaliado, pois a seleção e o consumo de gordura depende de inúmeros fatores (genéticos, neurais, metabólicos, sensoriais, cognitivos, culturais e econômicos) (ADA 1998).

FONTIN e col. (1990) verificaram uma ingestão energética compensatória em indivíduos que consumiram produtos com redução de gorduras sem o conhecimento prévio.

MELA (1997) e GRAAF (1997) verificaram redução da ingestão calórica total somente entre os indivíduos que tinham uma dieta inicial superior a 35% de gordura. Entretanto entre aqueles que consumiam quantidade moderada ou baixa de gordura, não houve mudança no consumo calórico.

LYLE e col. (1992) afirmam que uma das vantagens para a utilização de produtos com redução de gorduras é a possibilidade de oferecer ao consumidor a redução da ingestão, sem a alteração dos hábitos alimentares. Os autores avaliaram, porém, que é necessária a investigação do impacto da incorporação destes produtos ao padrão alimentar, na ingestão de nutrientes dos vários segmentos da população americana. Para isto, recomendam que a base de dados, utilizada para avaliar o consumo alimentar da população, inclua informações nutricionais sobre este tipo de produto. Os autores apontam ainda para a possibilidade da biodisponibilidade das vitaminas lipossolúveis ser afetada pelo consumo destes produtos.

Segundo MELA (1997) alguns pesquisadores verificaram uma compensação no consumo de lipídios após a ingestão de substitutos de gordura; porém, estes estudos utilizaram metodologia controlada que foge

ao uso comum destes alimentos pela população em geral, o que pode comprometer os resultados encontrados ou sua generalização.

A ASSOCIAÇÃO AMERICANA DE DIETISTAS (ADA) considerou que existem evidências suficientes de que a utilização dos produtos com redução de gordura contribuem para a redução do consumo de gorduras e calorias, caso a dieta total também seja restrita em calorias e gorduras (ADA 1998).

A posição da ADA considerou os seguintes aspectos:

- As evidências de que o alto teor de gordura dietética está associado à incidência de doenças crônicas não transmissíveis;
- A necessidade de se seguir as recomendações de moderação do consumo de gordura e a manutenção do peso adequado;
- O reconhecimento de que a maioria da população americana não adere a uma dieta consistente com as recomendações dos guias alimentares;
- A manutenção da palatabilidade da dieta é vital para o sucesso das mudanças dietéticas;
- Os substitutos de gordura foram considerados seguros e aprovados pelo Food and Drug Administration (FDA);
- Os produtos com teor reduzido de gordura apresentam ampla aceitação pelos consumidores.

A ADA (1998) afirma que os substitutos de gordura oferecem meio seguro, factível e efetivo de manter o sabor de dietas com controlada quantidade de gordura e calorias. O órgão considera ainda que o sucesso da utilização destes produtos depende de sua forma de utilização. A simples incorporação destes produtos à dieta não garante a redução da massa corporal ou do consumo de gorduras.

A ADA recomenda que esforços sejam feitos para conscientizar os consumidores sobre as informações de rotulagem, a importância da técnica de preparo e de porcionamento dos alimentos e sobre a relação entre a

ingestão e o gasto energético. Desta forma, a utilização destes produtos dentro do contexto da dieta equilibrada e saudável torna-se possível (ADA 1998).

A ADA (1998) não define limites para a utilização dos produtos com redução de gorduras, porém, ressalta que uma redução extrema do consumo de gorduras pode conduzir a um comportamento compensatório ou ainda, ao risco de ingestão insuficiente de vitaminas lipossolúveis. A ADA orienta, no entanto, que as pessoas que queiram usar os produtos com substitutos de gordura devem incorporá-los como componente da dieta total, adequadas às recomendações dietéticas gerais, em concentrações que sejam bem toleradas.

1.5 O consumidor de produtos com redução de gorduras

São poucos os dados disponíveis sobre o consumo de produtos com redução de gorduras no Brasil. Os existentes foram produzidos pelas indústrias de alimentos e carecem de esclarecimentos acerca da metodologia utilizada na investigação.

A ABIAD realizou um estudo, em três capitais brasileiras, com 700 consumidores entre 18 e 60 anos, de várias classes sociais, no período de novembro de 1994 a dezembro de 1995. Dentre os objetivos do estudo destacam-se: o reconhecimento das motivações, das predisposições e das razões para o consumo ou não de produtos diet e light (com baixo teor de gordura).

O consumo de produtos light, por redução de gorduras, não foi diferente entre homens e mulheres, ao contrário do que é observado para produtos com redução de açúcar (dietéticos), que são mais consumidos por mulheres. Quanto à faixa etária, o consumo foi identificado em todas as idades estudadas (jovens, adultos e idosos). Os PRG com redução de gorduras estiveram fortemente associados à necessidade de "melhorar a saúde" e "reduzir o colesterol", tendo sido considerados inofensivos ao

organismo. Apesar do PRG não ter sua imagem associada à "sabor ruim", como é o caso dos produtos dietéticos, também, não foi reconhecido como tendo sabor agradável. A penetração dos produtos com redução de gordura foi considerada elevada em todas as localidades estudadas; cerca de 60% dos entrevistados declararam consumi-los, ocorreu maior uso entre as pessoas mais velhas e de classes sociais mais elevadas. Os tipos de produtos mais referidos por estes consumidores, foram os laticínios, os queijos e a margarina. Quanto às razões para não ingeri-los, verificou-se que as restrições foram de caráter pessoal, como por exemplo, ausência de problemas de saúde ou de preocupação com a alimentação, não tendo relação com as características intrínsecas do produto. As situações que predispõem os indivíduos ao consumo destes produtos foram: preocupação com a forma física e presença de familiar com alteração do colesterol (ABIAD 1996).

A DANONE⁶, indústria de alimentos multinacional, realizou uma pesquisa qualitativa, em 1998, junto a consumidores de produtos "light", das classes sócio-econômicas A e B, com idade entre 18 e 45 anos. As consumidoras definiram o produto "light" como aquele destinado às pessoas preocupadas em controlar o peso e/ou a ter uma alimentação mais saudável e associaram-no a produtos com menor teor de gordura. As diferenças entre "diet" e "light" foram mais bem reconhecidas pelas mulheres mais jovens. As motivações para a aquisição destes produtos são de caráter estético (dietas de emagrecimento, filhas adolescentes) e de caráter de saúde (maridos/ pais com colesterol elevado e obesidade infantil começando a ganhar importância). As principais ocasiões de consumo são o café da manhã e em substituição do jantar; secundariamente, foi relatado o uso destes produtos no lanche da tarde.

⁶ BEZEROVSHY, M. W. **Pesquisa DANONE sobre mercado de consumo de produtos diet e light.** Comunicação pessoal.

Uma preocupação das indústrias tem sido desvincular dos produtos “light” a idéia de privação ou de que são produtos dietéticos, pois os consumidores brasileiros, assim como os europeus, apresentam rejeição a produtos com esse apelo. Um bom exemplo é o da Coca-cola diet que foi substituída pela light, cuja aceitação foi muito melhor no mercado. O produto “light” sugere saúde e não envolve uma idéia radical de restrição alimentar (BACOCINA 1996; VILLARDAGA 1997).

Os dados acima, oriundos de publicações não científicas, demonstram o interesse das empresas do setor de alimentos em traçar o perfil dos consumidores, com o intuito de direcionar as estratégias de marketing de seus produtos. Em um ambiente competitivo, em que é necessário obter alta produtividade dos recursos, sobreviverá a empresa que conhecer melhor o seu cliente. Sendo assim, a pesquisa do comportamento do consumidor é fundamental para o sucesso do marketing.

A seguir estão apresentados dados de pesquisas que proporcionam um panorama do comportamento do consumidor de alimentos no Brasil.

1.6 O consumidor de alimentos no Brasil

Alguns estudos científicos investigaram o comportamento dos consumidores no Brasil (SPERS 1998; FONSECA 1999; LIMA FILHO 1999; SAAB 1999), porém por sua natureza se limita a aspectos específicos do tema. Dados mais abrangentes sobre o consumidor são encontrados em documentos ou pesquisas que objetivam fornecer informações à indústria e/ou ao comércio varejista de alimentos.

A Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS) realizou uma pesquisa, utilizando metodologia qualitativa e quantitativa, que investigou 2151 consumidores, 343 supermercados e 308 fornecedores de alimentos. A pesquisa desenvolvida com os consumidores foi realizada pela empresa de consultoria ACNielsen. Os resultados revelaram que as informações nutricionais consideradas mais importantes pelos consumidores foram as

referentes a: vitaminas (62%); gorduras (60%); colesterol (55%); calorias (48%) e proteínas (44%). Na Grande São Paulo, 41% dos entrevistados referiram comprar comida pronta, sendo que os maiores consumidores foram os jovens entre 18 e 24 anos (30%) e os adultos entre 28 e 34 anos (31%) (ABRAS 1999).

Um estudo sobre atitudes e comportamento do consumidor, foi realizado em uma amostra selecionada ao acaso, em sub-amostras de bairros das regiões metropolitanas de oito cidades brasileiras. A pesquisa foi realizada pelo Food Marketing Institute e pela Associação de Supermercados Latino-americanos, com o apoio da Companhia Coca-Cola, com o objetivo de fornecer aos varejistas de alimentos o perfil dos hábitos de compra dos consumidores (FMI 1999).

Aspectos interessantes sobre os consumidores brasileiros foram revelados.

Quanto à frequência de compra, verificou-se que os produtos perecíveis (pães, frutas e vegetais frescos e carnes), as bebidas não-alcoólicas, o leite e os ovos são adquiridos semanalmente. Foram considerados de aquisição menos freqüente o arroz e as massas (77%) e embalados (56%) que apresentaram consumo mensal. Os congelados (refeições pré-cozidas) não foram considerados populares, pois 65% dos entrevistados afirmaram nunca tê-los comprado. A alimentação fora de casa foi considerada pouco freqüente, pois a média geral de consumo totalizou 1,8 vezes por semana. A frequência do uso regular de restaurantes aumentou segundo a classe social; para as classes A e B, a média foi de 3,7 vezes por semana. O consumo de refeições prontas não foi considerado freqüente; entre os 49% de consumidores que se referiram a comprar tais produtos, apenas 12% informaram adquiri-los mais de uma vez por mês (FMI 1999).

A maioria dos consumidores (77%) mostrou ter preocupação com a nutrição, sendo que 62% encontravam-se nas classes A/B e 39% na classe D. Os aspectos referentes ao conteúdo nutricional (54%), aos ingredientes (34%) e aos hábitos alimentares (10%) foram os mencionados como de maior interesse.

Nas classes A e B, o conteúdo nutricional foi o aspecto citado como de maior relevância, sendo o colesterol (16%), as calorias (12%) e as gorduras (12%) os itens de maior preocupação. Nas classes mais baixas a principal preocupação de 41% das pessoas foram os ingredientes (conservantes, aditivos químicos e corantes) (FMI 1999).

Em um outro estudo, a ACNielsen (2001) elaborou um documento no qual apresenta as mudanças no mercado, com base em 419 entrevistas telefônicas. Os principais fatores que influenciam a compra são: preço (41%) e propaganda (29%). Os resultados demonstraram ainda que o consumidor é atento à data de validade (85%) e ao valor nutricional dos produtos (53%). Neste estudo, verificou-se que 29% dos entrevistados compram produtos com baixas calorias e/ou light.

As informações obtidas revelam que o consumidor de alimentos, no Brasil, tem se preocupado com os aspectos nutricionais da alimentação e sofre influência de vários aspectos para a tomada de decisão de compra.

A escolha dos alimentos, como qualquer comportamento humano, é relacionada e influenciada por muitos fatores, não sendo determinada somente pela necessidade fisiológica ou nutricional, mas também por componentes sócio-culturais (SHEPHERD 1999).

OLIVEIRA e THÉBAUD-MONY (1997) afirmaram que a alimentação pode ser analisada sob várias perspectivas, ao mesmo tempo independentes e complementares (perspectiva econômica, nutricional, social e cultural). Estas perspectivas reunidas revelam a importância destes múltiplos fatores na determinação do tipo de consumo alimentar da

população e na interdisciplinaridade do tema (OLIVEIRA e THÉBAUD-MONY 1997; CASOTTI e col. 1998).

1.7 Avaliação do consumo alimentar de populações

Segundo SIZARET (citado por VASCONCELOS 2001), as pesquisas nutricionais, tais como as concebemos hoje, são relativamente recentes, assim como a necessidade de dados sobre o consumo alimentar e o estado nutricional das populações para o planejamento nacional.

VASCONCELOS (2001) fez uma revisão detalhada da evolução do estudo do consumo alimentar no mundo. O autor apresenta informações sobre como a crise econômico-social, consequência da Grande Guerra, gerou em vários países dificuldades para prover alimentação aos exércitos e à população civil, uma vez que as atividades agrícolas estavam paralisadas. Naquela época, uma parcela considerável da população de vários países vivia em um estado de carência nutricional que conduzia a vários estados mórbidos. O confronto com estes problemas fez com que, em todos os continentes, surgissem estudos sobre os vários aspectos da alimentação humana e, também, medidas de proteção e racionalização da alimentação popular (VASCONCELLOS 2001).

Após a Segunda Guerra Mundial, as estimativas de consumo alimentar ganharam importância e inúmeros indicadores passaram a ser utilizados, basicamente, devido à preocupação dos governos com a guerra, a ameaça de escassez e o aumento do controle na distribuição dos alimentos (LUSTOSA 2000; VASCONCELLOS 2001).

LUSTOSA (2000) relata que, no pós-guerra, os países passaram a ter necessidade de informações sobre os seus ativos alimentares, assim como o de seus inimigos e dos países por eles ocupados. Segundo a autora, os estudos realizados pela FAO na década de 40, apesar de serem considerados pioneiros, receberam muitas críticas quanto às estimativas de

extensão e de distribuição da fome no mundo; porém, representaram importante papel ao chamar a atenção para os diferentes padrões de consumo alimentar, característicos dos diferentes países, e por incentivar os governos a avaliarem e aprimorarem a qualidade de suas estatísticas de alimentos.

As estimativas provenientes das folhas de balanços de alimentos⁷ forneceram durante vários anos estatísticas para a avaliação do consumo alimentar de um país, a partir de dados sobre a disponibilidade de alimentos. Entretanto, o reconhecimento de que as estimativas baseadas no balanço de alimentos eram falhas, particularmente porque a oferta de alimentos foi ser subestimada, trouxe a necessidade de aprimorar as pesquisas domiciliares e com isto obter estimativas de consumo mais confiáveis (LUSTOSA 2000).

A criação da FAO, em 1945, e da OMS, em 1948, contribuiu significativamente para o surgimento dos primeiros comitês para a elaboração de normas sobre execução e análise de inquéritos alimentares (VIACAVA e col. 1983), que são instrumentos importantes para avaliação do consumo alimentar.

As pesquisas domiciliares passaram a representar um grande avanço para o estudo do consumo alimentar de populações, por contribuírem para o aumento da precisão das estimativas da ingestão alimentar.

Além disto, o levantamento, em uma mesma pesquisa domiciliar, de variáveis sócio-econômicas e de dados alimentares, permite a inferência dos principais fatores condicionantes dos problemas alimentares e nutricionais (LUSTOSA 1999).

⁷ Folhas de Balanço de Alimentos estimam a disponibilidade destes para o consumo, contrapondo a produção de alimentos (produzidos no país e importados) às diferentes utilizações dos mesmos existentes em uma nação (sementes, ração animal, perdas no processamento, descarte, exportação). A diferença encontrada é dividida pela população do país, para se obter a estimativa da disponibilidade *per capita*/ano. (Gibson, 1990).

Também no Brasil, segundo dados apresentados por VASCONCELOS (2001), a evolução da pesquisa sobre a situação nutricional e alimentar da população sofreu influência dos períodos de crise política.

“Após a revolução de 30,... o Brasil passa a vivenciar um grande debate sobre o valor – econômico e social – da alimentação, que permitiu derrubar alguns tabus, como o da inferioridade da raça mestiça brasileira, e que contribuiu para o desenvolvimento das pesquisas sobre as condições nutricionais da população”

VIACAVA e col. (1983) informam que os primeiros estudos brasileiros sobre a situação alimentar datam da década de 30 e que somente nos anos 60, os efeitos do movimento internacional, que se preocupava com o problema alimentar dos países do Terceiro Mundo, chegaram ao Brasil.

O primeiro estudo nacional que analisou o consumo alimentar de famílias em áreas rurais e urbanas, a partir dos gastos e das quantidades consumidas, foi conduzido no início da década dos 60 pela Fundação Getúlio Vargas, com financiamento do Ministério da Agricultura dos Estados Unidos (VIACAVA e col. 1983).

Nos anos dos 70, o IBGE iniciou o Estudo Nacional de Despesa Familiar (ENDEF), dando ao consumo alimentar ênfase especial. O ENDEF, que foi conduzido com a assessoria de técnicos da FAO, é considerado um marco na história da avaliação do consumo alimentar no Brasil (VIACAVA e col. 1983).

Os primeiros resultados do ENDEF revelaram que, ao contrário do que se pensava na época, o problema de morbimortalidade da população não decorria da ingestão deficiente de proteína, mas da baixa ingestão energética. Portanto, o problema não era a qualidade da dieta, mas a quantidade ingerida, e que esta se relacionava com a renda familiar insuficiente (VASCONCELOS 2001).

A análise dos resultados finais do ENDEF, segundo VASCONCELOS (2001), foi interrompida quando estava próxima de produzir resultados importantes. O autor apresenta relatos sobre os motivos que levaram o governo a interromper a análise dos dados do ENDEF e as críticas feitas por pesquisadores da área ao que foi considerado “falta de interesse” para a divulgação dos resultados. Outra análise importante feita por este autor refere-se à utilização da visão estritamente econômica, que passou a predominar no planejamento nacional, em detrimento de uma mais humanista.

Citando MUSGROVE (1988), VASCONCELOS (2001) questiona a utilização da dimensão exclusivamente econômica para explicar os problemas nutricionais da população, já que não bastaria uma política econômica de aumento de renda para solucioná-los, haja vista que os hábitos alimentares e seus determinantes culturais e educacionais não podem ser desconsiderados. Conclui sua análise afirmando que:

“(....) o pensamento econômico mais humanista não predominou no planejamento e nas ações dos anos 80, do século XX, no Brasil. O planejamento voltou-se para a moeda, o câmbio, a crise do petróleo e, mais recentemente, para a modernização, o “custo Brasil” e a competição internacional, esquecendo-se do Homem, aquele brasileiro que deveria ser o centro e o fim do planejamento nacional. No IBGE, os reflexos desta visão estreita foram sentidos na demanda por informações predominantemente econômicas que associada às restrições orçamentárias eliminaram a parte de consumo alimentar da pesquisa de consumo realizada na década de 80.”

Neste contexto, surgem as Pesquisas de Orçamentos Familiares (POFs) desenvolvidas pelo IBGE em 1987-1988 e 1995-1996, que, apesar de concebidas para atender à necessidade técnica de elaboração do índice de preços ao consumidor (IPC) (IBGE 1998), passaram a fornecer informações sobre o consumo alimentar (MONDINI e MONTEIRO 2000;

MONTEIRO e col. 2000) e, juntamente com as PNAD⁸ e a PNSN⁹, produziram dados de âmbito nacional sobre as condições de vida, saúde e nutrição da população brasileira.

As características, limitações e críticas relacionadas à utilização das POFs para a avaliação do consumo alimentar de populações estão apresentadas a seguir¹⁰.

1.7.1 A Pesquisa de Orçamento Familiar – POF

As Pesquisas de Orçamentos Familiares permitem mensurar, a partir de amostras representativas da população, as estruturas dos gastos, receitas e poupanças, ou seja, fornecem informações sobre a estrutura de orçamentos e as condições de vida das famílias (IBGE 1998; SILVA 2000; CARMO 1999).

As informações sobre as unidades familiares permitem estudar a composição dos gastos por classe de recebimentos, disparidades regionais e entre áreas, tipo de composição familiar e escolaridade dos moradores, entre outros aspectos. As POF oferecem, portanto, insumos preciosos para diferentes áreas de estudo. As aplicações destes estudos vão desde a definição de programas sociais até investimentos públicos, na agricultura, comércio e saúde, assim como investimentos do setor privado (MS 1997; IBGE 1998).

As indicações sobre quais produtos, ou tipos de serviços, que devem ter a oferta ampliada para atender a uma demanda crescente ou em queda são subsídios fundamentais para o planejamento de investimentos, tanto do setor público, como do privado. Os dados da POF são essenciais para a elaboração de projeções que orientam os investimentos do governo e os

⁸ Pesquisa Nacional de Amostragem Domiciliar conduzida pelo IBGE em 1987/98.

⁹ Pesquisa Nacional sobre Saúde e Nutrição conduzida em 1989 pelo Ministério da Saúde, IBGE e o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA.

rumos da política social (ROCHA 2000). Porém, como já apresentado, segundo uma visão econômica.

As POFs são conduzidas pelas Instituições Nacionais de Estatística, na maioria dos países, e a metodologia utilizada segue uma uniformização que garante comparações entre países, com um mínimo ajuste (LAGIOU e TRICHOPOULOU 2001). São realizadas a cada cinco a dez anos, pois as estruturas de despesas são relativamente estáveis, dada a classe de rendimentos da família, de modo que não se justificaria a realização em intervalos menores (ROCHA 2000).

Embora o principal objetivo da POF seja estimar o índice de preços ao consumidor (IPC), também representa uma fonte única de dados sobre a alimentação e hábitos alimentares, podendo prover um banco de dados com características como: (1) âmbito internacional; (2) dados coletados de forma confiável, já que a metodologia adotada tem características comparáveis; (3) representatividade populacional; (4) relação com fatores demográficos e sócio-econômicos; (5) o tamanho da amostra permite precisão das estimativas; (6) regularidade de coleta; (7) e por fim, disponibilidade dos dados (ROCHA 2000; LAGIOU e col. 2001).

ROCHA (2000) apresenta algumas considerações para o entendimento das possibilidades de utilização das POFs na avaliação do consumo alimentar, a saber:

- O consumo alimentar não corresponde diretamente às despesas monetárias, pois, para a sua obtenção, é necessário, além disso, que se inclua a autoprodução e a obtenção de produtos por doação. Em regiões metropolitanas, a despesa monetária com alimentos é parcela significativa do consumo alimentar, mesmo dentre as populações de baixa renda.

¹⁰ Outros métodos para a avaliação do consumo de populações podem ser utilizados, porém não serão abordados neste trabalho. Ver: Gibson, 1990; Serra Majem, Bartina, Verdú. 1995.

- A despesa monetária com alimentos não significa ingestão efetiva dos alimentos adquiridos, além de não considerar a disponibilidade intrafamiliar. Sendo assim, os dados da POF não se prestam a estudos de avaliação do consumo das pessoas da família, sob o aspecto dietético.

Para que sejam entendidas as considerações acima, é importante a apresentação das diferentes interpretações do termo *consumo* utilizadas no jargão da economia e no da nutrição.

Para a economia, o termo é considerado como a posse e a propriedade do bem, por obtenção monetária ou não-monetária. Ou seja, refere-se à aquisição do alimento.

Para a nutrição, o termo significa a ingestão do alimento, que resultará no seu aproveitamento em termos nutricionais pelo organismo.

Estas diferenças conceituais devem ser observadas como pressupostos básicos para a utilização dos dados e interpretação dos resultados da POF nos diferentes campos da ciência.

Para a utilização dos dados do consumo alimentar obtidos pela POF, com o objetivo de identificar inadequações nutricionais, segundo o conceito utilizado pela nutrição, é necessário tratá-los de forma criteriosa, adotando-se procedimentos adequados (CAMPINO e col. 1985; CHESHER 1997; SJÖSTRÖM e STOCKLEY 2001; BIRÓ e col. 2002).

GALEAZZI (2000) apresentou, em um simpósio sobre a utilização de banco de dados sobre consumo alimentar, uma análise sobre as aplicações e limitações do uso das POFs no Brasil. A autora considerou que os dados nutricionais podem dar suporte para as políticas públicas de Alimentação e Nutrição, ou mesmo servir de ponto de partida para outros estudos baseados em subamostras, ou em estudos de caso individual, já que a POF contempla o consumo familiar e não o individual.

VASCONCELOS (2001) faz uma análise minuciosa da metodologia utilizada para a avaliação nutricional, utilizando dados de orçamento familiar no Brasil (ENDEF e POF/IBGE). Devido às várias limitações verificadas na estimativa do consumo e do requerimento de energia, o autor é categórico ao afirmar que:

“(....) o uso dos dados das POFs para a avaliação nutricional em nível familiar não é aconselhável por seu elevado grau de erro”.

A aplicação dos resultados da POF para a avaliação do consumo individual deve ser cautelosa, considerando-se que os dados fornecem informações sobre a disponibilidade de alimentos no domicílio e que esta não representa diretamente a ingestão de alimentos.

Alguns autores justificam a afirmativa acima pelo fato de que, em geral, não são considerados o gênero e a idade dos indivíduos que integram a unidade domiciliar, além disto, não há registro da porção de alimentos descartada (perdas no preparo ou por deterioração e alimentação animal) ou sobre os alimentos consumidos fora do domicílio (GIBSON 1990; SERRA MAJEM e col. 1995). Desta forma, a estimativa de consumo alimentar individual fica prejudicada devido às imprecisões dos dados.

Apesar das limitações para a estimativa do consumo individual, as informações sobre os hábitos de compra podem, por outro lado, contribuir para avaliações do cumprimento de padrões nutricionais de populações, por meio de estimativas da disponibilidade de alimentos no domicílio (SILVA 2000).

A valorização da importância da utilização das fontes de dados disponíveis sobre o consumo de alimentos, como os da POF, pode ser observada no documento final da reunião promovida pelo Instituto Danone, em 1999 (INSTITUTO DANONE 2000).

LOTUFO (2001) também destaca a importância da utilização das informações disponíveis a partir dos dados colhidos pelo IBGE, Ministério da Saúde e Instituto Nacional do Câncer – INCA, para o planejamento adequado das ações de saúde, estruturação da assistência médica e organização da educação médica. Dentre as informações demográficas disponíveis, o autor destaca o Censo Demográfico, a PNAD11 e a POF. Esta última, em sua avaliação, fornece informações valiosas como as relacionadas ao consumo de alimentos, que permitem avaliar o perfil do padrão dietético da população, além do consumo de cigarros e bebidas alcoólicas.

Apesar das críticas quanto a sua utilização para avaliação nutricional no âmbito individual, os dados produzidos por POF vêm sendo empregados na avaliação de consumo alimentar da população brasileira por representarem fonte alternativa de informação, na ausência de estudos nacionais que utilizem metodologia mais adequada. Alguns trabalhos estão apresentados a seguir.

1.7.2 Avaliação do consumo alimentar por meio de base de dados das POFs

Em um estudo pioneiro, que utilizou a POF do IPE/USP¹² para avaliação de situação nutricional das famílias paulistanas, ALVES (1977) investigou a influência dos determinantes sócio-econômicos (renda, escolaridade e tamanho da família).

O autor encontrou 15,7% das famílias com inadequação nutricional. Quanto maior a renda, maior foi a adequação nutricional. Porém, a cesta de alimentos foi semelhante. O problema nutricional encontrado foi, portanto, de

¹¹ PNAD = Pesquisa Nacional de Amostra Domiciliar

¹² Instituto de Pesquisa Econômica da Universidade de São Paulo atualmente é denominado Fundação Instituto de Pesquisa Econômica – FIPE.

ordem quantitativa e não qualitativa e o nível de instrução dos pais não foi determinante na adequação nutricional das famílias (ALVES 1977).

A evolução do padrão de consumo alimentar da população da cidade de São Paulo, entre as décadas de 30 e 70, foi estudada por ALVES e VIEIRA (1978), tendo como referência os dados de pesquisas de orçamentos familiares¹³.

A diversificação de produtos da cesta de alimentos foi crescente no período. Quanto à disponibilidade, houve redução no consumo de feijão e pão; aumento do arroz e do leite; substituição da carne bovina por aves e ovos. Resultado que merece destaque foi a redução do consumo da banha de porco e da manteiga e o aumento dos óleos e margarina. Notou-se uma associação positiva entre a renda e o consumo de calorias e de proteína (ALVES e VIEIRA 1978).

ALVES e VIEIRA (1978), ao concluírem os artigos utilizando os dados de consumo alimentar, segundo a perspectiva da economia, apresentaram sugestões para a política nutricional do país. Este fato demonstra como o tipo de estudo que utiliza as POFs contribui não somente para a análise da situação nutricional, como, também, para a elaboração de propostas de solução dos problemas alimentares identificados.

CAMPINO e col. (1985) avaliaram a evolução do padrão alimentar no município de São Paulo, entre 1972 e 1982, por meio dos dados fornecidos pelas POFs, conduzidas pela Fundação Instituto de Pesquisa Econômica – FIPE. Inicialmente os autores avaliaram a metodologia da POF quanto à capacidade de identificar a ingestão calórica e concluem que, para as famílias de baixa renda, nas quais se pressupõe a falta de estoque de gêneros¹⁴, a metodologia é adequada. Em seguida, eles fazem uma revisão

¹³ Davis, 1934, Lowrie, 1936/37, CNBES, 1952, FGV, 1960, DIEESE, 1969/70, IPE, 1971/72 apud Alves e Vieira, 1978.

¹⁴ Os autores consideram que a avaliação do consumo energético de famílias de renda elevada não é precisa, pois, como os estoques inicial e final não são mensurados, existe grande possibilidade de

dos estudos avaliadores do consumo alimentar e apresentam dados reveladores do dispêndio com alimentação.

CAMPINO e col. (1985) citando CARMO, apresentam dados sobre a redução na importância dos gastos com cereais, seus derivados e açúcar, e elevação dos gastos com ovos, leite, queijo, frutas e legumes. Quanto ao consumo *per capita*, houve diminuição no uso de cereais e derivados e aumento da utilização de ovos, leite e queijo. Os autores relatam que ocorreu: (1)- aumento na diversidade de produtos em todas as classes de renda; (2) aumento no dispêndio com alimentação fora do domicílio (7,4% para 13,19%); (3) redução dos gastos com produtos semi-elaborados (cereais) e produtos “in natura” (frutas e legumes) e (4) aumento dos gastos com leite e bolacha.

Em uma avaliação das mudanças ocorridas entre as décadas de 70 e 80 no Brasil, MARTINS (1998) apresenta uma série de questionamentos sobre os fatores que condicionam o consumo alimentar. O autor observou, também, as variações dos preços e da renda tomando como referência os dados do ENDEF (1978) e da POF/IBGE (1987/88) e projetou as possíveis mudanças no consumo, comparando-as com o que de fato ocorreu no período. Este tipo de análise permitiu o levantamento de possíveis condicionantes da variação no consumo de alimentos, que se relacionam com outros aspectos, que não os econômicos. As principais conclusões deste estudo foram:

- Menor consumo de cereais - Atribuído ao maior consumo de alimentos fora do domicílio e à maior diversidade de alimentos;
- Aumento do consumo de leite - Explicado, em parte, pelo aumento da renda e atribuído à versatilidade de uso, à facilidade de preparo e ao valor nutricional; apresentando relação com a variação do preço;

subestimar ou superestimar o consumo ao se avaliar somente as aquisições durante o período de estudo.

- Redução do consumo médio de arroz e feijão - Não pôde ser atribuído às variações de renda e preço; parecem sofrer influência da falta de tempo para o preparo e pelas opções de alimentação fora do domicílio;
- Redução discreta do consumo de carne bovina - Relacionada ao efeito do preço que não teve alteração no período;
- Elevação do consumo de frango - Acima do esperado pelo efeito da renda;
- Elevação no consumo de ovos - Atribuída ao efeito da renda, do preço e da praticidade e rapidez no preparo;
- Elevação do consumo de frutas - Ocorreu, em parte, pela elevação da renda, pela praticidade de utilização e características nutricionais. O preço não se comportou favoravelmente ao aumento do consumo;
- Pequena elevação do consumo de óleos e gorduras – Houve queda do preço no período e elevação da renda, não justificando a pequena elevação. Atribuiu-se à preocupação com a saúde o efeito verificado no consumo destes produtos;
- Diminuição do consumo de açúcar (cristal e refinado) – Este efeito foi oposto ao esperado já que houve elevação da renda, porém pode ser justificado pela elevação do preço.

A evolução do padrão de consumo alimentar da população brasileira das regiões metropolitanas, entre as décadas de 60, 70 e 80¹⁵, também foi avaliada por MONDINI e MONTEIRO (2000). Porém, enquanto MARTINS (1998) utilizou a variação do consumo médio *per capita* em kg entre as décadas de 70 e 80, estes autores utilizaram a participação relativa em percentual do consumo energético total. Apesar das diferenças na metodologia, os resultados encontrados são semelhantes como é possível verificar a seguir.

¹⁵ POF/FGV – 1963/63, ENDEF – 1974/75 e POF/IBGE – 1987/88.

MONDINI e MONTEIRO (2000) encontraram uma tendência de redução no consumo de cereais e tubérculos, substituição dos carboidratos por lipídios, de origem vegetal, e de proteínas de origem vegetal por animal, pelo maior consumo de frango, no período. Os autores destacaram que os resultados são semelhantes aos verificados em países desenvolvidos, em décadas passadas, e em países em desenvolvimento, mais recentemente.

O padrão de consumo verificado acima tem sido relacionado com o aumento da obesidade e doenças crônico-degenerativas. Os seguintes fatores econômicos são apresentados como possíveis determinantes destes resultados: o comportamento da oferta e dos preços relativos dos produtos alimentares (MONDINI e MONTEIRO 2000).

Porém, considerando-se os resultados de MARTINS (1998) nota-se que outros fatores estiveram envolvidos nas mudanças do padrão de consumo da população das áreas metropolitanas do Brasil, além dos tradicionais fatores econômicos. O autor faz a seguinte consideração em suas conclusões:

“A vida cotidiana nos conglomerados urbanos possui uma dinâmica própria, o que determina parcialmente o comportamento dos seus moradores e interfere diretamente nos seus hábitos alimentares. Esse comportamento é determinado pelo ritmo acelerado das atividades, pelas crescentes distâncias entre a casa e o trabalho, pelo efeito marcante das propagandas, pelo estilo de vida sedentário, pelo aumento do trabalho feminino fora do lar, pela maior demanda por lazer etc.”

Mais recentemente, MONTEIRO e col. (2000) apresentaram as mudanças na tendência secular da composição e adequação nutricional da dieta familiar praticada nas áreas metropolitanas do Brasil, tendo como referência as últimas POF/IBGE (1987/88 e 1995/96).

Os resultados revelaram aumento da participação relativa de lipídios na dieta do Norte e do Nordeste e redução do consumo de carboidratos, redução ou estagnação do consumo de leguminosas, verduras, legumes e

frutas em todas as regiões. Porém, foram identificadas mudanças consideradas favoráveis pelos autores como o declínio do consumo de ovos e recuo da proporção de calorias de origem lipídica, no Centro-Sul do País (MONTEIRO e col. 2000).

Os resultados dos vários estudos, acima descritos, tanto os que avaliaram dados da área metropolitana de São Paulo, quanto os dados nacionais como um todo, revelaram situações semelhantes, que podem ser caracterizadas principalmente pela diminuição do consumo de carboidratos e substituição da gordura animal pela de origem vegetal, redução do consumo de feijão e aumento do consumo de leite e ovos. O consumo de ovos, entretanto, apresentou tendência de redução entre as décadas de 80 e 90.

O trabalho de BERTASSO (2000) se destaca por avaliar o comportamento de variáveis sociais, além das tradicionais variáveis econômicas, renda e preço, no consumo alimentar em regiões metropolitanas brasileiras, por meio da POF/IBGE (1995/996). Uma característica do trabalho desta autora é o interesse pelos fatores que se relacionam com as mudanças no padrão alimentar e que têm sido associados ao perfil epidemiológico da população brasileira. A autora considera que fatores, além dos relacionados à restrição orçamentária¹⁶, determinam o comportamento de consumo¹⁷. Segundo ela, o estudo do consumo alimentar, com este enfoque, pode contribuir, não somente para o planejamento econômico, como também para a elaboração de estratégias de ações governamentais na área de prevenção e orientação dos consumidores.

¹⁶ Entende-se por restrição orçamentária o limite que é dado ao consumo em razão dos preços (Pindyck e Rubinfeld, 1994).

¹⁷ A autora apresenta considerações sobre as Teorias Econômicas do Comportamento do Consumidor (Modelo Neoclássico), que tradicionalmente assumem pressupostos básicos para explicar as preferências e os efeitos das restrições orçamentárias sobre o comportamento de compra. As propostas apresentadas focalizam a necessidade de utilização de instrumental que permita retratar o consumo da forma mais próxima possível do comportamento humano, impondo menos condições comportamentais *a priori* (Bertasso, 2000).

BERTASSO (2000) utilizou variáveis associadas às mudanças demográficas e sociais mais relevantes no período recente da sociedade brasileira, que podem explicar as transformações do comportamento alimentar. As variáveis escolhidas foram: a idade; o tamanho da família; a composição familiar; inserção da mulher no mercado de trabalho e, como não poderia deixar de ser, a renda. A autora também apresenta uma nova forma de agregação dos alimentos¹⁸ utilizando os seguintes critérios para a classificação do padrão alimentar: “**padrão tradicional**”, relacionado com a alimentação no domicílio, representado pelos agregados “cereais, leguminosa e oleaginosa”, “alimentos frescos”, “protéicos” e “leite e derivados” e “**padrão moderno**”, caracterizado pelos agregados “refrigerantes”, “enlatados e conservas” e “alimentos preparados”, consumidos no domicílio, e a alimentação fora dele (BERTASSO 2000).

Os resultados do estudo revelaram que a renda ainda é um forte condicionante do consumo alimentar e tem um efeito maior sobre o padrão alimentar “moderno”. Quanto à faixa etária, evidenciou-se homogeneidade entre três grupos de famílias: pessoas até 20 anos; entre 21 e 30 anos e pessoas com idade igual ou superior a 51 anos. Entre as famílias de 21 e 30 anos ocorreu maior proporção de alimentação fora do domicílio e entre as com maiores de 51 anos, verificou-se preferência pelo padrão tradicional da alimentação. Nas famílias chefiadas por mulheres, houve maior preferência pelo “padrão moderno”, destacando-se o aspecto da alimentação fora de casa, que foi mais importante do que o consumo dos outros alimentos deste padrão no domicílio. Quanto à composição familiar, verificou-se que as “famílias tradicionais”¹⁹ consomem menos refeições fora do domicílio (BERTASSO, 2000).

¹⁸ Os alimentos são agrupados, nos estudos com enfoque econômico segundo critério de afinidade, características e propriedades de utilização (Martins, 1998, p-34). Utiliza-se, em geral, a seguinte classificação: Produtos semi-elaborados, Produtos industrializados e Produtos “*in Natura*”.

¹⁹ Famílias tradicionais: domicílios compostos pela pessoa de referência e seu cônjuge, com ou sem filhos, outros parentes e empregados e sem não-parentes.

FAGANELLO (2002) analisou os dados da POF/IBGE (1995/96) quanto à disponibilidade de energia e nutrientes para a população das regiões metropolitanas do Recife e de São Paulo. Os resultados encontrados confirmam os verificados nos trabalhos apresentados anteriormente quanto à importância da renda na disponibilidade de alimentos. As frutas e as proteínas de origem animal apresentaram maior participação energética na alimentação da população de maior renda nas duas regiões. A participação do lipídio no valor energético total foi maior quanto maior o estrato de renda e substancialmente mais elevada em São Paulo do que em Recife. A participação relativa de açúcares e refrigerantes foi maior em São Paulo, na faixa de renda entre seis e oito salários mínimos. A autora destaca que os resultados apresentados não consideram os alimentos consumidos fora do domicílio ou aqueles decorrentes de participação em programas governamentais (PNAE e PAT)²⁰.

Em síntese, vários são os trabalhos que utilizaram as POF para a avaliação do consumo alimentar da população brasileira, evidenciando e caracterizando as mudanças ocorridas nas últimas décadas no país, e alguns de seus determinantes.

Em estudos internacionais, as avaliações da utilização dos dados de POF para a estimativa da disponibilidade de alimentos apontam que alguns produtos podem ser superestimados, como pães, gordura, açúcar e mel, sendo que outros podem ser subestimados, como peixe e vegetais (ZINTZARAS e col. 1997; SERRA MAJEM 2001).

BYRD-BREDBENNER e col. (2000) identificaram os padrões de consumo alimentar, em 11 países da Europa, por meio dos dados das POFs. Os resultados revelaram similaridades e diferenças entre os países.

Em aproximadamente todos os países a disponibilidade de carne bovina foi superior à de aves e de frutos do mar combinados. Muitos países

²⁰ PNAE -- Programa Nacional de Alimentação Escolar; PAT -- Programa de alimentação do

preferem pães em vez de outros produtos de grãos, outros têm de moderada à baixa disponibilidade de frutos do mar e legumes e outros consomem dois terços das frutas na forma *in natura* (BYRD-BREDBENNER e col. 2000).

Nos 11 países, a disponibilidade de leite foi inversamente proporcional à de queijo e os países mediterrâneos apresentaram maior disponibilidade para o óleo de oliva e gordura vegetal (BYRD-BREDBENNER e col. 2000).

O conhecimento da disponibilidade de alimentos e nutrientes para o consumo é um passo muito importante no desenvolvimento de guias alimentares, uma vez que o consumo individual somente poderá ser alcançado se houver disponibilidade no âmbito nacional ou no domicílio.

Caso a disponibilidade de alimentos no nível nacional seja superior ao desejável para o indivíduo, a educação nutricional poderá ter maior importância na política nutricional. Por outro lado, caso seja inferior às recomendações, a promoção dos estoques ou do comércio deverá ter prioridade no desenvolvimento de políticas (SERRA MAJEM 2001).

Os dados da POF podem ser uma boa ferramenta para monitorar mudanças no padrão alimentar de populações (SERRA MAJEM 2001), pois fornecem informações sobre o repertório de alimentos disponíveis no domicílio e que estão ao alcance dos indivíduos.

Reconhecendo a importância dos dados produzidos pelas POFs, que os estudos de base individual têm o custo elevado e que nem todos os países dispõem de recursos para desenvolvê-los, os países da Europa iniciaram um trabalho de harmonização de metodologias para o tratamento dos dados que estão apresentados a seguir.

1.7.3 Histórico dos trabalhos de harmonização dos dados das POFs na Europa

A Organização Mundial de Saúde (OMS) juntamente com a União Europeia (UE), iniciou, no final da década de 80, uma discussão sobre a necessidade de harmonização das informações sobre nutrição originadas de Pesquisas de Orçamentos Familiares dos países da Europa (BRESLIN 2001).

Em um mundo dominado pelas rápidas mudanças e influenciado pelos princípios da globalização, a habilidade em avaliar, monitorar e comparar os padrões dietéticos de diferentes populações tem uma primordial importância. Segundo esta perspectiva um grupo de 15 países da Europa desenvolveu o projeto DAFNE²¹ (TRICHOUPOLOU e NASKA 2001).

Este projeto teve como objetivo geral definir a utilização e interpretação das informações dietéticas coletadas no contexto de pesquisas nacionais representativas de Orçamento Familiar e desenvolver um banco de dados que fosse comparável e regularmente atualizado (TRICHOUPOLOU e NASKA 2001).

Inicialmente, o DAFNE estabeleceu categorias de alimentos e informações sócio-demográficas que permitissem a comparação do hábito alimentar e dos fatores que o afetam, dentro e entre os países (LAGIOU e TRICHOUPOLOU 2001).

Partindo do pressuposto de que as POFs, em todos os países participantes, têm características metodológicas semelhantes, tais como: amostra representativa da população do país; coleta dos dados durante todo o ano; considera variações sazonais do consumo alimentar; coleta os dados sócio-demográficos, assim como, de quantidades e/ou preço de alimento adquirido; foi possível iniciar o trabalho de harmonização de dados (LAGIOU e TRICHOUPOLOU 2001).

²¹ DAFNE -- Data Food Network

Foram definidas as seguintes características sócio-demográficas: grau de urbanização da região onde foi coletado o dado (urbano, semi-urbano e rural); escolaridade do chefe da família (analfabeto ou educação fundamental incompleta; educação fundamental completa; educação secundária incompleta; educação secundária completa; educação superior); a ocupação do chefe de família e a composição familiar associada ao número total de membros do domicílio (LAGIOU e TRICHOUPOLOU 2001).

O desenvolvimento de um sistema internacional de classificação dos alimentos que permitisse a comparação dos dados é a essência do DAFNE e o elemento central no desenvolvimento de um banco de dados baseado em POF na Europa. Porém, várias questões tiveram que ser avaliadas para que o sistema pudesse ser elaborado. A mais importante delas se referia ao variado nível de detalhamento encontrado nos dados sobre alimentos entre os vários países. Foi necessário criar um sistema de agrupamento de alimentos (TRICHOUPOLOU e LAGIOU 2001).

Ao final, o sistema estabeleceu 14 grupos de alimentos principais, que podem ser subdivididos em 56 subgrupos e que estão apresentados no Figura 1.

A avaliação inicial do DAFNE demonstrou que a utilização das POFs, para definir o padrão alimentar das populações era factível desde que houvesse vontade política, apoio administrativo e um pequeno ajuste da infra-estrutura na condução das pesquisas (BECKER 2001; TRICHOPOULOU 2001).

Figura 1: Sistema de Classificação de Alimentos do DAFNE.

CEREAIS OU PRODUTOS DE CEREAIS	VEGETAIS
Pães e broas	VEGETAIS PROCESSADOS
Arroz e cereais	LIPÍDIOS DE ADIÇÃO
Farinhas	Lipídios de origem animal
Massas	Manteiga
Cereais e produtos de padaria	Gordura animal (excluindo manteiga)
CARNE E PRODUTOS CARNEOS	Lipídios de origem vegetal
Carne vermelha	Gordura Vegetal
Porco (fresca e congelada)	Margarina
Bovina (fresca e congelada)	Óleo vegetal
Outras carnes vermelhas	Óleo Vegetal
Frango	Óleo de oliva
Ovelha	Óleo de sementes
Carne enlatada e produtos cárneos	AMENDOAS
Preparações cárneas	FRUTAS
PEIXES E FRUTOS DO MAR	Frutas frescas
Peixe (fresco e congelado)	Frutas processadas
Frutos do mar	AÇÚCARES E PRODUTOS AÇUCARADOS
Preparações de peixe	BEBIDAS NÃO-ALCOÓLICAS
LEITE E DERIVADOS	Estimulantes
Leite	Café
Queijo	Chás e infusões
Derivados do leite (excluídos leite e queijo)	Coca
OVOS	ÁGUA MINERAL
BATATAS E OUTROS AMIDOS DE RAÍZES	REFRIGERANTES
FEIJÕES	BEBIDAS ALCOÓLICAS

1.8 Definição de padrão alimentar por meio da análise fatorial por componentes principais

Segundo WILLETT e BUZZARD (1998), a alimentação humana é complexa e o seu estudo representa um desafio para os pesquisadores. Os alimentos consumidos cotidianamente contêm centenas de componentes químicos, alguns bem conhecidos, outros menos e outros não foram identificados. A variedade de substâncias químicas e as possibilidades de interação entre elas tornam difícil a ampla compreensão da relação entre alimentação e doenças. Uma alternativa ao estudo dos nutrientes, ou de outras substâncias que compõem os alimentos, pode ser o estudo da

alimentação em termos dos alimentos ou dos grupos de alimentos consumidos, ou seja, do padrão alimentar.

As vantagens desta abordagem são: o conhecimento da estrutura da alimentação e combinações de alimentos (RANDAL e col. 1990); a possibilidade de utilização das informações para o planejamento de intervenções e orientações para a população (NICKLAS e col. 1989; WILLETT e BUZZARD 1998); acompanhamento da evolução das mudanças na utilização das combinações dos alimentos e identificação das associações da alimentação com problemas específicos de saúde (SCHWERIN e col. 1982).

O estudo das inter-relações dos vários alimentos pode ser feito mediante a análise do padrão alimentar, por meio da aplicação da Análise Fatorial (SCHWERIN e col. 1982; JACOBSON e SATANTON 1986; WILLETT e BUZZARD 1998). Estes métodos podem ser utilizados quando hipóteses não foram estabelecidas ou quando a associação com um nutriente específico e um desfecho de saúde não foi encontrada (WILLETT e BUZZARD 1998; MARTINEZ e col. 1998).

A Análise Fatorial é uma das técnicas mais comuns para a agregação de variáveis e pode ser utilizada para identificar um ou vários padrões alimentares (SCHWERIN e col. 1982; JACOBSON e SATANTON 1986; WILLETT e BUZZARD 1998). O principal objetivo da Análise Fatorial é transformar um grande número de variáveis altamente correlacionados, neste caso, os alimentos ou grupos de alimentos, em um número pequeno de variáveis não correlacionadas, ou seja, os padrões alimentares (PEREIRA 1999). Os fatores ou padrões alimentares obtidos são uma combinação das variáveis originais, que se apresentam em uma ordem decrescente de importância. Assim, os fatores ou padrões obtidos contribuem para a explicação da maior parte da variação dos dados originais, sucessivamente.

A Figura 2 apresenta as etapas sugeridas por MARTINEZ e col.(1998) para a utilização da Análise Fatorial em estudos dietéticos.

FIGURA 2: Etapas para Aplicação da Análise Fatorial em Estudos dietéticos (adaptado de MARTINEZ e col. 1998)

Alguns estudos utilizaram a análise fatorial para a identificação de padrões alimentares e sua associação com a ocorrência de alguns estados mórbidos e estão apresentados a seguir.

SLATTERY e col. (1998) utilizaram dados de uma pesquisa populacional para examinar a associação entre padrão alimentar e risco de desenvolvimento de câncer de cólon. Foram identificados os seguintes padrões alimentares: “ocidental”, “prudente”, “derivados elevados em gordura e açúcar”, “substitutos” e “bebidas”. O padrão “ocidental” foi associado ao Índice de Massa Corporal elevado e ao maior consumo de gorduras e colesterol dietético. O padrão de dieta “prudente” foi associado a

maiores níveis de atividade física, menor massa corporal e elevado consumo de fibras e folatos. O padrão de "substitutos" (caracterizado pela substituição por produtos derivados do leite com baixo teor de gorduras por aqueles com elevado teor de gorduras, pela substituição de carne vermelha por aves e de grãos refinados por integrais) foi associado ao menor risco de câncer. Os resultados evidenciaram que o padrão ocidental se associou ao maior risco de câncer de cólon.

MASKARINEC e col. (2000) identificaram associação entre o padrão alimentar e o Índice de Massa Corporal, em uma amostra de mulheres de várias origens étnicas. Os autores selecionaram 23 itens de alimentos, dentre os 39 originais. Foram definidos quatro padrões. O mais importante foi o chamado de "carne" que se caracterizou pela elevada ingestão de carne vermelha, carne processada, peixe, aves, ovos, gorduras e óleos e condimentos. O segundo padrão definido como "vegetais" caracterizou-se pelo elevado consumo de vegetais. O terceiro, considerado "feijões" apresentou elevada correlação das variáveis feijões, tofu e proteína de soja. Os componentes do padrão "alimentos frios" foram as frutas, os sucos e os cereais. O padrão chamado de "carne" foi predominante entre as mulheres havaianas, enquanto o padrão "feijão" foi comum entre as chinesas e japonesas. Os padrões "vegetais", "feijões" e "alimentos frios" associaram-se negativamente com o Índice de Massa Corporal em todos os grupos étnicos estudados. Os resultados sugerem que a escolha de alimentos pode ser importante para o controle do peso corporal e que os padrões dietéticos baseados em alimentos podem ser úteis para o aconselhamento nutricional (MASKARINEC e col. 2000).

HU e col. (2000) investigaram o padrão alimentar como fator de risco para as doenças coronarianas, em um estudo longitudinal. Foram obtidos dois padrões alimentares gerados pela combinação de 131 itens de alimentos, registrados em questionários de frequência de consumo. O padrão de dieta "prudente" foi caracterizado pelo elevado consumo de hortaliças, frutas, feijões, grãos integrais, peixes e aves. O padrão "ocidental"

foi caracterizado pelo elevado consumo de carne vermelha, carne processada e grãos refinados, doces e sobremesas, batata frita e derivados do leite com elevado teor de gordura. O risco relativo para o desenvolvimento da doença coronariana foi maior para o padrão ocidental.

OSLER e col. (2001) analisaram, em um estudo longitudinal, a associação entre padrão alimentar e mortalidade por doença cardiovascular. Foram identificados dois padrões de dieta, “prudente” e “ocidental”, a partir de 28 grupos de alimentos. O padrão de dieta “prudente”, caracterizado pelo consumo de grãos integrais, hortaliças, frutas e peixes, foi inversamente associado com a morte por doença cardiovascular; enquanto o padrão “ocidental”, caracterizado por produtos cárneos, batatas, pão branco e manteiga não apresentou associação significativa com a mortalidade. Os autores concluíram que o padrão alimentar pode predizer a mortalidade e que a dieta prudente demonstrou estar de acordo com as recomendações atuais para a promoção da saúde.

SICHIERI (2002) realizou um estudo na cidade do Rio de Janeiro em 1996, com o objetivo de testar a hipótese de que uma dieta tradicional, baseada no consumo de arroz com feijão, pode proteger adultos jovens da obesidade. A partir de um questionário de frequência alimentar, com oitenta itens, foram estabelecidos 16 grupos de alimentos utilizados na análise fatorial por componentes principais. Três padrões do consumo alimentar foram obtidos e utilizados, juntamente com o Índice de Massa Corporal, em uma regressão logística múltipla. O padrão “misto” caracterizou-se por conter todos os grupos de alimentos, exceto arroz e feijão que tipificou o padrão “tradicional”. O padrão ocidental foi composto pelo grupo das gorduras (manteiga e margarina) e do açúcar (refrigerantes). Foi verificada associação positiva entre o padrão de consumo tradicional e o menor risco de sobrepeso.

SICHIERI e col. (2002) avaliaram os padrões de consumo alimentar e suas associações com fatores socioeconômicos, demográficos, atividade física de lazer e sobrepeso em duas regiões urbanas do Brasil: Nordeste e

Sudeste, tendo como base de dados a Pesquisa sobre Padrão de Vida (PPV) realizada entre 1996 e 1997. Foram incluídos na análise, os dados dos adultos entre 20 e 50 anos. Para o inquérito alimentar foi utilizado um questionário formulado pelo Banco Mundial. O consumo alimentar, na unidade domiciliar, foi medido pelo consumo de alimentos efetuados nos 14 dias anteriores à pesquisa. Foram considerados 21 grupos de alimentos e identificados dois padrões alimentares, por meio da análise fatorial. O padrão misto foi caracterizado pelo consumo de 17 grupos de alimentos, enquanto o tradicional pelo consumo de arroz, feijão, farinha e açúcar. A região nordeste associou-se negativamente ao padrão misto. O Índice de Massa Corporal associou-se positivamente ao padrão misto, enquanto que prática de atividade física e cor negra associaram-se negativamente a este padrão. A autora concluiu que vários fatores interferem nos padrões de consumo alimentar, desde o tamanho do domicílio, passando por variáveis socioeconômicas, até variáveis do indivíduo como estado civil e cor. Ela sugere que dificilmente variáveis associadas exclusivamente ao indivíduo permitem entender a complexidade de um fenômeno como o padrão de consumo alimentar.

Pelos estudos apresentados percebe-se que a utilização da (ACP) Análise Fatorial por Componentes Principais é uma alternativa que atende aos objetivos de avaliação da alimentação sob o aspecto dos alimentos, sendo uma alternativa aos estudos que investigam os nutrientes.

2. JUSTIFICATIVA

A expansão do comércio de alimentos com redução de gorduras no Brasil demonstra a aceitação dos consumidores por estes produtos. A falta de estudos que tenham investigado como estão sendo utilizados, qual o padrão alimentar no qual estão inseridos e quais os fatores associados a disponibilidade domiciliar destes produtos, justificam a execução deste trabalho.

3. OBJETIVO GERAL

Caracterizar o padrão alimentar dos domicílios consumidores de produtos com redução de gorduras (PRG).

3.1 Objetivos específicos

Identificar a prevalência de domicílios consumidores de PRG na população da região metropolitana de São Paulo;

Identificar os tipos de produtos com redução de gorduras e as estratégias de utilização;

Caracterizar o perfil demográfico, socioeconômico e educacional;

Caracterizar o padrão alimentar

Identificar as diferenças entre o perfil demográfico, socioeconômico e educacional e o padrão alimentar dos domicílios consumidores e não consumidores de PRG.

4. METODOLOGIA

4.1 Objeto de estudo

O objeto de estudo desta pesquisa é a utilização de produtos com redução de gorduras (PRG), que compreende os desnatados, semi-desnatados e produtos light por redução de gorduras.

4.2 População de estudo

Foram investigados os domicílios que participaram da Pesquisa de Orçamento Familiar (POF) desenvolvida pela Fundação Instituto de Pesquisa Econômica da Universidade de São Paulo (FIPE/USP – 1998-1999) e apresentaram gastos com alimentação (n=2337, 100%).

Os domicílios foram classificados segundo a disponibilidade de PRG.

Utilizou-se a variável “tipo”, do banco de dados original da POF, para a identificação dos domicílios com ou sem disponibilidade de PRG. Esta variável apresenta as especificações dos produtos incluindo as referentes aos desnatados, semi-desnatados e light.

Dentre os registros de produtos com especificação light foram identificados os com redução de gorduras e com redução de outros nutrientes (sódio – sal; açúcar - refrigerantes, pó para refresco; álcool - cerveja). Os domicílios que apresentaram exclusivamente disponibilidade de produtos light com redução de outros nutrientes (n=65) não foram considerados no grupo dos consumidores de PRG.

Foram identificados 445 domicílios consumidores de PRG (19,4%) e 1892 não consumidores de PRG (80,9%).

4.3 Delineamento da pesquisa

Esse estudo se caracteriza como uma pesquisa observacional, de desenho transversal.

4.4 Base de dados

A fase de campo da POF foi desenvolvida entre maio de 1998 e junho de 1999.

A população-alvo foi a residente na área metropolitana de São Paulo. A definição do tamanho da amostra probabilística baseou-se na distribuição de renda das famílias paulistanas estimadas nas POFs 81/82 e 90/91. Nestas pesquisas verificou-se que o coeficiente de variação da renda média paulistana era, aproximadamente, igual a 1. A partir deste coeficiente de variação foi possível estimar uma amostra de 2000 domicílios. Considerando-se que neste tipo de pesquisa o percentual de recusas situa-se em torno de 10%, o tamanho previsto da amostra foi aumentado para 2350 domicílios. Para a seleção dos domicílios utilizou-se o cadastro de consumidores de energia elétrica do município (CARMO 1999).

O banco de dados foi produzido com as informações obtidas dos formulários dos quais foram coletadas as despesas individuais e coletivas do domicílio. Foram utilizados cinco instrumentos de coleta: caracterização do domicílio; formulário de coleta coletivo 1; formulário de coleta coletivo 2; formulário individual 1; formulário individual 2, e um questionário simplificado (Anexo 1). Na medida em que a coleta de dados era encerrada, dava-se início ao processamento e crítica das informações.

Os registros dos gastos com a alimentação no domicílio foram feitos no formulário de coleta coletivo 1, durante quatro semanas.

4.5 Tratamento dos dados de alimentos

Na POF da FIPE/USP, os alimentos foram classificados em 32 grupos, segundo critério utilizado em outras POFs, que não contemplavam os objetivos do presente estudo. Desta forma, foi necessária a adoção de um novo critério de classificação dos alimentos segundo grupos.

Os grupos de alimentos foram definidos a partir de uma adaptação do sistema de classificação de alimentos DAFNE²².

A principal adaptação realizada foi a criação de um grupo específico para os produtos industrializados, que no sistema DAFNE não estão isolados em um grupo, mas incluídos nos grupos de alimentos referente ao nutriente principal ²³. Justifica-se tal procedimento pelo fato de que a utilização de produtos industrializados tem ocorrido com maior frequência nas populações urbanas (KINSEY, 1994, BLEIL, 1998, OLIVEIRA e THÉBAUD-MONY 1998, BERTASSO, 2000).

O critério utilizado para a nova classificação considera os principais nutrientes fornecidos pelos alimentos e/ou seus aspectos nutricionais relacionados à alimentação saudável, que são empregados para o estabelecimento das recomendações divulgadas pelos Guias Alimentares e pela Pirâmide Alimentar.

Foram definidos 13 grupos principais de alimentos. Os alimentos que os compõe estão apresentados na Figura 3.

O número de registros de alimentação fora de casa, em unidade, foi utilizado para definir o grupo de mesmo nome.

Foram utilizadas as informações sobre o consumo de 413 (83,93%) produtos dos 498 codificados originalmente na POF. Esta diferença deve-se a exclusão de 85 códigos referentes aos produtos sem registro de consumo nos domicílios; destinados à ração animal (alguns tipos de arroz e de grãos); que oferecem pouca contribuição para a definição do padrão alimentar (sal, vinagre, fermento, água, essências, goma de mascar) e aqueles com problemas de unidades de medidas, que não possibilitavam o cálculo da quantidade adquirida.

²² Ver Introdução – Figura 1

²³ Exemplo: carne enlatada pertence ao grupo das carnes no sistema DAFNE e na adaptação utilizada neste estudo pertence ao grupo de produtos industrializados.

As unidades de compra dos produtos industrializados em: pacote, unidade ou caixa, e de hortaliças e frutas em maço, pé, molho, dúzia e caixa, necessitaram de transformações para unidades de medidas de massa, peso em gramas, e de volume, em mililitros. Com o objetivo de padronizar as informações originais disponíveis, foram adotados alguns procedimentos.

Para a adequação das medidas dos produtos embalados sem informação de peso, foram realizadas pesquisas em supermercados e em páginas das indústrias de alimentos na internet.

Nos casos de falta de informação sobre o tamanho da embalagem, utilizou-se como critério o peso da embalagem de tamanho médio ou a média dos pesos destas existentes no mercado.

Para os produtos hortaliças e frutas os pesos médios foram pesquisados na literatura específica (PINHEIRO e col. 1993; LUNA 1995; TEIXEIRA e LUNA 1996; PHILIPPI 1999; FISBERG e VILLAR 2002) e na página da Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo – CEAGESP na internet.

Os produtos cujos pesos não foram encontrados da forma descrita acima, a autora os adquiriu em triplicata, procedendo à pesagem no Laboratório de Bromatologia do Departamento de Nutrição da Faculdade de Saúde Pública da USP, para a obtenção de seu peso médio.

O procedimento descrito acima pode introduzir um erro sistemático que, apesar de não ser ideal, em termos metodológicos, é inevitável, pois os gêneros hortaliças e algumas frutas são comercializados sem a informação do peso, sendo necessário defini-lo após a coleta dos dados, segundo o peso médio observado.

No caso dos produtos empacotados a falta de registros das unidades de massa pode ter ocorrido pelo fato de que, na época do estudo, a legislação sobre a rotulagem de alimentos embalados foi alterada (MS 1998a) e até então não havia obrigatoriedade de informação nutricional,

principalmente para produtos artesanais ou produzidos em pequenos estabelecimentos, como padarias ou similares.

Figura 3: Classificação dos alimentos segundo grupos.

Cereais ou produtos de cereais	<ul style="list-style-type: none"> • Pães e Broas • Arroz e Outros Cereais • Farinhas • Massas • Produtos de padaria
Batatas, raízes e tubérculos	
Leguminosas	<ul style="list-style-type: none"> • Feijões • Outros Grãos
Carnes	<ul style="list-style-type: none"> • Carne Vermelha <ul style="list-style-type: none"> - Suína - Bovina de 1ª - Bovina de 2ª - Outras • Carne Branca <ul style="list-style-type: none"> - Ave - Peixe
Leite e derivados	<ul style="list-style-type: none"> • Leite • Queijo e Iogurte
Ovos	
Hortaliças	<ul style="list-style-type: none"> • Verduras • Legumes
Frutas	
Produtos industrializados	<ul style="list-style-type: none"> • Produtos Cárneos Enlatados e Embutidos • Molhos, Condimentos e Sopas • Vegetais Enlatados e Conservas
Lipídios de adição	<ul style="list-style-type: none"> • Origem Animal • Origem Vegetal
Açúcar, doces e sobremesas	
Bebidas não alcoólicas	<ul style="list-style-type: none"> • Refrigerantes • Outras
Bebidas alcoólicas	
Alimentação fora de casa	

Fonte: Adaptação realizada pela autora, da classificação utilizada na POF/FIPE – 98/99 e do sistema DAFNE.

4.6 Caracterização do consumo alimentar domiciliar

Neste estudo, o termo “consumo alimentar” deve ser entendido como a quantidade *per capita* média de alimento disponível no domicílio para o consumo humano diário, não significando a quantidade de alimentos ingerida, como normalmente é definido nos estudos que pesquisam o padrão dietético individual.

A quantidade total de alimento ou grupo de alimentos disponível para o consumo no domicílio foi estimada a partir das quantidades obtidas nos registros dos gastos alimentares no período do estudo.

A estimativa da disponibilidade dos alimentos considera o que foi adquirido no período do estudo e não inclui o estoque de alimentos anterior ao início da pesquisa, assim como, não avalia o estoque final.

4.6.1 Unidade de consumo domiciliar

Para o estabelecimento da disponibilidade *per capita* de alimentos considerou-se a diferença entre os indivíduos que compõem o domicílio, segundo a faixa etária e gênero, devido à necessidade de consumo alimentar ser diferenciada.

Uma escala de equivalência foi utilizada para uniformizar este tipo de discrepância tornando a unidade *per capita* uma referência ao indivíduo padrão (BERTASSO 2000).

Adotou-se a escala de equivalência apresentada na Tabela 3 para a estimativa da unidade de consumo domiciliar, que foi obtida pela somatória dos valores de equivalência de cada indivíduo do domicílio.

TABELA 3: Sistema de equivalência para o cálculo da unidade de consumo familiar

Idade (anos)	Feminino	Masculino
< 1	0,3	0,3
1 – 6	0,5	0,5
7 – 13	0,7	0,7
14 – 19	0,8*	0,9
20 – 59	0,8*	1,0
> 59	0,7	0,9

* Atividade moderada Fonte: FAO, 1990.

A disponibilidade *per capita* média diária do alimento foi estimada dividindo-se o total em gramas ou mililitros, pela unidade de consumo familiar e pelo número de dias do período do estudo. Após o cálculo da disponibilidade domiciliar *per capita* média de cada alimento, procedeu-se à somatória de todos os alimentos, obtendo-se assim a disponibilidade *per capita* média segundo os grupos de alimentos.

4.7 Variáveis de estudo

4.7.1 Variável de Interesse

I. Consumo de PRG

- **Domicílio consumidor:** inclui os domicílios com disponibilidade dos seguintes produtos:
 - Desnatados e semi-desnatados
 - Light com redução de gorduras
- **Domicílio não consumidor** – demais domicílios.

II. Estratégia de consumo

O consumo de PRG foi estudado segundo a característica de utilização, ou seja, consumo de um tipo de produto ou de combinações. Os grupos foram denominados segundo o seguinte critério:

- Consumo de desnatado e semi-desnatado = desnatado
- Consumo de light com redução de gorduras = light
- Consumo dos dois tipos de produtos = uso combinado

4.7.2 Variáveis exploratórias

I. Padrão de Consumo Alimentar

O padrão do consumo alimentar foi definido como base nos dados obtidos da estimativa da disponibilidade média *per capita/dia*, segundo alimentos e grupos de alimentos, por meio da análise fatorial por componentes principais, descrita no item “análise dos dados”.

O padrão de consumo alimentar, portanto, não se refere, neste estudo, ao padrão da ingestão de alimentos ou ao padrão dietético do consumo alimentar.

Como apresentada acima, a avaliação do padrão alimentar foi feita com os dados obtidos do repertório de alimentos disponíveis para o

consumo, não se considerando os estoques de alimentos do domicílio anterior e ao final do período de estudo.

II. Escolaridade do chefe da família

A escolaridade do chefe de família foi classificada em:

- Analfabeto
- Ensino Fundamental incompleto
- Ensino Fundamental completo
- Ensino Médio incompleto
- Ensino Médio completo
- Ensino Superior incompleto
- Superior completo

III. Gênero do chefe da família

Neste trabalho, o gênero do chefe de família foi definido por uma variável categórica (1 – masculino e 2 – feminino).

IV. Renda Familiar *per capita*

A renda familiar foi considerada como o total de rendimentos mensais de todos os residentes no domicílio. A renda *per capita* foi obtida pela divisão da renda familiar total pelo número de pessoas que integravam o domicílio, que foi convertida em número de salários mínimos segundo valor vigente na época da POF-FIPE (1998-99)²⁴.

A renda familiar *per capita* em salários mínimos foi distribuída em quartis. Os domicílios foram classificados em 4 classes de renda *per capita* segundo os quartis.

²⁴ Valor do Salário Mínimo – R\$130,00 (FIPE/USP)

V. Composição familiar dos domicílios:

Para a caracterização da composição familiar foi utilizada uma tipologia para a classificação da estrutura familiar, adaptada do estudo de GOLDANI (1990), citado por BERTASSO (2000).

As cinco categorias são:

- **Famílias tradicionais:** domicílios compostos pela pessoa de referência e seu cônjuge; com ou sem filhos, outros parentes e empregados (domésticos e seus parentes); e sem não parentes (agregados, pensionistas e conviventes).

- **Novas famílias:** domicílios compostos pela pessoa de referência e filhos, sem cônjuge; com ou sem outros parentes e empregados; e sem não-parentes;

- **Famílias complexas:** domicílios habitados pelos tipos familiares acima citados, incluindo obrigatoriamente a presença de não-parentes; ou a simples coabitação de parentes que não cônjuges ou filhos (com ou sem não-parentes ou empregados e seus parentes);

- **Domicílios unitários:** domicílios habitados somente pela pessoa de referência, com ou sem empregados (e seus parentes);

- **Outros domicílios:** categoria residual.

VI. Composição etária do domicílio

Neste estudo, a composição etária foi estabelecida por meio da proporção de indivíduos pertencentes as faixas etárias em cada domicílio (BERTASSO 2000)

As faixas etárias utilizadas foram: 0 a 5 anos; 6 a 10 anos; 11 a 20 anos; 21 a 30 anos; 31 a 50 anos e ≥ 51 anos.

VII. Faixa etária dos filhos

Para a composição desta variável foram consideradas as seguintes faixas etárias dos filhos:

- Idade menor ou igual a 10 anos
- Idade entre 11 e 18 anos
- Idade maior que 18 anos

4.8 Análise estatística

A mensuração de um objeto de estudo pode realizar-se com dados de uma ou mais dimensões, que sejam inerentes à sua própria natureza (medidas fundamentais) ou de projeções de sua imagem (mensurações derivadas) (PEREIRA 1999).

Neste estudo, adotaram-se as mensurações derivadas, ou seja, a investigação sobre o objeto foi feita mediante a utilização de mensuração sintética, por meio do estabelecimento de variáveis categóricas nominais e ordinais.

As naturezas do objeto de estudo e das variáveis condicionam as oportunidades de análise (PEREIRA 1999), sendo assim, com base nesta premissa, estabeleceu-se o seguinte plano de análise dos dados.

Inicialmente se realizou-se a análise descritiva das variáveis para a caracterização da amostra que é apresentada em tabelas de contingência e gráfico.

Empregou-se a regressão logística para avaliar as diferenças entre os grupos de consumidores e não consumidores, considerados como variáveis dependentes. As demais variáveis, consideradas independentes, são a escolaridade, a renda familiar, o gênero do chefe da família, a composição familiar, a composição etária do domicílio e a faixa etária dos filhos.

A análise de regressão Logística foi realizada em duas etapas. Primeiro empregou-se a regressão univariada; em seguida, a múltipla.

A técnica de Regressão Logística Univariada foi aplicada com o objetivo de identificar as diferenças entre os grupos de consumidores e

não consumidores segundo as variáveis. Reconhecidas as variáveis cujas diferenças foram estatisticamente significantes, procedeu-se à Análise de Regressão Logística Múltipla. A definição do modelo final foi elaborada, segundo processo de *stepwise*, considerando em cada passo o teste da razão de verossimilhança para a inclusão ($p < 0,05$) ou exclusão de covariáveis ($p > 0,10$) e os testes de Homer-Lemeshow para verificar o ajuste do modelo ($p > 0,20$) (HOSMER e LEMESHOW 1989).

A possibilidade do efeito de confusão foi testada toda a vez que a introdução de uma nova variável diminuía em 10% ou mais o beta de outras covariáveis.

Consumo = função (escolaridade + renda + idade do filho 1 + idade do filho 2 + idade 1 + idade 5 + idade 6). Onde: idade do filho 1 = idade 0 a 5 anos; idade do filho 2 = idade 10 a 18 anos; idade 1 = 0 a 5 anos; idade 5 = idade 21 a 30 e idade 6 = idade > 51 anos.

O alfa adotado foi de 0,5% e o *p-value* calculado encontra-se descrito nas tabelas.

A Análise Fatorial por Componentes Principais, que consiste em um método de redução de dados com a finalidade de produzir um número pequeno de variáveis derivadas, foi utilizada para a identificação do padrão do consumo alimentar. A análise multivariada é uma abordagem analítica que considera o comportamento de muitas variáveis simultaneamente (HAIR e col. 1995).

A utilização da Análise dos Componentes Principais (ACP) para a descrição de padrões alimentares tem como objetivo transformar um grande conjunto de variáveis correlacionadas (grupos de alimentos) em um pequeno grupo de variáveis não correlacionadas (fatores). As novas variáveis são uma combinação linear das originais e são obtidas em uma ordem decrescente de importância (HAIR e col. 1995).

Para a utilização da Análise dos Componentes Principais (ACP) na identificação do padrão alimentar, faz-se necessário percorrer algumas etapas. Na primeira, deve-se estabelecer o número de variáveis (alimentos ou grupos de alimentos) que serão considerados na análise. Foram considerados neste estudo 14 grupos de alimentos (Figura 3).

Segundo HAIR e col. (1995), é necessário que se considere a natureza métrica das medidas, sendo para isto necessária a análise da distribuição da frequência das variáveis, que devem, preferencialmente, ter distribuição normal.

Neste trabalho, a natureza dos dados foi examinada quanto à sua distribuição pelo teste *Kolmogorov-Smirnov*, histograma com curva de normalidade e gráfico da curva normal. Foi aplicada a técnica de *Area Transformations* para a normalização dos dados.

A adequação dos dados, que deve apresentar correlação entre as variáveis, necessita ser testada. Para a verificação da adequação das variáveis foi avaliado o teste de *Kaiser-Meyer-Olkin Measures of Sampling Adequacy* (KMO). Valor de KMO $\geq 0,70$ são recomendáveis e indicam que os dados são apropriados para a realização da Análise Fatorial (HAIR e col. 1995)

O Teste de Esfericidade de Bartlett o qual foi avaliado a correlação das variáveis, também foi utilizado para a análise da adequação dos dados. Este teste avalia a correlação das variáveis e testa a hipótese nula de que não há correlação entre elas. Valor de significância inferior a 0,05 rejeita a hipótese nula e indica a possibilidade de utilização da análise fatorial por componentes principais.

Os dados do presente trabalho mostraram-se ajustados às premissas básicas para a aplicação da Análise Fatorial.

Estabelecidas as variáveis e consideradas as premissas básicas, deve-se seguir para a definição do número de fatores a serem extraídos. Para isso, avalia-se a medida de quanto da variância total pode ser

explicada pelo fator, ou seja, avalia-se o autovalor do fator no modelo construído pela ACP. Normalmente, valores maiores de 1 são extraídos (critério de Kaiser), porém o critério utilizado pode ser escolhido pelo pesquisador (HAIR e col. 1995; MARTINEZ e col. 1998; PEREIRA 1999; HU e col. 2000; TRICHOPOULOS e LAGIOU 2001).

Dos componentes principais, extraídos pelo método (ACP), foram utilizados para compor o modelo de fatores comuns ortogonais aqueles com autovalores maiores de 1. Com este critério, foram extraídos três fatores a partir da matriz de correlação das variáveis, considerando-se a população geral do estudo. A dispersão da variância total associada com cada fator pode ser observada pelo gráfico de autovalores (*scree plot*) na Figura 3.

Considerando-se como referência os três fatores obtidos para o grupo geral, extraiu-se o mesmo número de fatores para os grupos, consumidor e não consumidor, permitindo a comparação entre eles. Os fatores extraídos para cada grupo apresentaram autovalor associado maior que 1,25 (Anexo 2). A adoção deste critério apresenta a desvantagem de diminuir a representação de algumas variáveis nos fatores extraídos e/ou diminuir a capacidade de explicação da variância total das variáveis originais (HAIR e col 1995), porém, neste caso, permitiu a comparação entre os grupos.

Alguns grupos de alimentos se mostraram menos representados no padrão extraído, quando avaliados pelo valor da comunalidade, que é a medida de quanto da variância pode ser explicada pelo fator derivado da análise fatorial. Porém, como o objetivo deste estudo é explorar os padrões alimentares dos grupos, sem a intenção de aplicá-los em outras análises, as variáveis foram mantidas no modelo final.

Os padrões obtidos explicam cerca de 50% da variância total. Quanto maior o valor da variância total obtida pelos fatores (padrão), melhor será sua capacidade para explicar a variância das medidas originais (alimentos ou grupos de alimentos) (Anexo 3).

Determinado o número de fatores que devem permanecer na análise, passa-se à próxima etapa, que é a rotação da matriz de correlação. Nesta etapa, a matriz apresenta as medidas de correlação entre a função derivada e as medidas originais, ou seja, a carga do fator comum ortogonal ou *factor loadings* de cada variável (alimentos ou grupos de alimentos) para cada fator (padrão alimentar). Na ACP, a carga negativa (-) do valor de correlação indica que a variável original está inversamente associada com o fator, enquanto a carga positiva (+) indica uma associação direta. O valor de carga de uma determinada variável é proporcional à sua contribuição para o fator em questão. Quanto maior o valor, maior a relação da variável original (alimentos e grupos de alimentos) com o fator (padrão) (HAIR e col. 1995). No presente trabalho foram apresentados apenas os valores de correlação maiores ou iguais a 0,20.

Os valores de correlação foram avaliados após a rotação da matriz. A rotação não afeta a porcentagem de variação explicada pelos fatores e promove maior distinção das relações encontradas, permitindo a melhor interpretação dos fatores (padrão alimentar) (MARTINEZ e col. 1998). No presente trabalho foi utilizada a rotação ortogonal *Varimax*.

Definidos os fatores que explicam a maior parte das variações das medidas originais, pode-se passar à última etapa da ACP, na qual se verifica como os fatores escolhidos podem ser interpretados de forma coerente com a natureza dos fenômenos estudados (PEREIRA 1999), ou seja, do padrão alimentar. Os fatores obtidos (padrões) podem ser nomeados segundo a interpretação do pesquisador. Este é um procedimento arbitrário, uma vez que nem sempre todas as variáveis (alimentos ou grupos de alimentos) que compõem os fatores (padrão alimentar) conseguem ser utilizadas na interpretação dos fatores (MARTINEZ e col. 1998).

A Análise Discriminante foi utilizada para comparar os grupos de domicílios, consumidor e não consumidor, quanto aos escores dos

padrões alimentares gerados pela ACP e quanto as médias de consumo *per capita* segundo grupo de alimentos. O teste de Wilk's Lambda foi usado para avaliar a igualdade das médias.

A análise estatística foi realizada por meio do programa SPSS for Windows 10.0 (SPSS 1999).

4.9 Questões éticas

Este estudo utilizou os dados produzidos pela POF-FIPE/USP, realizada entre 1998 e 1999.

Considerando que não seria possível obter dos participantes o Consentimento Livre e Esclarecido para a nova utilização dos dados e que a metodologia utilizada não corresponde a risco potencial aos sujeitos da pesquisa, pois o sigilo referente às respectivas identificações está preservado, a autora obteve exclusivamente a autorização do responsável pela POF - FIPE/USP, Prof. Dr Heron do Carmo, para a utilização dos dados no presente estudo.

O Comitê de Ética em Pesquisa da Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo foi favorável ao procedimento adotado, Of.COEP/088/03.

5. RESULTADOS

A população geral deste estudo foi composta por 2337 (92,37%) domicílios que apresentaram registros de gastos com alimentos, dentre os (n=2350) pesquisados na POF/FIPE (1998/99).

Foram identificados 445 (19,1%) domicílios com disponibilidade de produtos com redução de gorduras – PRG e 1892 (80,9%) domicílios não consumidores.

A Tabela 4 apresenta as características do grupo consumidor de PRG segundo as estratégias de consumo.

Os desnatados são os principais produtos utilizados (n = 204 - 45,8%) e a combinação é verificada em 29,3% dos domicílios (n = 130); a maioria dos domicílios utiliza somente um tipo de PRG (n = 315, 70,7%) (Tabela 4).

TABELA 4: Distribuição de domicílios segundo estratégias de consumo de produtos com redução de gorduras.

Tipo de produto PRG	N	%
Desnatado	222	49,9
Light	126	28,3
Uso combinado	97	21,8
Total	445	100

Fonte: POF – FIPE/USP (1998/99)

A Tabela 5 apresenta a distribuição dos domicílios segundo a disponibilidade de produtos desnatados. Observa-se maior disponibilidade de produto desnatado (86,5%) do que semi-desnatado (9,1%) e uso combinado dos dois (4,4%).

TABELA 5: Distribuição dos domicílios segundo tipo de produto desnatado.

Tipo de PRG	N	%
Desnatado	276	86,5
Semi-desnatado	29	9,1
Desnatado + semi-desnatado	14	4,4
Total	319	100

Fonte: POF/FIPE – 1998/99.

A Tabela 6 apresenta a distribuição de domicílios com disponibilidade de produtos light, segundo o número de produtos consumidos. Verifica-se que a maioria dos domicílios (93,7%) apresentou disponibilidade de 1 a 2 tipos de produtos light durante a pesquisa.

TABELA 6: Distribuição dos domicílios segundo número de produtos light com redução de gorduras.

Produto Light disponível	n	%
1 a 2	209	93,7
≥ 3	14	6,3
Total	223	100

Fonte: POF – FIPE/USP (1998/99)

A Figura 4 apresenta a distribuição dos tipos de produtos light disponíveis para o consumo no domicílio. Observa-se que os mais presentes são: pão de forma (21,9%), requeijão (17,6%), margarina (17,1%) e iogurte (16,5%).

Figura 4: Distribuição percentual de produtos light disponíveis para o consumo no domicílio.

A distribuição dos domicílios do grupo consumidor segundo a estratégia de utilização de produtos PRG e as variáveis exploratórias estão apresentadas nas tabelas de contingências 7, 8, 9, 10 e 11.

Na Tabela 7, verifica-se que os domicílios pertencentes às 3^{as} e 4^{as} classes de renda familiar *per capita* são os principais consumidores de todas as estratégias de utilização de PRG. Destaca-se, porém, que nas 1^{as} e 2^{as} classes de renda *per capita* a proporção de domicílios com consumo combinado de produtos (7,2%) foi inferior ao observado para os outros tipos.

TABELA 7: Distribuição de domicílios segundo a estratégia de utilização de PRG e renda familiar *per capita*.

Tipo de Produto	Renda Familiar <i>per capita</i>								Total	
	1ª classe		2ª classe		3ª classe		4ª classe			
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Desnatado	29	13,1	38	17,1	65	29,3	90	40,5	222	49,9
Light	12	9,5	28	22,2	39	31,0	47	37,3	126	28,3
Uso combinado	03	3,1	04	4,1	24	24,7	66	68,0	97	21,8
Total	44	9,9	70	15,7	128	28,8	203	45,6	445	100,0

Fonte: POF/FIPE – 1998/99.

Segundo a escolaridade do chefe, verifica-se que o consumo combinado de produtos apresenta maior proporção de domicílios para o com chefe com ensino superior (44,8%) (Tabela 8).

A Tabela 9 apresenta a distribuição dos domicílios segundo a estratégia de utilização de PRG e a faixa etária dos componentes da família.

Para as três estratégias de utilização de PRG a proporção de domicílios com pessoas com menos de 10 anos foi menor do que a verificada para as outras faixas etárias (Tabela 9).

A utilização de desnatados apresentou maior distribuição de domicílios com pessoas na faixa etária de 31 a 50 anos (29,09%) e maiores de 51 anos (23,15%). Para a estratégia de utilização de light verificou-se maior proporção de domicílios com pessoas na faixa etária de 31 a 50 anos (37,54%) e de 11 a 21 anos (22,9%). A estratégia de utilização combinada apresentou maior proporção de domicílios com pessoas de idade superior de 51 anos (29,41%) e de 31 a 50 anos (25,98%) (Tabela 9).

TABELA 8: Distribuição de domicílios segundo estratégia de consumo e escolaridade do chefe da família.

Tipo de Produto	Analfabeto		Fundam. Incompleto		Fundam. Completo		Médio Incompleto		Médio Completo		Superior Incompleto		Superior		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%	n	%	n	%	n	%
Desnatado	4	1,9	48	21,9	46	21,0	17	7,8	43	19,6	13	5,9	48	21,9	219	49,8
Light	2	1,6	23	18,4	31	24,8	5	4,0	21	16,8	11	8,8	32	25,6	125	28,4
Uso combinado	-	-	11	11,5	17	17,7	4	4,1	14	14,6	7	7,3	43	44,8	96	21,8
Total*	6	1,4	82	18,6	94	21,4	26	5,9	78	17,7	31	7,0	123	28,0	440	100,0

*Cinco domicílios não referiram a escolaridade do chefe. Fonte: POF/FIPE – 1998/99.

TABELA 9: Distribuição de domicílios segundo estratégias de consumo e faixa etária das pessoas da família.

Tipo de Produto	0 – 5 anos		6 – 10 anos		11 – 20 anos		21 – 30 anos		31 – 50 anos		> 51 anos		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Desnatado	30	6,14	38	7,78	87	17,8	78	15,98	142	29,09	113	23,15	488	51,64
Light	26	10,27	24	9,48	58	22,92	34	13,43	95	37,54	16	6,32	253	26,77
Uso combinado	14	6,86	12	5,88	27	13,23	38	18,62	53	25,98	60	29,41	204	21,58
Total*	70	7,4	74	7,8	172	18,2	150	15,9	290	30,7	189	20,0	945	100,0

* Total de pessoas que pertencem à família Fonte: POF/FIPE – 1998/99.

A Tabela 10 apresenta a distribuição de domicílios, segundo a estratégia de combinação de produtos e a estrutura familiar. Os domicílios com estrutura familiar tradicional são os maiores consumidores de todos os tipos de estratégias.

TABELA 10: Distribuição de domicílios segundo estratégia de utilização de PRG e composição familiar.

Tipo de produtos	Composição Familiar								Total	
	Tradicionais		Novas		Unitária		Outras		n	%
	n	%	n	%	n	%	n	%		
Desnatado	141	63,0	33	14,86	30	13,5	18	8,1	222	49,9
Light	90	71,4	16	12,7	13	10,3	07	5,6	126	28,3
Uso combinado	69	71,1	15	15,5	08	8,24	05	5,2	97	21,8
Total	300	67,4	64	14,4	51	11,5	30	6,7	445	100

Fonte: POF/FIPE – 1998/99.

A análise da estratégia de consumo de PRG segundo a faixa etária dos filhos revelou que o uso combinado apresentou maior proporção de domicílios com filhos maiores de 18 anos (47,5%). Domicílios com filhos menores de 10 anos utilizam menos, qualquer das estratégias de consumo (Tabela 11).

TABELA 11: Distribuição de domicílios segundo a estratégia de consumo e faixa etária dos filhos.

Tipo de Produto	< 10 anos		10 a 18 anos		> 18 anos		Total	
	N	%	n	%	n	%	n	%
Desnatado	55	27,9	74	37,5	68	32,4	197	48,8
Light	37	25,6	55	44,0	33	26,4	125	30,9
Uso combinado	21	25,6	22	26,8	39	47,5	82	20,3
Total*	113	27,9	151	37,4	140	34,7	404	100

Fonte: POF/FIPE – 1998/99. Total de famílias com filhos = 404

As Tabelas 12 e 13 apresentam a análise das variáveis exploratórias segundo grupo consumidor e não consumidor de PRG.

Para o grupo não consumidor, a distribuição dos domicílios, segundo as classes de renda familiar, foi mais homogênea, porém com uma proporção maior de domicílios nas 1^{as} e 2^{as} classes, quando comparada ao grupo consumidor o qual apresentou maior proporção de domicílios nas 3^{as} e 4^{as} classes de renda familiar, quando comparados com não consumidor (Tabela 12).

TABELA 12: Distribuição das classes de renda *per capita* segundo domicílios consumidores e não consumidores de PRG. *

Classes de renda familiar <i>per capita</i>	Consumidores		Não Consumidores	
	n	%	N	%
1 ^a classe	44	9,9	554	29,3
2 ^a classe	70	15,7	500	26,4
3 ^a classe	128	28,8	461	24,4
4 ^a classe	203	45,6	377	19,9
Total	445	100	1892	100

Fonte: POF – FIPE/USP (1998/99)

Quanto à escolaridade do chefe da família, o grupo consumidor apresentou maior escolaridade do que o não consumidor cuja proporção de analfabetos foi maior para o grupo não consumidor (3,9%), enquanto que o grupo consumidor apresentou maior proporção de chefes de família com ensino superior completo (27,9%) (Tabela 13).

TABELA 13: Distribuição da escolaridade do chefe¹ segundo domicílios consumidores e não consumidores de PRG.*

Escolaridade do Chefe	Consumidores		Não Consumidores	
	n	%	N	%
Analfabeto	6	1,3	73	3,9
Ensino Fundam. Inc.	82	18,6	557	29,4
Ensino Fundamental	94	21,4	548	29,0
Ensino Médio Inc.	26	5,9	138	7,3
Ensino Médio	78	17,7	282	14,9
Ensino Superior Inc.	31	7,0	82	4,3
Superior	123	27,9	200	10,6
Total	440	100	1880	100

Fonte: POF – FIPE/USP (1998/99)

¹ Em 17 domicílios não foi possível identificar a escolaridade do chefe, sendo que cinco entre os domicílios consumidores de PRG e 12 entre os não consumidores.

O gênero masculino dos chefes dos domicílios prevaleceu em ambos grupos (Tabela 14).

A distribuição da composição familiar foi semelhante entre os dois grupos os quais são compostos por famílias tradicionais, que se caracteriza pela presença do chefe de família, o seu cônjuge com ou sem filhos, outros parentes e empregados e sem a presença de não parentes (Tabela 14).

TABELA 14: Distribuição do gênero do chefe e composição familiar dos domicílios consumidores e não consumidores de produtos com redução de gorduras.

Variáveis	Consumidores		Não Consumidores	
	n	%	n	%
Gênero do Chefe:				
Masculino	310	69,7	1365	72,1
Feminino	135	30,3	527	27,9
Total	445	100	1892	100
Composição Familiar				
Famílias Tradicionais	300	67,4	1298	68,6
Novas Famílias	64	14,4	301	15,9
Famílias Complexas	-	00,0	12	0,6
Domicílios Unitários	51	11,5	195	10,3
Outros	30	6,7	86	4,6
Total	445	100	1892	100

Fonte: POF – FIPE/USP (1998/99)

A análise da composição etária das pessoas do domicílio revelou que o grupo de consumidor tem menor proporção de pessoas com 10 anos ou menos (15,73%), e maior com mais de 51 anos (36,78%) quando comparado com o não consumidor (Tabela 15).

Quanto à idade dos filhos, os domicílios não consumidores apresentam maior proporção de filhos com idade inferior a 10 anos (36,94%) (Tabela 16).

TABELA 15: Distribuição da composição etária dos componentes da família segundo os domicílios consumidores e não consumidores de produtos com redução de gorduras ².

Composição etária	Consumidores		Não Consumidores	
	n	%	N	%
0-5 anos	70	15,73	517	27,32
6 - 10 anos	74	16,62	414	21,88
11 - 20 anos	172	38,65	782	41,33
21 - 30 anos	150	33,7	829	43,81
31 – 50 anos	290	65,16	1232	65,11
> 51 anos	222	49,88	696	36,78

Fonte: POF – FIPE/USP (1998/99) ² A composição etária dos domicílios é diversificada, podendo um só ter pessoas de várias faixas etárias.

TABELA 16: Distribuição da faixa etária dos filhos segundo domicílios consumidores e não consumidores de produtos com redução de gorduras.

Faixa etária dos filhos	Consumidores		Não Consumidores	
	n	%	n	%
< 10 anos	113	25,39	699	36,94
10 – 18 anos	151	33,93	748	39,53
> 18 anos	140	31,46	516	27,27

Fonte: POF/FIPE – 1998/99 ³ Os domicílios podem apresentar filhos com várias faixas etárias.

Os resultados da análise de regressão logística de cada variável isolada está apresentada na Tabela 17.

O grupo de consumidores apresentou maior chance de pertencer às três classes de renda familiar quando comparado com o não consumidor, tendo como referência a 1ª classe de renda (OR= 1,7, 3,4 e 6,7, respectivamente). O mesmo foi verificado para escolaridade do chefe da família. A chance de ter o chefe com escolaridade de nível superior foi de 7,4 vezes a dos domicílios não consumidores, tendo como referência a menor escolaridade.

Os domicílios consumidores apresentaram menor chance de terem pessoas com idade menor de 5 anos e de 21 a 30 anos quando comparados aos não consumidores (OR= 0,69 e 0,82, respectivamente). Porém, a chance é de 1,2 vez de terem pessoas maiores de 51 anos (OR = 1,2).

Os domicílios consumidores apresentaram menor chance de terem filhos com idade inferior a 10 anos (OR=0,69).

Não foram observadas diferenças entre os grupos para as variáveis composição familiar, gênero do chefe e algumas categorias da variável composição etária.

As variáveis acima foram, então, incluídas no modelo de regressão logística múltipla para a análise do efeito combinado das variáveis. Os resultados estão apresentados na Tabela 18.

Não foram observados efeitos de confusão quando as variáveis eram incluídas no modelo.

Os resultado desta análise revelaram que as chances são maiores para os domicílios consumidores pertencerem às maiores classes de renda, quando comparados com os domicílios não consumidores.

O mesmo ocorre com a escolaridade do chefe da família. A chance do grupo consumidor ter o chefe com maior escolaridade é maior, quando comparadas com o grupo não consumidor.

As chances do grupo consumidor ter pessoas com mais de 51 anos são 1,3 vezes maiores do que o não consumidor. Verifica-se, porém que o mesmo grupo tem chance inferior a 1 de ter pessoas com idade abaixo de 5 anos ou entre 21 e 30 anos, quando comparado com os não consumidores.

Não foram observadas diferenças entre os dois grupos, segundo a variável faixa etária dos filhos, na análise de regressão múltipla.

Os resultados revelaram, em resumo, que o grupo de domicílios consumidor de produtos com redução de gorduras tem maior chance de pertencer as classes de renda familiar per capita mais elevada, com faixa etária dos seus componentes e escolaridade do chefe superiores às verificadas para o grupo não consumidor.

TABELA 17: Modelo de regressão logística univariada. Estimativas dos coeficientes (β), significância estatística (p) pelo teste de Wald, *odds ratio* e intervalo de confiança para cada variável.

	β	p Value	Odd Ratio	Intervalo de Confiança (95%)
Renda Familiar*				
2ª classe	0,5667	0,005	1,7	1,1 – 2,6
3ª classe	1,2515	0,000	3,4	2,4 – 5,0
4ª classe	1,9138	0,000	6,7	4,7-9,6
Constante	-1,599	0,000		
Escolaridade do Chefe*				
Ensino Fundam. Inc.	0,5828	0,18	1,7	0,7-4,2
Ensino Fundamental	0,7356	0,09	2,0	0,8-4,9
*Ensino Médio Inc.	0,8294	0,08	2,2	0,9-5,8
*Ensino Médio	1,2134	0,00	3,3	1,4-8,0
*Ensino Superior Inc.	1,5254	0,00	4,5	1,8-11,6
*Superior	2,0125	0,00	7,4	3,1-17,7
Constante	-1,5129	0,00		
Composição familiar				
Constante	- 1,55	0,00		
Gênero do Chefe				
Feminino	0,12	0,29	1,1	0,9-1,4
Constante	-1,42	0,00		
Composição etária				
*0-5 anos	-0,36	0,00	0,69	0,55-0,87
6-10 anos	-0,15	0,15	0,85	0,68-1,06
11-20 anos	-0,08	0,18	0,91	0,81-1,04
*21 - 30 anos	-0,19	0,01	0,82	0,71-0,95
31-50 anos	0,08	0,27	1,09	0,93-1,27
*> 51 anos	0,27	0,01	1,2	1,09-1,47
Constante	-1,39	0,00		
Faixa etária dos filhos				
*< 10 anos	-0,36	0,00	0,69	0,59– 0,80
10 – 18 anos	-0,13	0,04	0,87	0,77 – 0,99
>18 anos	0,00	0,94	1,00	0,88-1,14
Constante	-1,21	0,00		

Fonte: POF-FIPE(1998-99)

* Variável ou categoria da variável com significância estatística no modelo logístico.

TABELA 18: Modelo final da regressão logística múltipla. Estimativas dos coeficientes (β), significância estatística (p) pelo teste de Wald, *odds ratios* e intervalo de confiança das variáveis da equação.

	β	p Value	Odd Ratio	Intervalo de Confiança (95%)
Escolaridade do Chefe				
Ensino Fundam. Inc.	0,5834	0,193	1,7	0,74 – 4,31
Ensino Fundamental	0,5249	0,241	1,6	0,70 – 4,06
Ensino Médio Inc.	0,6210	0,205	1,8	0,71 – 4,86
Ensino Médio	0,7804	0,089	2,1	0,88 – 5,36
*Ensino Superior Inc.	1,0399	0,035	2,8	1,07 – 7,44
*Superior	1,2371	0,007	3,4	1,38 – 8,57
Renda Familiar *				
2ª classe	0,4462	0,030	1,5	1,03 – 2,35
3ª classe	1,0158	0,000	2,7	1,85 – 6,24
4ª classe	1,3950	0,000	4,0	2,60 – 6,24
Composição etária				
0-5 anos	-0,1707	0,370	0,8	0,57 – 1,22
*21 - 30 anos	-0,1527	0,040	0,8	0,74 – 0,99
*> 51 anos	0,2662	0,002	1,3	1,13 – 1,50
Faixa etária dos filhos				
< 10 anos	0,0479	0,726	1,0	0,80 – 1,37
10 - 18 anos	0,0495	0,499	1,0	0,91 – 1,21
Constante	-3,1017	0,000		

Fonte: POF-FIPE(1998-99)

* variável ou categoria da variável com significância estatística no modelo logístico.

Na Tabela 19 estão apresentados os resultados da análise discriminante que identifica as variáveis que se diferenciam entre os grupos. Foram utilizadas as médias normalizadas do consumo domiciliar *per capita* dos grupos de alimentos segundo domicílios consumidores e não consumidores de PRGs. Nesta análise foram considerados os domicílios que apresentaram consumo de todos os grupos de alimentos.

A análise discriminante evidenciou que existe diferença estatisticamente significativa entre o grupo consumidor e não consumidor de PRG para os seguintes grupos de alimentos: leite e derivados, hortaliças, frutas, produtos industrializados, lipídios de adição e bebida não alcoólica (Tabela 19).

TABELA 19: Média normalizada do consumo domiciliar *per capita* segundo grupo de alimentos e domicílios consumidores e não consumidores de PRG da área metropolitana de São Paulo.

Grupos de Alimentos	Média normalizada		* Wilk's Lambda	*P Value
	Não consumidor n = 237	Consumidor n = 83		
Cereais e Produtos de cereais	0,551	0,531	1,00	0,835
Batatas, tubérculos e raízes	0,143	0,213	0,999	0,588
Leguminosas	0,032	0,255	0,989	0,066
Carnes	0,375	0,301	0,999	0,490
Leite e derivados	0,113	0,534	0,950	0,00
Ovos	0,148	0,045	0,998	0,392
Hortaliças	0,215	0,500	0,978	0,007
Frutas	0,118	0,355	0,987	0,045
Produtos industrializados	0,391	0,828	0,952	0,00
Lipídios de Adição	0,498	0,756	0,983	0,020
Açúcar e doces	0,348	0,444	0,997	0,367
Bebidas não Alcoólicas	0,483	0,685	0,987	0,038
Bebidas Alcoólica	0,219	0,257	1,00	0,742
Alimentação Fora de Casa	0,139	0,058	0,992	0,118

Fonte: POF - FIPE/USP – 1998/99. * Análise discriminante

Os padrões alimentares obtidos pela ACP foram semelhantes para a amostra total e para os domicílios não consumidores de PRG e diferentes para os consumidores de PRG.

Nas tabelas 20, 22 e 23, estão apresentadas as matrizes de correlação dos grupos de alimentos para a amostra total, para o grupo de domicílio consumidor e para o não consumidor de PRG.

Na Tabela 20, observa-se que o padrão um, obtido para a amostra total, é composto pelos seguintes grupos de alimentos: batatas, tubérculos e raízes; hortaliças; frutas; ovos; leite e derivados, e carnes. Este padrão pode ser considerado misto por apresentar alimentos de origem animal e vegetal. O padrão explica 29,4% da variância dos dados originais. As comunalidades para as variáveis: carnes, leite e derivados, ovos foram baixas.

O padrão dois é composto pelos seguintes grupos: cereais, leguminosas, lipídios de adição e açúcares. Apresenta os alimentos que tradicionalmente fazem parte do hábito alimentar brasileiro. O padrão explica 12,3% da variância total dos dados (Tabela 20).

O terceiro padrão se constitui de alimentação fora de casa, bebida alcoólica e não alcoólica e produtos industrializados. Pode ser considerado um padrão “moderno”. O padrão contribui com 9,5% da variância total dos dados. As comunalidades dos grupos de alimentos industrializados e de alimentação fora de casa foram baixas (Tabela 20).

Com os três padrões alimentares pode se explicar 51,3% da variância dos dados originais da amostra total da POF-FIPE.

Os escores, gerados a partir da matriz de correlação da amostra total, foram utilizados na análise discriminante para comparar os grupos de domicílios consumidor e não consumidor de PRGs.

A análise da igualdade das médias evidenciou, que para o padrão 1, os grupos apresentam médias de escores com diferença estatisticamente significativa ($p = 0,033$) (Tabela 21).

TABELA 20: Matriz de correlação, autovalores e comunalidade dos padrões alimentares domiciliares da área metropolitana de São Paulo.^{1,2}

Grupos de Alimentos	Padrão Alimentar			Comunalidade
	1	2	3	
Cereais e produtos de cereais	0,22	0,81		0,733
Batatas, tubérculos e raízes	0,73			0,548
Leguminosas		0,71		0,528
Carnes	0,42	0,33	0,21	0,341
Leite e derivados	0,41	0,27		0,277
Ovos	0,52			0,319
Hortaliças	0,85			0,731
Frutas	0,79			0,639
Produtos industrializados	0,35	0,26	0,52	0,476
Lipídios de adição		0,71		0,517
Açúcar e doces		0,74		0,593
Bebidas não alcoólicas	0,23		0,79	0,700
Bebidas alcoólicas			0,73	0,560
Alimentação fora de casa			0,47	0,231
Autovalor	4,1	1,7	1,3	
% variância	29,4	12,3	9,5	
% variância acumulada	29,4	41,7	51,2	

Fonte: POF - FIPE/USP – 1998/99. ¹ KMO = 0,82 ² Teste de Bartlett = 0,00

TABELA 21: Teste de igualdade de médias dos escores do padrão alimentar geral segundo grupo de consumidor e não consumidor de PRG.

Fatores	Wilk's Lambda	p Value	Médias dos escores	
			Não Consumidor	Consumidor
Fator 1	0,986	0,033	0,144	0,382
Fator 2	1,000	0,926	0,399	0,409
Fator 3	0,995	0,198	0,413	0,548

Fonte: POF-FIPE (1998-99)

Na tabela 22, observa-se a matriz de correlação dos grupos de alimentos e dos três padrões alimentares obtidos para o grupo de domicílios consumidor de PRG.

O padrão alimentar um é composto pelos seguintes grupos de alimentos: cereais, leguminosa, leite e derivados, lipídios de adição, açúcar e doces. Este padrão pode ser considerado tradicional por ser constituído por alimentos que compõem o hábito alimentar do brasileiro. O padrão contribui com 26% da variância total. As comunalidades para as variáveis: leguminosas, leite e derivados, e ovos foram baixas (Tabela 22).

O padrão dois é composto pelos seguintes grupos: batata, tubérculos e raízes, ovos, carnes, hortaliças e frutas. Este padrão pode ser considerado como misto por conter alimentos de origem animal e vegetal. O padrão contribui para a explicação de 12,3% da variância total (Tabela 22).

O terceiro se constitui de bebida alcoólica e não alcoólica, alimentação fora de casa e produtos industrializados. Contribui com 9,8% da explicação da variância total. Pode ser considerado um padrão moderno (Tabela 22).

Com os três padrões alimentares pode-se explicar 48,29% da variância dos dados originais para o grupo de domicílios consumidor de PRG, da área metropolitana de São Paulo.

TABELA 22: Matriz de correlação, autovalores e comunalidade dos padrões alimentares dos domicílios consumidores de PRG da área metropolitana de São Paulo.^{1,2}

Grupos de Alimentos	Padrão Alimentar			Comunalidade
	1	2	3	
Cereais e produtos de cereais	0,78	0,20		0,668
Batatas, tubérculos e raízes		0,73		0,561
Leguminosas	0,64			0,429
Carnes	0,33	0,36		0,265
Leite e derivados	0,45	0,24		0,283
Ovos		0,55		0,338
Hortaliças		0,85		0,734
Frutas		0,79		0,659
Produtos industrializados	0,38	0,27	0,40	0,390
Lipídios de adição	0,74			0,558
Açúcar e doces	0,73			0,544
Bebidas não alcoólicas			0,78	0,668
Bebidas alcoólicas			0,63	0,407
Alimentação fora de casa		-0,20	0,47	0,264
Autovalor	3,6	1,7	1,3	
% variância	26	12,3	9,8	
% variância acumulada	26	38,3	48,1	

Fonte: POF - FIPE/USP – 1998/99. ¹ KMO = 0,77 ² Teste de Bartlett = 0,00

Na Tabela 23, observa-se a matriz de correlação para o grupo de domicílios não consumidor de PRG. O padrão 1 é composto pelos seguintes grupos de alimentos: batatas, tubérculos e raízes; hortaliças; frutas; ovos; leite e derivados e carnes. Este padrão pode ser considerado misto por apresentar alimentos de origem animal e vegetal. O padrão contribui para explicar 30% da variância dos dados originais. As comunalidades para as variáveis: carnes, leites, ovos foram baixas.

O padrão dois é composto pelos seguintes grupos: cereais, leguminosas, lipídios de adição e açúcares. O padrão contribui para explicar

12,3% da variância dos dados originais. Apresenta os alimentos que tradicionalmente fazem parte do hábito alimentar brasileiro (Tabela 23).

O terceiro padrão se constitui de alimentação fora de casa, bebida alcoólica e não alcoólica e produtos industrializados. Pode ser considerado um padrão moderno. Este padrão contribui para explicar 9,3% da variância dos dados originais. As comunalidades dos grupos de alimentos industrializados e de alimentação fora de casa foram baixas (Tabela 23).

Com os três padrões alimentares pode-se explicar 51,7% da variância dos dados do grupo de domicílio não consumidor de PRG, da área metropolitana de São Paulo.

TABELA 23: Matriz de correlação, autovalores e comunalidade dos padrões alimentares dos domicílios não consumidores de PRG da área metropolitana de São Paulo. ^{1,2}

Grupos de Alimentos	Padrão Alimentar			Comunalidade
	1	2	3	
Cereais e produtos de cereais	0,21	0,81		0,744
Batatas, tubérculos e raízes	0,72			0,542
Leguminosas		0,71		0,540
Carnes	0,43	0,33	0,23	0,356
Leite e derivados	0,41	0,26		0,265
Ovos	0,52			0,330
Hortaliças	0,84			0,722
Frutas	0,79			0,630
Produtos industrializados	0,30	0,27	0,56	0,483
Lipídios de adição		0,71		0,512
Açúcar e doces		0,74		0,604
Bebidas não alcoólicas	0,20		0,79	0,702
Bebidas alcoólicas			0,75	0,596
Alimentação fora de casa			0,45	0,216
Autovalor	4,2	1,7	1,3	
% variância	30	12,3	9,3	
% variância acumulada	30	42,3	52,6	

Fonte: POF - FIPE/USP – 1998/99. ¹ KMO = 0,82 ² Teste de Bartlett = 0,00

6. DISCUSSÃO

No presente capítulo, os procedimentos metodológicos e os resultados obtidos na pesquisa foram discutidos separadamente.

6.1 Procedimentos metodológicos

Neste estudo, utilizou-se como fonte de informações o banco de dados da POF – FIPE/USP – 1998-99, para a obtenção do padrão alimentar e consumo domiciliar de produtos com redução de gorduras. Neste banco de dados, encontram-se os registros de alimentos adquiridos pelos domicílios, que compuseram a amostra e foram investigados durante o período de um mês.

A utilização das informações obtidas de POF para a avaliação do consumo alimentar tem recebido críticas, principalmente no que diz respeito à sua utilização para estimar o consumo individual de nutrientes (ROCHA 1999, VASCONCELOS 2001), uma vez que este requer um criterioso tratamento dos dados (GIBSON 1990, SERRA MAJEM e col. 1995, CHESHER 1997, SJÖSTROM E STOCKLEY 2001, BIRÓ e col. 2002). No entanto, a utilização desta fonte de dados para a obtenção da disponibilidade domiciliar de alimentos e para a avaliação do cumprimento de padrões nutricionais de populações tem sido considerada oportuna (OLIVEIRA 1998, TRICHOPOULOU e col. 1999, SILVA 2000).

Os dados das POFs têm fornecido informações valiosas sobre a tendência de consumo alimentar no Brasil e sobre os fatores que o influenciam (ALVES 1977, ALVES e VIEIRA, 1978, CAMPINO e col. 1985, MARTINS 1998, MONDINI e MONTEIRO, 2000, MONTEIRO e col. 2000, BERTASSO 2000, FAGANELLO 2002).

Apesar de o presente estudo não pretender avaliar o consumo de nutrientes, cabe ressaltar alguns aspectos que devem ser considerados para a avaliação dos resultados obtidos.

A disponibilidade domiciliar de alimentos foi estimada a partir das informações sobre a aquisição destes no período da pesquisa. Sabe-se, entretanto, que alguns alimentos, como os não perecíveis (arroz, feijão, açúcar, óleos, conservas, enlatados etc.), podem ser estocados e a compra pode ser realizada apenas quando o estoque doméstico estiver esgotado ou em vias de se esgotar. Alguns trabalhos evidenciaram a necessidade da avaliação do estoque de alimentos inicial e final, para que se pudesse estimar com maior precisão a disponibilidade dos produtos no período de estudo (ZINTZARAS e col. 1997; SERRA-MAJEM 2001). Considerando que na POF-FIPE/USP não se obteve informações sobre o estoque de gêneros alimentícios, a disponibilidade de alimentos obtidas neste estudo pode estar superestimada ou subestimada para alguns deles.

Outro aspecto a ser considerado, como já exposto no capítulo sobre a metodologia do trabalho, é a falta de padronização das medidas de massa de alguns produtos. A padronização *a posteriori* pode favorecer a ocorrência de erros, já que se utilizou a unidade de peso médio das embalagens encontradas no comércio. O resultado deste procedimento pode não representar a realidade de aquisição de produtos pelo domicílio. Entretanto, o procedimento adotado para a definição das medidas de massa de frutas e hortaliças, quando a aquisição era referida em unidade, maço, pé, molho e caixa, parece ser o mais adequado dada a forma de comercialização dos produtos. CASTRO (2001) utilizou procedimento semelhante ao avaliar o padrão alimentar das regiões Nordeste e Sudeste do Brasil, utilizando dados da Pesquisa sobre Padrões de Vida (1996-1997). A autora adotou como referência para a estimativa do peso médio, as cinco hortaliças e as quatro frutas mais consumidas pela população do estudo; para os alimentos embalados, considerou o peso médio do produto encontrado em supermercados.

A disponibilidade média *per capita* de alimentos para o consumo domiciliar foi obtida, no presente trabalho, utilizando-se a escala de equivalência preconizada pela FAO (1990), que atribui pesos diferentes aos

integrantes do domicílio, segundo a faixa etária e o gênero. A utilização da escala de referência permite definir a unidade de consumo domiciliar ou o indivíduo padrão do domicílio (TRICHOPOULOU 1992). Com esta ponderação, podem-se considerar as diferenças na utilização de alimentos entre os domicílios quanto à composição etária e gênero. Alguns estudos preconizam a necessidade de se considerar o momento fisiológico dos integrantes do domicílio, destacando a gestação como um importante fator que pode alterar o consumo domiciliar e a distribuição intra-familiar de alimentos (CHESHER 1997). Neste trabalho não foi possível considerar o momento fisiológico dos integrantes do domicílio, pois este tipo de informação não faz parte dos dados coletados pela POF - FIPE/USP.

A identificação dos domicílios consumidores de PRG no banco de dados da POF - FIPE/USP foi possível mediante a utilização da variável “tipo de alimento” e de seu respectivo código. Entretanto, não há garantia de que todos os domicílios consumidores de PRG tenham registrado adequadamente as características destes produtos. Como a avaliação do consumo alimentar não faz parte dos objetivos da POF – FIPE/USP, as instruções quanto ao preenchimento dos formulários podem não ser suficientes para garantir o devido registro deste tipo de informação. Sendo assim, a prevalência de utilização de PRG, observada no presente estudo, pode estar subestimada. Esta é uma limitação decorrente da utilização de dados secundários, que determinam cautela na inferência dos resultados obtidos.

A utilização da Análise dos Componentes Principais (ACP) para a definição do padrão alimentar foi abordada no item 1.8 da introdução deste trabalho e os procedimentos necessários à sua aplicação estão descritos na metodologia. Destaca-se que este método proporciona o conhecimento da estrutura da alimentação, das combinações dos alimentos e/ou grupos de alimentos e pode ser utilizado para acompanhar a evolução das mudanças no padrão alimentar entre períodos de tempo. Esta abordagem do consumo

alimentar tem sido considerada vantajosa por diversos autores (NICKLAS e col. 1989, RANDAL e col. 1990, WILLET e BUZZARD 1998).

Os procedimentos básicos necessários à aplicação da técnica da ACP foram adotados demonstrando a possibilidade de utilização dos 14 grupos de alimentos previamente estabelecidos. Os três padrões alimentares obtidos para cada grupo de domicílios permitiram explicar cerca de 50% da variância observada no consumo alimentar dos grupos investigados.

Segundo PEREIRA (1999) a explicação da variância dos dados originais, definida pelos fatores gerados na ACP, permite ao pesquisador avaliar o quanto se pode explicar a realidade investigada. Sendo assim, para os grupos investigados, os fatores gerados permitiram a explicação de parte da estrutura do consumo alimentar dos mesmos.

A Análise Fatorial por Componentes Principais permitiu a definição de vários padrões alimentares. A interpretação destes padrões tem elevado grau de subjetividade, cabendo ao pesquisador optar por uma ou outra solução que seja adequada ao conhecimento científico atual e à melhor explicação do fenômeno observado.

A opção de utilização de 14 grupos alimentares foi testada por meio da análise fatorial com grupos alimentares desagregados, segundo a classificação apresentada na Figura 2 (cereais; leguminosas; carnes, leite e derivados; hortaliças; produtos industrializados; lipídios de adição e bebidas não alcoólicas). Este procedimento totalizou 28 grupos de alimentos. O resultado da análise gerou sete fatores com autovalores acima de 1, cuja dificuldade de interpretação demonstrou que esta não seria uma boa solução para a redução das variáveis originais.

Por último, é necessário destacar que os padrões alimentares obtidos no presente estudo se referem à disponibilidade de alimentos no domicílio e não ao seu consumo efetivo.

6.2 Aspectos relacionados ao consumo de alimentos modificados

Antes do início da discussão dos resultados do presente trabalho, faz-se necessária a abordagem de alguns aspectos relacionados ao consumo de alimentos modificados.

No século XX, ocorreram profundas mudanças políticas, sociais e econômicas no mundo, que juntamente com os avanços da ciência e da tecnologia, influenciaram a indústria de processamento e o comércio de alimentos. Na primeira metade do século, as principais preocupações da população se relacionavam ao suprimento alimentar, à prevenção das doenças carenciais e das doenças transmitidas pelos alimentos. Na segunda, os interesses se voltaram para a ampliação da variedade de produtos, para a valorização dos aspectos sensoriais e da conveniência na utilização dos alimentos, quanto à estocagem e ao preparo. Estes aspectos associaram-se, ainda, à preocupação que os consumidores passaram a ter quanto à prevenção das doenças crônicas não transmissíveis, relacionadas à alimentação, e quanto à segurança das novas tecnologias empregadas no processamento dos alimentos. Em resposta às novas demandas dos consumidores, a indústria de alimentos processados passou a produzir uma variedade cada vez maior de produtos (WELCH e MITCHELL 2000).

As mudanças no comportamento dos consumidores podem ser atribuídas à divulgação dos resultados das pesquisas científicas que têm associado a alimentação ao aumento da prevalência de várias doenças e também as mudanças no estilo de vida nos grandes centros urbanos.

MACMAHON (1996) propôs um fluxo que representa a interação entre o consumidor e as fontes disponíveis de informação sobre alimentação e nutrição (Figura 4).

Figura 5: Fluxo de divulgação de Informações sobre alimentação e nutrição (Fonte: MCMAHON 1996).

Durante as últimas décadas, a redução do consumo de gorduras tem sido um dos objetivos das recomendações dietéticas. Alguns autores, entretanto, têm criticado a ênfase dada a esta recomendação quando utilizada de forma isolada do contexto geral da alimentação (LICHENSTEIN 1998; WILLETT 1998; BRAY 1999; WILLET 1999; SICHIERI 2000; BRAY 2000; WILLETT 200).

As recomendações de instituições de saúde, como a American Dietetic Association (1998) e American Heart Association (WYLIE-ROSETT 2002), valorizam que atenção deva ser dada à qualidade da gordura dietética, inclusão ou aumento do consumo de frutas, hortaliças e grãos integrais e redução do açúcar simples e não somente a redução da gordura total da dieta, como forma de prevenir doenças ou obter melhor qualidade de vida.

Porém, os consumidores parecem dar maior atenção para os alimentos que devem evitar do que para aqueles que devem passar a consumir.

Alguns estudos apresentam dados que sugerem que os consumidores são mais suscetíveis aos apelos que enfatizam como evitar doenças do que aos que abordam estratégias para garantir ou melhorar a saúde (THE PROCESS 1985, RUSSO e col. 1986). Estudos com consumidores norte-americanos revelam que o teor de gordura é o principal motivo alegado para que não se compre um produto (FMI citado por MCMAHON 1996) e a utilização de produtos com redução de gorduras é a principal estratégia usada para melhorar a dieta (FMI citado por WYLIE-ROSETT 2002).

Em resposta ao que entendem das orientações nutricionais e ao esforço das indústrias de alimentos em divulgar os atributos de seus novos produtos, o público norte-americano tem associado o consumo de gordura à obesidade e à doença do coração, e as expressões “low fat” ou “fat-free” a conceitos de saúde (HU e col. 2001).

No Brasil, estudos nas áreas metropolitanas têm demonstrado que os consumidores manifestam preocupação sobre o conteúdo nutricional dos produtos, em termos do teor de gorduras, colesterol e calorias (FMI 1999).

FERRAZ (2001) avaliou o comportamento de uma amostra probabilística sistemática de 400 consumidores frente a informações nutricionais de rotulagem de produtos alimentícios, em supermercados de Belo Horizonte. O autor identificou que as informações nutricionais mais lidas foram valor calórico (77%), gordura (72%) e colesterol (72%) e destacou que os atributos citados foram aqueles que o consumidor procura evitar em sua dieta.

Os dados sobre os consumidores de produtos com redução de gorduras revelam que, em geral, eles buscam melhorar a saúde, reduzir o colesterol, controlar o peso corpóreo ou ter uma alimentação saudável (ABIAD 1996).

Nota-se, frente aos dados apresentados, que uma parcela dos consumidores brasileiros está interessada nos aspectos nutricionais da alimentação e demonstra sofrer influência do fluxo de informação sobre os conhecimentos científicos na área da alimentação e nutrição. Porém, não se conhece os efeitos da preocupação ou da busca de informações nutricionais sobre a alimentação destes consumidores.

Sabe-se, entretanto, que o componente cognitivo do comportamento alimentar não é suficiente para promover mudanças nos hábitos alimentares. Ou seja, o conhecimento sobre a importância da alimentação para a manutenção da saúde e prevenção de doenças não garante que os indivíduos adotem novos hábitos alimentares. Os componentes situacionais e afetivos exercem um papel fundamental na determinação dos hábitos e práticas alimentares. Incluem-se nestes componentes os aspectos culturais e psicológicos, o estilo de vida e as barreiras para a adoção de um novo comportamento (ASP 1999).

Estudos internacionais têm demonstrado que parte do interesse dos consumidores pelos aspectos nutricionais decorrem da cobertura da mídia, que enfatiza os danos causados pelo consumo de determinados alimentos, porém, não se observava ênfase na divulgação aos atributos positivos dos produtos alimentícios. Em geral, as mensagens comerciais não abordam a utilização dos produtos no contexto de uma alimentação equilibrada, dando preferência ao destaque da ausência de determinados nutrientes (THE PROCESS 1985).

As estratégias de marketing tentam aproximar os produtos modificados dos convencionais e demonstram que a introdução de novos produtos na alimentação não representa, necessariamente, modificação no hábito alimentar (LYLE e col. 1992). Esta estratégia pode motivar o consumo daqueles que se apresentam sensíveis às informações sobre a relação entre alimentação e o tratamento e a prevenção de doenças, mas não desejam, ou não conseguem, modificar seus hábitos alimentares.

O uso de produtos com modificação do teor de gorduras faz parte das estratégias utilizadas pelos consumidores que desejam diminuir a ingestão de gorduras. Entretanto, as consequências do emprego destes produtos, ainda não foram totalmente estabelecidas. Alguns estudos apontam para a possibilidade de que a utilização destes produtos conduza a um efeito compensatório na ingestão energética (FORTIN e col. 1990; MELA 1997), fato não verificado por GATENBY e col. (1997).

HU e col. (2001) relatam que os produtos e as dietas com redução de gordura podem contribuir para a elevação das quantidades de carboidratos e açúcar da dieta, e estes se associam ao aumento da prevalência da obesidade e do Diabetes tipo 2.

Os dados apresentados apontam que a utilização de PRG podem não oferecer aos consumidores os benefícios esperados, no caso em que não sejam observadas outras características da alimentação.

Diversas estratégias podem ser utilizadas para a redução do consumo de gorduras da dieta e estas podem influenciar diferentemente o padrão alimentar dos indivíduos.

Na literatura científica foram identificadas algumas estratégias para a redução de gorduras da dieta: (1) substituição do leite integral por leite desnatado; (2) substituição de carnes gordurosas por carnes com menor teor de gorduras; (3) substituição de derivados do leite tradicionais por versões desnatadas ou com substitutos de gorduras; (4) sobremesas e molhos com substituto de gorduras; (5) redução da quantidade de alimentos com maior teor de gorduras; (6) substituição de alimentos com maior teor de gorduras (ex: carnes) por hortaliças; (7) modificação na técnica de preparo dos alimentos; (8) aumento do consumo de frutas; (9) aumento do consumo de hortaliças e grãos; (10) redução do consumo de “petiscos”; (11) redução do consumo de gordura de adição (McCANN e col. 1990; SMITH-SCHNEIDER e col. 1992; KEENAN e col. 1996; PETERSON e col. 1999; ABUSABHA e col. 2001). Estas estratégias foram utilizadas de forma isolada ou associada

e apresentaram efeitos diferentes no total de consumo de gorduras, de nutrientes e no padrão alimentar geral.

As estratégias caracterizadas pela utilização de produtos com redução de gorduras podem gerar impactos diferentes na alimentação do indivíduo. A substituição de produtos convencionais por versões com redução de gorduras nas quantidades habitualmente ingeridas pode conduzir à menor ingestão calórica, de gordura total e de colesterol; porém, se os produtos forem incluídos no repertório alimentar sem que se observe a quantidade ingerida, é possível que se reduza a quantidade de gorduras e colesterol, mas não a calórica (SIGMAN-GRANT 1997).

A partir destas considerações, pode-se proceder à discussão dos resultados do presente estudo.

6.2 Consumo de PRG na área metropolitana de São Paulo

Os dados utilizados para a avaliação do padrão alimentar e consumo de produtos com redução de gorduras na área metropolitana de São Paulo foram os registros de compra dos domicílios. Não significam, portanto, o seu consumo efetivo e representam apenas uma das possíveis estratégias utilizadas pelos componentes do domicílio para a modificação da dieta.

Os resultados encontrados revelam, que 19,1% dos domicílios, participantes da POF-FIPE, apresentavam disponibilidade de algum tipo produto com redução de gorduras. Dentre as estratégias de utilização observadas, destaca-se o uso isolado de desnatado (45,84%) (estão incluídos neste grupo os produtos desnatados e os semi-desnatados) e de produtos light (24,94%), sendo que a utilização de combinações de produtos com redução de gorduras ocorreu somente em 16,85% dos domicílios (Tabela 4).

Se considerados separadamente, os desnatados apresentaram maior disponibilidade domiciliar (86,5%) do que os semi-desnatados (9,1%) sugerindo que o consumidor da área metropolitana de São Paulo adota uma atitude mais efetiva frente ao desejo de redução de gorduras ou de calorias

da dieta (Tabela 5). Não há, entretanto, garantia de que os produtos semi-desnatados tenham sido registrados corretamente, ou seja, podem ter sido registrados como sendo desnatados, situação que, se de fato ocorreu, invalida a consideração acima. A ampla utilização do desnatado pode decorrer da maior disponibilidade do produto no comércio e do preço praticado, que em geral, não é muito maior do que o verificado para os produtos convencionais.

Quanto à baixa frequência observada para a utilização combinada de PRG, pode-se considerar que na época do estudo a disponibilidade de produtos light por redução do teor de gorduras ainda não era grande e os preços eram elevados. Outro resultado que chama a atenção é a utilização de apenas um, a dois produtos light por domicílio (Tabela 6), que também pode ser justificada pela pequena disponibilidade e pelos preços dos mesmos.

Um estudo da ACNielsen (2001), realizado por meio de 419 entrevistas telefônicas, revelou que os principais fatores que influenciam a decisão de compra são os preços (41%) e a propaganda (29%).

No caso do consumo de light, se por um lado a propaganda e a mídia, em geral, estimulam a utilização de produtos modificados, por outro o preço dos produtos pode desestimular o consumo.

Outro fator que deve ser considerado é que no período do estudo (1998-99) as características dos produtos light e diet não eram bem conhecidas pelos consumidores. A legislação sobre a rotulagem de alimentos foi modificada neste período (MS 1998) e os consumidores ainda não dominavam os conceitos de cada uma destas denominações. Portanto, não é possível afirmar se a menor frequência de domicílios com disponibilidade de light se deve ao menor interesse pelo produto; à pouca informação disponível sobre eles, ou aos preços praticados pelo comércio varejista.

A opção pelo uso isolado ou combinado de produtos pode revelar diferenças entre os domicílios que os utilizam. As motivações para o consumo, o preço e o número de opções disponíveis no mercado, na época da pesquisa, assim como o entendimento sobre rotulagem nutricional e as características socioeconômicas dos domicílios são fatores que, em conjunto ou isoladamente, podem ter influenciado os resultados encontrados quanto ao número de produtos light disponíveis em cada domicílio e a frequência do uso combinado de produtos.

Apesar de não existirem muitos trabalhos na literatura científica que tenham investigado o consumo populacional de PRG, nos estudos disponíveis observa-se que, em geral, os consumidores utilizam os PRG tanto como estratégia para a redução calórica quanto para a de gorduras.

Os resultados, em relação à maior utilização de produtos desnatados e a menor utilização de combinação de produtos, não diferem dos estudos internacionais (BELLISLE e col. 1994; HARRISON 1997; SIGMAN-GRANT 1997; PETERSON e col. 1999; BELLISLE e col. 2001).

A seguir apresentam-se os principais resultados dos estudos de BELLISLE e col. (1994 e 2001), que avaliaram o consumo de PRG a partir de dados populacionais na França, em dois momentos.

O consumo de produtos com redução de gorduras foi investigado em uma cidade francesa, em 1986 (BELLISLE e col. 1994). Participaram do estudo 325 homens e 416 mulheres entre 18 e 65 anos. O consumo dos seguintes produtos com redução de gordura foi investigado: manteiga, leite, iogurte e três tipos de queijo. O estudo teve como objetivo caracterizar consumidores e não consumidores de PRG quanto a aspectos demográficos e nutricionais. Os resultados revelaram que 24% dos participantes consumiam PRG e destes, 97% consumiam de um a dois tipos por semana.

Em 2001, BELLISLE e col. publicaram um estudo com os resultados de uma investigação sobre o consumo de PRG e os parâmetros nutricionais, bioquímicos e antropométricos, em uma subamostra do estudo longitudinal

sobre saúde e nutrição da população francesa. Foram identificados 29 tipos de PRG, dentre eles: os derivados lácteos (leite, iogurte, queijo, manteiga e cremes), os produtos cárneos, os molhos e as sobremesas. O consumo entre homens e mulheres foi de 72,2% e 80,2%, respectivamente. A comparação destes resultados com os do estudo anterior (1988), revela que houve aumento em cerca de 55% no consumo de PRG. Os autores avaliaram que o crescimento na oferta de produtos contribuiu para o resultado acima.

HARRISON (1997) relatou que os desnatados, principalmente o leite, são os produtos mais utilizados nos EUA e que os outros produtos com redução de gorduras apresentam utilização menos freqüente e consistente.

SIGMAN-GRANT (1997) analisou os dados sobre a utilização de PRG na população norte-americana durante a década de 80 e 90. As fontes de dados foram a pesquisa do "Calorie Control Council", realizada na década de 90; as séries de pesquisas chamadas "Continuing Survey of Food Intake by Individuals" (CSFII), realizadas entre 1987 e 1994 e a "National Eating Trends", de 1995. Os principais resultados das pesquisas apontaram para a maior utilização do leite desnatado seguido dos molhos para saladas, dos derivados de leite e da margarina, respectivamente. Entre 87 e 94, a maior parte dos indivíduos pesquisados relatou consumir apenas um tipo de produto, sendo o leite desnatado o produto mais consumido, e apenas 8% consumia mais de três produtos por dia.

No presente estudo, quinze tipos de produtos light com redução de gorduras foram identificados. Os que apresentaram maior disponibilidade domiciliar foram aqueles geralmente utilizados no preparo do café da manhã ou de lanches (pão de forma – 21,9%, requeijão – 17,6%, margarina – 17,1% e iogurte – 16,5%) (Figura 4).

No Brasil, não existem estimativas sobre o consumo populacional de produtos com redução de gorduras. SICHIERI (1998) identificou, por meio da Pesquisa Nutrição e Saúde, realizada na cidade do Rio de Janeiro em 1994, que o consumo de queijo, requeijão e iogurte com redução de açúcar e de

gordura foi em média de 17,7% entre mulheres e 16,55% entre homens. Os dados foram obtidos de indivíduos entre 12 anos e mais de 60 anos e o consumo foi observado em todas as faixas de idade, sendo maior nas mais elevadas.

Na pesquisa feita pela ABIAD, com consumidores de light, em 1996, e nos dados das pesquisas populacionais no Brasil e na França, descritos acima, observa-se semelhança entre os produtos citados como sendo os de maior consumo (ABIAD 1996; SICHIERI 1998; BELLISLE 2001). Obviamente, estes resultados refletem as opções de produtos existentes no mercado no período da pesquisa.

6.3 Características dos domicílios consumidores de PRG

O comportamento do consumidor envolve atividades relacionadas à obtenção, consumo e descarte de produtos e serviços incluindo os processos decisórios que antecedem e se seguem a essas opções (ENGEL e col. 1995).

Segundo ENGEL e col. (1995) e KOTLER (2000) os fatores que influenciam o comportamento do consumidor são: (1) as características individuais (recursos econômicos, conhecimento, atitudes, motivação, personalidade, valores e estilo de vida); (2) as características do ambiente (cultura, classe social, grupos de referência e família); (3) e os processos psicológicos, aprendizado e mudanças de atitude e comportamento.

O grupo de referência, como a família, os amigos e os colegas de trabalho, exerce influência significativa sobre os indivíduos seja pela exposição a novos comportamentos e estilos de vida, seja pela pressão em relação à conformidade, que podem afetar as escolhas reais de produtos e marcas (KOTLER 2000).

A família é a mais importante organização de compra de produtos de consumo da sociedade e seus membros constituem o grupo de referência com grande poder de persuasão. O comportamento da família ou núcleo familiar em relação ao consumo pode ser de dois tipos: autônomo (de um

membro individualmente) ou em conjunto (por diversos membros). Os papéis assumidos pelos indivíduos no processo de decisão de compra podem se diferenciar dependendo do tipo de produto. Segundo KOTLER (2000) a esposa tem tradicionalmente agido como principal agente de compra familiar principalmente para alimentos, porém o homem vem se envolvendo cada vez mais nesta atividade (ENGEL e col. 1995).

Para que as mudanças de atitudes e comportamentos em relação à alimentação sejam permanentes, tanto o indivíduo quanto o ambiente social devem mudar. As alterações nos valores e normas promovidas pelo grupo social favorecem o aprendizado e as novas de atitudes dos indivíduos (THE PROCESS 1985).

Com o objetivo de explorar fatores que se associam ao consumo de PRG, foram definidas variáveis que pudessem contribuir para traçar o perfil dos domicílios.

A análise da distribuição dos domicílios, segundo as estratégias de utilização de PRG e as variáveis renda e escolaridade dos chefes revelaram que todas as classes de renda e de escolaridade apresentaram domicílios com disponibilidade de PRG (Tabela 7 e 8). Estes resultados estão de acordo com as declarações de VILLARDAGA (1997) e MADUREIRA (1998) quanto a ampliação da oferta de produtos light. Eles consideraram que a estabilização econômica, ocorrida na segunda metade da década de 90, favoreceu o crescimento do setor, pois a partir deste período verificou-se que até mesmo as classes menos favorecidas (C/D) passaram a consumir este tipo de produto.

Em um estudo do Food Marketing Institute (2001), em oito regiões metropolitanas do Brasil, a preocupação com os aspectos nutricionais foi verificada em 61% dos consumidores das classes A/B e em 39% dos da classe C/D.

Os dados do presente estudo sugerem que as classes sociais menos favorecidas também sofrem influência do fluxo de informação sobre saúde e

nutrição, porém o que pode restringir a adoção do consumo de produtos modificados é o preço praticado pelo comércio.

Segundo a Associação Paulista de Supermercados, o preço era considerado um fator limitante da ampliação do mercado de produtos modificados no Brasil, na década de 90 (BACOCINA 1996).

A proporção de domicílios que apresentou a estratégia de uso combinado de PRG foi maior para a maior escolaridade do chefe (44,8%). Este resultado sugere que domicílios com chefes com escolaridade maior são mais suscetíveis ao fluxo de informação sobre nutrição e saúde (Tabela 8).

Os domicílios compostos por famílias tradicionais (67,4%) e com duas a três pessoas (48,76%) são os principais consumidores de PRG no presente estudo e fazem uso das três estratégias de utilização (Tabela 10).

Apesar de o ambiente e a família serem considerados fatores que influenciam o comportamento de consumo (ENGEL e col. 1995; KOTLER 2000), no presente estudo não foram observadas diferenças na composição familiar entre os grupos de consumidores, assim como, em relação ao gênero do chefe da família.

Os domicílios com pessoas de maior idade (31 a 50 anos e > 51 anos) e com filhos mais velhos (> 18 anos) apresentaram maior utilização de combinação de PRG (Tabela 6 e 7). A utilização de desnatado foi maior nos domicílios com pessoas entre 31 e 50 anos (29,0%) (Tabela 9). Estes resultados estão de acordo com o que se verifica na literatura, pois pessoas de maior faixa etária apresentam maior preocupação com a saúde ou já apresentam problemas que justificam a utilização de PRG, isoladamente ou de forma combinada.

Já a utilização de produtos light foi maior nos domicílios com pessoas nas faixas de 11 a 20 anos (22,92%) e de 31 a 50 anos (37,54%) (Tabela 9). Estes resultados podem estar refletindo a influência do marketing nutricional dos produtos light entre o grupo de domicílios com pessoas entre 11 e 20

calórico da dieta, já que pessoas, nesta faixa etária, em geral, são menos suscetíveis às recomendações nutricionais que visam a prevenção de doenças no futuro, porém apresentando maior interesse pela aparência física.

Após a análise da utilização das diferentes estratégias de consumo de PRG segundo as variáveis sócio demográficas, buscou-se investigar as diferenças entre o grupo de domicílios consumidores de PRG e os não consumidores, segundo as mesmas variáveis sócio demográficas. Foram considerados como consumidores de PRG, todos os domicílios que apresentaram disponibilidade destes produtos, independente da estratégia de consumo utilizada.

Por meio da análise de regressão logística univariada, observaram-se diferenças entre os dois grupos de domicílios para as seguintes variáveis: classe de renda familiar, escolaridade do chefe, idade dos filhos, idade das pessoas da família (Tabela 17). Entretanto, na análise de regressão múltipla, por meio da qual são avaliados os efeitos das variáveis em conjunto, os grupos se diferenciam para as variáveis classe de renda familiar, escolaridade do chefe da família e idade dos componentes da família (Tabela 18).

Não foi observado efeito de confusão entre a variável classe de renda familiar e da escolaridade do chefe da família, revelando que as variáveis têm efeitos independentes.

A classe social e a escolaridade foram consideradas fatores importantes para o consumo de PRG no estudo de BELLISLE e col. (2001).

O comportamento do consumidor, segundo as teorias econômicas, pode ser examinado em três etapas: (1) análise das preferências; (2) análise das restrições orçamentárias e (3) análise das escolhas que buscam maximizar o grau de satisfação. Dadas às restrições orçamentárias, que se relacionam com os preços dos produtos e com a renda, o consumidor buscará utilizar as informações para concretizar suas escolhas e maximizar

sua satisfação (PINDICK e RUBINFELD 1994). Observa-se que a renda, o preço e a informação são fatores que determinam profundamente o comportamento do consumidor. Também as teorias da aprendizagem ou cognitivas, que apoiam a elaboração das estratégias de marketing, valorizam a importância da informação para a decisão de compra do consumidor. Segundo NAYGA Jr e col. (1998), o consumidor deve ser capaz de avaliar a informação obtida e tomar decisões baseando-se nelas.

A procura por informação no processo de compra de um produto pressupõe a existência de um alto nível de envolvimento ou interesse do consumidor em relação ao atributo desejado (REBERTSON 1984). Existe uma tendência de se utilizar informações que possam ser processadas e adquiridas com menor esforço psicológico e mental (NAYGA Jr 1998).

Os conceitos teóricos abordados acima permitem a compreensão da importância das características relacionadas à renda e à escolaridade dos domicílios com disponibilidade de PRG, observadas neste estudo. Outros fatores (sociais, culturais e psicológicos) se relacionam com o comportamento do consumidor, porém não serão abordados, já que não foram investigados neste estudo.

MONTEIRO e col. (2001) verificaram efeito protetor da escolaridade sobre a ocorrência de obesidade entre mulheres das regiões mais desenvolvidas do Brasil. As mulheres de maior nível de escolaridade parecem ser mais suscetíveis às informações sobre a necessidade de modificação de hábitos alimentares e, principalmente, à manutenção da forma física.

FERRAZ (2001) investigou o comportamento de consumidores frente às informações de rotulagem nutricional. A utilização da rotulagem foi maior entre os consumidores com maior escolaridade, maior classe social e maior faixa etária. Os resultados desta pesquisa se assemelham aos verificados no presente estudo, pois, para se adquirir um produto PRG, é necessário que se utilize a informação de rotulagem, sendo os dois grupos semelhantes neste aspecto.

se utilize a informação de rotulagem, sendo os dois grupos semelhantes neste aspecto.

6.4 Características do padrão alimentar

Os resultados da análise discriminante das médias *per capita* do consumo, segundo grupos de alimentos, revelaram que o grupo consumidor de PRG (n=83) se diferencia do não consumidor (n=237) quanto ao consumo de leite e derivados, hortaliças, frutas, produtos industrializados, lipídios de adição e bebidas não alcoólica. O método estatístico utiliza os dados dos domicílios que apresentaram consumo de todos os grupos alimentares, portanto o número de domicílios considerados na análise é inferior ao da amostra total de cada grupo (Tabela 19).

Os resultados obtidos revelam que os domicílios consumidores de PRG apresentam maior consumo de hortaliças e frutas quando comparados com os domicílios não consumidores de PRG. Este resultado pode estar refletindo uma maior preocupação com alimentação e que a utilização dos PRGs pode fazer parte de uma estratégia mais ampla de adoção de hábitos alimentares saudáveis. Entretanto, o maior consumo de produtos industrializados, de lipídios de adição e de bebidas não alcoólica, que inclui refrigerantes, chama a atenção, pois pode indicar que os domicílios consumidores de PRGs mantêm padrões alimentares diversos e nem sempre consistentes com as recomendações nutricionais. Este fato pode ser explicado pela composição familiar, que pode incluir indivíduos que estão em vários momentos da vida e apresentam diferentes interesses e motivações para a adoção de hábitos alimentares saudáveis. Os aspectos individuais não puderam ser investigados dada a natureza dos dados utilizados no presente estudo.

KEENAN e col. (1996) identificaram nove estratégias para redução do consumo de gorduras em voluntários selecionados segundo critérios pré-

definidos. As estratégias verificadas foram: (1) diminuição da utilização de molhos a base de gorduras; (2) substituição de carnes por outros alimentos; (3) utilização de produtos com substituição de gorduras; (4) redução do consumo de “snack”; (5) aumento do consumo de hortaliças; (6) aumento do consumo de frutas; (7) diminuição da gordura de cocção; (8) modificação do preparo e consumo de carne e (9) modificação do café da manhã. As três primeiras estratégias se associaram a redução efetiva do consumo de gordura da dieta. A pesquisa exploratória identificou que algumas estratégias podem ser mais efetivas do que outras e que tanto consumidores como profissionais de saúde devem estar atentos aos efeitos das estratégias adotadas.

KENEDY e col. (1999) investigaram a utilização de produtos com redução de gorduras, por meio de dados de um estudo nacional norte-americano. Foram classificados como: pequeno consumidor, aquele que consumia dois ou menos itens com redução de gorduras e grande consumidor, aquele que consumia três ou mais itens. Os dois grupos foram avaliados quanto ao total de gordura da dieta. Indivíduos com grande consumo de PRG e dieta com elevado teor de gorduras apresentaram maior consumo de todos os grupos de alimentos investigados. Os autores relataram que este resultado pode ter ocorrido porque estes indivíduos consideram que podem consumir mais alimentos por utilizarem maior quantidade de PRGs. Outros resultados desta pesquisa revelaram que o consumo de frutas, grãos e leite desnatado está associado a dietas com reduzido teor de gorduras. O consumo de frutas foi maior entre indivíduos com dietas com baixo teor de gorduras e os autores consideraram que pode representar um marcador de outros comportamentos importantes para que sejam alcançados níveis apropriados de gordura dietética.

Os resultados das duas pesquisas acima sugerem que diferentes estratégias de redução de gorduras podem conduzir a diferentes efeitos no consumo alimentar total.

Os resultados da avaliação dos padrões alimentares do presente estudo revelam, que para os três grupos de domicílios (amostra total, grupo de consumidores e de não consumidores de PRG) foram encontrados padrões alimentares com composição de alimentos semelhantes e que em conjunto explicam cerca de 50% da variância total dos dados. Significa dizer que os padrões alimentares obtidos têm a capacidade de explicar cerca da metade das possibilidades de utilização combinada dos grupos de alimentos que foram previamente estabelecidos.

Os padrões alimentares foram caracterizados pelos seguintes fatores. Um padrão composto por produtos de origem vegetal e animal (batatas, hortaliças, frutas, ovos, leite, e carnes) que fornece elevado valor nutricional para a alimentação. Um segundo padrão alimentar composto por alimentos tradicionalmente utilizados pela população brasileira (cereais, leguminosas, doces e açúcares e lipídios de adição), porém representando uma dieta mais monótona, se comparado com o anteriormente descrito. E um terceiro que se caracteriza por alimentos que, em geral, estão presentes no cotidiano do meio urbano, podendo ser considerado como um padrão moderno de alimentação (produtos industrializados, bebidas não alcoólicas e alcoólicas e alimentação fora de casa). Um dos grupos de alimentos que compõem este último é o de produtos industrializados (vegetais e produtos cárneos processados, alimentos semi-prontos e outros), que são utilizados quando se deseja praticidade, necessidade cada da vez mais observada nas populações residentes em grandes centros urbanos (OLIVEIRA e THÉBAUD-MONY 1998; PROENÇA 2002).

Os padrões alimentares obtidos para os grupos individualmente foram diferentes quanto à ordenação e quanto à composição do padrão tradicional.

A ordem dos fatores é determinada pelos autovalores gerados pela ACP, sendo o primeiro fator aquele que explica a maior variância dos dados (HAIR e col. 1995). O primeiro padrão alimentar revela, portanto, a composição de alimentos mais freqüentemente verificada nos grupos.

Para a amostra total e para o grupo de não consumidores de PRG o primeiro padrão foi o de melhor característica nutricional (padrão misto), seguido pelo de característica tradicional e mais monótona, e pelo de característica moderna e prática. Já para os domicílios consumidores de PRG, o primeiro padrão foi o tradicional, seguido pelo misto e pelo moderno. O padrão tradicional para os consumidores de PRG incluiu o grupo leite e derivados, confirmando os resultados discutidos anteriormente, nos quais se observou que os principais produtos utilizados são os desnatados.

Seguindo esta linha de interpretação dos resultados, chega-se a sugestão de que uma parcela dos domicílios consumidores de PRG adotam um padrão alimentar com característica mais tradicional e monótona do que os não consumidores, tendo o grupo de leite e derivados como alimentos que participam do principal padrão alimentar. Os dados sugerem que, talvez, estes consumidores adotam os PRGs não como parte de uma estratégia para melhorar alimentação geral, mas para reduzir aspectos que são considerados negativos na alimentação, como gorduras e calorias.

Os resultados de SICHIERI (2001) e SICHIERI e col. (2002) que revelaram que a dieta tradicional brasileira tem um efeito protetor para a obesidade, apontam, entretanto para uma outra direção. A dieta mista com maior opção de escolha, pode fornecer maior valor energético. A dieta tradicional, composta por arroz e feijão, fornece fibras e tem menor índice glicêmico, ambos os aspectos têm sido associados à redução da massa corporal.

MARCHIONI (2003) ao investigar os fatores dietéticos associados ao câncer oral, em um estudo caso-controle, verificou que o padrão alimentar tradicional brasileiro, composto por feijão, arroz e carne, apresentou efeito protetor para este tipo de câncer.

Tomando-se como base os resultados dos autores acima citados, pode-se sugerir que o padrão alimentar tradicional, verificado para o grupo consumidor de PRG, poderia estar adequado ao objetivo de reduzir o risco da obesidade e, até mesmo, do câncer oral. Porém, no presente estudo, o

padrão tradicional não apresenta a mesma característica daquele encontrado pelos autores acima, pois inclui, além de massas e arroz, pães e produtos de panificação que podem apresentar outros efeitos na saúde dos indivíduos, como a elevação dos níveis de gorduras plasmáticas.

A opção por uma dieta tradicional, como a verificada no presente estudo, não parece ser a mais adequada considerando os estudos que apontam as principais estratégias para redução da gordura, nem mesmo parece coerente com as orientações nutricionais, que valorizam a variedade da alimentação como uma estratégia fundamental para alcançar as recomendações de nutrientes (McCANN e col. 1990; SMITH-SCHNEIDER e col. 1992; KEENAN e col. 1996; PETERSON e col. 1999; ABUSABHA e col. 2001; LAUBER e SHEARD 2001).

Os resultados, referentes às análises do consumo e do padrão alimentar, sugerem que os domicílios consumidores de PRG não adotam um padrão alimentar homogêneo, pois apresentaram estratégias alimentares diversificadas.

Considerando a característica do presente estudo não é possível sugerir as motivações que determinam a utilização dos PRGs. Porém, os trabalhos encontrados na literatura revelam que a utilização de PRG pode ser motivada tanto pelo desejo de redução de gorduras, como de redução de calorias, com o objetivo de manter ou perder peso e/ou de prevenir doenças.

Cabe ressaltar, que os consumidores de PRGs, caso façam uso destes produtos para a prevenção de doenças, talvez não estejam sendo plenamente informados das possibilidades concretas de benefícios da sua utilização. Diante dos resultados não conclusivos sobre os efeitos do uso de PRG ou de uma dieta com baixo teor de gordura, sem que outras medidas dietéticas sejam tomadas, pode-se dizer que os consumidores talvez tenham uma maior expectativa de benefício do que a que efetivamente os produtos possam oferecer (ROSENBERG e TAYLOR 1998).

Outro aspecto, que talvez esteja sendo encoberto pelas informações transmitidas por meio do marketing nutricional, é a possibilidade de se seguir as recomendações nutricionais sem a necessidade de utilização destes produtos. Neste caso, caberia às instituições governamentais de saúde uma maior divulgação sobre como o público poderia alcançar estas recomendações por meio de uma alimentação equilibrada, que respeitasse os hábitos alimentares regionais.

O estudo do padrão alimentar é fundamental para que sejam conhecidas as estratégias de utilização dos alimentos, que podem servir como subsídios para a elaboração de programas de educação nutricional.

Considerando que o consumidor de PRG já está motivado para a mudança de comportamento, seria oportuno que os programas de orientação nutricional, as informações divulgadas na mídia sobre a necessidade de redução de gorduras da dieta e as estratégias de marketing dos PRG, fossem sempre acompanhadas de informações sobre os demais aspectos de uma alimentação equilibrada.

7. CONCLUSÕES

Os resultados obtidos neste estudo revelaram que 19,4% dos domicílios da área metropolitana de São Paulo, participantes da POF-FIPE (1998-1999) apresentaram disponibilidade de produtos com redução de gorduras.

Os principais produtos disponíveis para o consumo foram o leite desnatado e os seguintes produtos light: pão de forma, requeijão, margarina e iogurte.

Os domicílios consumidores de produtos com redução de gorduras apresentaram renda familiar *per capita*, escolaridade do chefe da família e faixa etária dos integrantes da família superiores às verificadas para os domicílios não consumidores.

Quando comparados segundo o consumo de todos os grupos de alimentos, os domicílios consumidores de PRG apresentam maior consumo de frutas, hortaliças, produtos industrializados, lipídios de adição e bebidas não alcoólicas do que os domicílios não consumidores.

O principal padrão alimentar dos domicílios consumidores é caracterizado por alimentos tradicionalmente utilizados pela população brasileira (arroz, massas, produtos de panificação, leguminosas, leite e derivados, lipídios de adição e açúcares e doces).

Os domicílios não consumidor de PRG apresentaram o padrão misto como principal padrão alimentar, sendo composto por produtos de origem animal e vegetal (batatas, raízes e tubérculos, hortaliças, frutas, carnes e ovos).

7. BIBLIOGRAFIA²⁵

- Abusabha R, Hsieh KH, Achterberg C. Dietary fat reduction strategies used by a group of adults aged 50 years and older. **J Am Diet Assoc.** 2001; 101(9):1024-1030.
- ACNielsen. **O que pensa o consumidor? Mudanças no mercado brasileiro** 2001.
- Advanced do software para análise estatística SPSS for Windows** [programa de computador]. Versão 10.0 São Paulo: SPSS; 1999.
- Alves ELG, Vieira JLT. Evolução do Padrão do Consumo Alimentar da Cidade de São Paulo. 1978. **Pesq. Plan Econ.** 8(3):727-56.
- Alves ELG. Nível Alimentar, Renda e Educação. In: **Seminário Brasileiro sobre Economia da Nutrição**; Fev de 1977; Recife, Brasil. São Paulo: FIPE/USP. p17-44.
- Alves, U. **Fabricantes cortam lucros para aumentar as vendas.** Gazeta Mercantil, 28 de fevereiro de 1994.
- [ADA] American Dietetic Association. Position of the American Dietetic Association: Fat Replaces. **J Am Diet Ass** 1998; 98(4),.
- Asp EH. Factors affecting food decisions made by individual consumers. **Food Policy.** 1994;24;287-294.
- [ABIA] Associação Brasileira da Indústria de Alimentos. **Hábitos e Atitudes do Consumidor de Produtos Dietéticos e de Baixo Teor de Gordura.** São Paulo. 1996 [Apostila adquirida na ABIAD].
- [ABRAS] Associação Brasileira de Supermercados. **1º Estudo anual do setor de supermercados.** 1998, São Paulo: Superhiper; 279:Suplemento.
- Ataíde, M.C. **Mercado de “diet” deve crescer 15% em 1992.** Diário do Comércio e Indústria, 16 de maio de 1992.
- Bacoccina, D. **Cresce Mercado de “Produtos Saudáveis”** O Estado de São Paulo, Caderno Economia, 28 de maio de 1996.
- Becker W. Comparability of household and individual food consumption data – evidence from Sweden. **Pub H Nutr** 2001; 4(5B):1131-1132.
- Bellisle F, Assis MAA, Fieux B, Preziosi P, Galan P, Guy-Grands B, Hercberg. Use of “light” foods and drinks in french adults: biological, anthropometric and nutritional correlates. **J Hum Nutr Dietet** 2001; 14:191-206.
- Bellisle F, Rolland-Cachera MF, Deheeger M, Preziose P, Hercberg S. Intake of “low-fat” foods in a representative sample of the Paris area: anthropometric, nutritional and socio-demographic correlates. **J Hum Nutr Diet** 1994; 7:335-346.

²⁵ A lista de referência e as citações bibliográficas do texto seguem a metodologia adotada na Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo.

- Bertasso BF. **O consumo alimentar em regiões metropolitanas brasileiras – análise da pesquisa de orçamentos familiares/IBGE**. Piracicaba; 2000. [Dissertação de Mestrado – Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz – USP].
- Biró et al. Selection of methodology to assess food intake. **Eur J Clin Nutr**. 2002; 56(2): 25-23.
- Bleil SI. O Padrão Alimentar Ocidental: considerações sobre a mudança de hábitos no Brasil. **Cadernos de Debate** 1998; vol. VI.
- Blundell Je, Cooling J. High-fat and low-fat (behavioural) phenotypes: biology or environment? **Proc Nut Soc** 1999; 58:773-777,.
- Bray GA, Popkin BM. Dietary fat affects obesity rate. **Am J Clin Nutr** 1999;70:572 (latter)
- Bray GA, Popkin BM. Replay to R Sichieri. **Am J Clin Nutr**. 2000:204-206 (latter).
- Brito, D. **Mais saúde e menos calorias**. Superhiper, dezembro de 1998.
- Byrd-Bredbenner C, Lagiou P, Trichopoulou A. a comparison of household food availability in 11 countries, **J Hum Nutr Diet** 2000;13:197-204.
- Caballero B, Rubinstein S. Environmental factors affecting nutritional status in urban of developing countries. **Arch. Latin Nut** 1997; 47(2, S-1).
- Campino ACC, Cacciamali MC, Cyrillo DC. Evolução do padrão alimentar no município de São Paulo 1972- 1982. **Hig Alim** 1985; 4(2): 110128.
- Cândido LMB, Campos A M. **Alimentos para fins especiais: Dietéticos**. São Paulo. Varela, 1995.
- Carmo HCE. Pesquisa de Orçamentos Familiares 98-99: principais resultados. **Informações FIPE**. 1999; 12-23.
- Casotti L, Ribeiro A, Santos C, Ribeiro P. Consumo de alimentos e nutrição: dificuldades práticas e teóricas. **Cadernos de Debate** 1998; vol. VI, PÁGINA
- Castellucci CMN, Sampaio GR. Avaliação crítica do uso de substituto de gordura e seu papel na prevenção de doenças crônicas não transmissíveis. In: Torres EAFS. **Alimentos do Milênio**. São Paulo: Signus; 2002. p51-70.
- Castro IR. **Vigilância alimentar e nutricional: limitações e interfaces com a rede de saúde**. Rio de Janeiro: FIOCRUZ. 1995, 108p.
- Castro JFG. **Padrões de consumo alimentar e índice de massa corporal nas regiões nordeste e sudeste do Brasil**. Rio de Janeiro; 2001. [Dissertação de Mestrado – Instituto de Medicina Social - UERJ].
- Chesher A. Diet Revealed?: Semiparametric Estimation of nutrient Intake-Age Relationships. **J Statist Soc**.1997; 160:389-428.
- Coelho, E. **logurtes diet garantem lucro na crise**. O Estado de São Paulo, Caderno Economia, 06 de novembro de 1990.

Coitinho DC et al.. **Condições nutricionais da população brasileira: adultos e idosos**. Brasília: INAN, 1991.

Drewnowski A, Popkin BM. The Nutrition Transition: New Trends in the Global Diet. **Nutr Rev** 1997; 55(2): 31-43.

Engel JF, Blackwell RD, Miniard PW. **Consumer behavior**. 8th ed. Ed. New York, 1995.

Faganello CRF. **Disponibilidade de energia e nutrientes para a população das regiões metropolitanas de Recife e São Paulo**. Piracicaba; 2002. [Dissertação de Mestrado – Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz – USP].

Ferraz RG. **Comportamento do consumidor frente à informação nutricional em rotulagem de produtos alimentícios – um estudo no varejo de Belo Horizonte/MG**. Viçosa; 2001. [Dissertação de Mestrado – Departamento de Tecnologia de Alimentos – UFV].

Fisberg RM, Villar BS. **Manual de Receitas e Medidas Caseiras para Cálculo de Inquérito Alimentares**. São Paulo: Signus, 2002.

Fonseca MCP. **Atitude dos consumidores com relação à compra de hortifrútícolas em varejistas na cidade de Campinas –SP**. Campinas, 1999 [Dissertação de Mestrado – Universidade Estadual de Campinas].

Fontin et al. Caloric compensation for lunches varying in fat and carbohydrate content by humans in a residential laboratory. **Am J Clin Nutr**. 1990;52:969-980.

[FAO] Food and Agriculture Organization. **Conducting small-scale nutrition survey: A field manual**. Nº 5. Rome; 1990.

[FMI] Food Marketing Institute e Associação Latino-Americana de Supermercados. **Tendências no Brasil. Atitudes do consumidor e o Supermercado**. 1999.

Galeazzi MA. Aplicações e limitações ao uso das pesquisas de orçamentos familiares. In: **Consumo Alimentar: As Grandes Bases**. 31/05 a 1/06/1999. Rio de Janeiro. Instituto Danone. 2000. p63-72

Garcia RDW. A culinária subvertida pela ordem terapêutica: um modo de se relacionar com a comida. **Simpósio Sul-Brasileiro de alimentação e nutrição: História, Ciência e Arte**. 26 a 28 de abril de 2000. Florianópolis.

Gatenby SJ, Aaron JI, Jack VA, Mela DJ. Extended use of food modified in fat sugar content: nutritional implication in a free-living female population. **Am J Clin Nutr**. 1997;65:1867-73.

Geiger CJ. Health claims: history, current regulatory status and consumer research. **J Am Diet Assoc**. 1998; 98(11):1312-1322.

Gershoff SN. Nutrition evaluation of dietary fat substitutes. **Nut Rev** 1995; 53(11): 605-13.

Gibson RS. **Principles of Nutritional Assessment**. New York: Oxford University Press; 1990.p 21-33.

Gomes, M.T.. **A milionária leveza da comida**. Revista Exame, 4 de agosto de 1993.

Green SM, Burley VJ, Blundell JE. Effect of fat and sucrose-constaining food on the size of eating episodes and energy intake in lean males: Potential for causing overconsumption. **Euro J Clin Nutr**. 1994;48:547-555.

Hair JF, Anderson RE, Tatham RL, Black WC. **Multivariate data analysis with readings**. 4th ed. New Jersey: Prentice Hall; 1995. p.364-404.

Harrison G. Reducing dietary fat: Putting theory into practice – Conference summary. **J Am Diet Assoc**. 1997; 97(S7):S93-96.

Hosmer DW, Lemeshow S. **Applied logistic regression**. New York: John Wiley; 1989.

Hu FB et al. Reproducibility and validity of dietary patterns assessed with a food-frequency questionnaire. **Am J Clin Nutr** 1999; 69: 243-9.

Hu FB, Rimm EB, Stampfer MJ, Ascherio A, Spiegelman D, Willett WC. Prospective study of major dietary patterns and risk of coronary heart disease in men. **Am J Clin Nutr** 200;72: 912-21.

[IBGE] Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 1995-1996**. Consumo Alimentar Domiciliar Per Capita. Vol. 2. Rio de Janeiro.1998.

Instituto Danone. **Consumo alimentar: as grandes bases de informação**: Simpósio. São Paulo: Instituto Danone, 2000.

Jacobson HN, Stanton JL. Pattern Analysis in Nutrition. **Clin Nutr** 1986; 5(6):249- 253.

Keenan DP et al. Use of qualitative and quantitative methods to define behavioral fat-reduction strategies and relationship to dietary fat reduction in the Patterns of dietary Change Study. **J Am Diet Assoc** 1996; 96:1245-1250,1253.

Kennedy ET, Shanthy AB, Powell R. Dietary-fat intake in the US population. **J Am Coll Nutr**. 1999;18(3):207-212.

Kinsey JD. Food and families socioeconomic status. **The Journal of Nutrition**. 1994; 124:S1878-1885.

Kotler R P. **Administração de marketing**. Ed: Prentice Hall, São Paulo, 2000. p.764.

Kritchevsky D. History of recommendation to the public about dietary fat. **J. Nut**. 1998; 128: 421s-422s.

Lagiou P, Trichopoulou A and DAFNE contributors. The DAFNE initiative: the methodology for assessing dietary patterns across Europe using household budget survey data. **Pub H Nutr** 2001; 4(5B):1135-42.

Lauber RP, Sheard N. The American Heart association dietary Guidelines for 2000: a summary report. **Nutrition Reviews**. 2001;59(9):298-306.

Lichtenstein et al. Dietary fat consumption and health. **Nutrition Reviews**. 1998; 56(5):3-18.

Lima Filho DO. **Valor percebido e o comportamento do consumidor de supermercado: um estudo exploratório em uma média cidade brasileira**. São Paulo, 1999 [Tese de Doutorado – Fundação Getúlio Vargas].

Lotufo PA. A medicina baseada nos brasileiros. **Arq Bras Cardiol** 2001; 76(5): 419-20.

Luna NMM, Teixeira. **Técnica Dietética Fator de Correção em alimentos de Origem Animal e Vegetal**. Cuiabá: Studio Press Editora e Comunicação LTDA, 1996.

Luna NMM. **Técnica Dietética Pesos e Medidas em Alimentos**. Cuiabá: EdUFMT, 1995.

Lustosa TQO. Para que servem os dados sobre consumo alimentar. In: **Consumo Alimentar: As Grandes Bases**. 31/05 a 1/06/1999. Rio de Janeiro. Instituto Danone. 2000. p53-62.

Lyle, B.J., McMahon, K.E., Kreutler, P.A.. Assessing the Potential Dietary Impact of Replacing Dietary Fat with Other Macronutrients. **J Nutr** 1992; 122, 211-216.

Madureira, D., **Produtos “diet” engordam vendas**. Gazeta Mercantil, Empresas e Carreiras, 03 de setembro de 1998.

Martinez ME, Marshall JR, Sechrest L. Invented Commentary: Factor Analysis and the Search for Objectivity. **Am J Epidemiol**. 1998; 148(1):17-19.

Martins E. **Variações no consumo de alimentos no Brasil de 1974/75 a 1987/88**. Piracicaba; 1998. [Dissertação de Mestrado – Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz – USP].

Maskarinec G, Novotny R, Tasaki K. Dietary patterns are associated with body mass index in multiethnic women. **J Nutr**. 2000; 130:3068-72.

McCann BS et al. Promoting adherence to low-fat, low-cholesterol diets: Review and recommendations. **J Am Diet Assoc**. 1990; 90(10):1408-1417.

McMahon KE. Consumer nutrition and food safety trends 1996. **Nutrition Today**. 1996;31(1):19-23.

Mela Dj. Food choice and intake: the human factor. **Proceedings of the Nutrition Society** 1999; 58, 513-521.

Mela, D.J. Fat and sugar substitute: Implications for dietary intakes and energy balance. **Proceedings of the Nutrition Society** 1997; 56, 827-840.

Mela, DJ. The basis of dietary fat preferences. **Trends in Food Science & Technology**, Cambridge, 1990; 1 (3):71-3, Sept.

Ministério da Saúde. **Estudo Multicêntrico sobre Consumo Alimentar**. 1997.

Ministério da Saúde. **Secretaria de Vigilância Sanitária**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Imprensa Nacional. D.F, sexta-feira, 16 de janeiro de 1998a.

Ministério da Saúde. **Secretaria de Vigilância Sanitária**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Imprensa Nacional. D.F, sexta-feira, 13 de janeiro de 1998.

Mondini L, Monteiro CA. Mudanças no padrão alimentar. In: Monteiro CA. **Velhos e novos males da saúde no Brasil – a evolução do país e de suas doenças**. 2ª ed. São Paulo: Hucitec, Nupens/USP; 2000. p.79-89.

Monteiro CA, Benício MHD'A, Conde WL, Popkin BM. Shifting obesity trends in Brazil. **Eur J Clin Nutr** 2000^a; 54: 342-346.

Monteiro CA, Conde WL. Evolução da obesidade nos anos 90: a trajetória da enfermidade segundo estratos sociais no nordeste e sudeste do Brasil. In: Monteiro CA. **Velhos e novos males da saúde no Brasil – a evolução do país e de suas doenças**. 2ª ed. São Paulo: Hucitec, Nupens/USP; 2000. p.421-31.

Monteiro CA, Mondini L, Costa RBL. Mudanças na composição e adequação nutricional da dieta familiar nas áreas metropolitanas do Brasil entre 1988 e 1996. In: Monteiro CA. **Velhos e novos males da saúde no Brasil – a evolução do país e de suas doenças**. 2ª ed. São Paulo: Hucitec, Nupens/USP; 2000. p.359-74.

Monteiro, CA, conde W L, Popkin BM. Independent effects of income and education on the risk of obesity in the brazilian adult population. **J Nutr**. 2001; 131:881S-886S.

National Cholesterol Education Program. Detection, evaluation, and treatment of high blood cholesterol in adults (Adult treatment panel II). **Circulation**. 1994; 89(3):1330-1445.

Nayga Jr RM, Lipinski D, Savur N. Consumers' use of nutritional labels while shopping and at home. **The Journal of Consumer Affairs**. 1998; 32(1):106-120.

Neuhouser ML, Kristal AR, Patterson RE. Use food nutrition labels is associated with lower fat intake. **J Am Diet Assoc**. 1999;99(1):45-53.

Nicklas TA, Weber LS, Thompson B, Berenson G. A multivariate model for assessing eating patterns and their relationship to cardiovascular risk factor: the Bolalusa Herat Study. **Am Clin Nutr**. 1989; 49:1320-7.

Oliveira JED. Prefácio. In: **Consumo Alimentar: As Grandes Bases**. 31/05 a 1/06/1999. Rio de Janeiro. Instituto Danone. 2000.

Oliveira SP, Thébaud-Mony A. Estudo do consumo alimentar: em busca de uma abordagem multidisciplinar. **Rev Saúde Pública** 1997; 31(2):201-208.

Oliveira SP, Thébaud-Mony A. Hábitos e Práticas alimentares em três localidades da cidade de São Paulo. **Rev Nutr Camp** 1998; 11(1): 37-50.

Oliveira SP. Changes in food consumption in Brazil. **Arch. Latin Nut** 1997; 47(2, S-1).

Osler M, Heitmann BL, Gerdes LU, Jorgensen LM, Schroll M. Dietary patterns and mortality in Danish men and women: a prospective observational study. **British J Nutr** 2001;85:219-25.

Pereira JCR. **Análise de Dados Qualitativos: Estratégias Metodológicas para as Ciências da Saúde, Humanas e Sociais**. Edusp, São Paulo, 1999.

Peterson S et al. Impact of adopting lower-fat food choices on energy and nutrient intakes of American adults. **J Am Diet Assoc.** 1999; 99(2):177-183.

Philippi ST, Szarfarc SC, Latterza AR. **Virtual Nutri** [Programa de Computador]. Versão 1.0 for windows. São apulo: Departamento de Nutrição da Faculdade de Saúde Pública da USP;1996.

Pindyck RS, Rubinfeld DL. **Microeconomia**. São Paulo: Makron Books; 1994.p 87.

Pinheiro ABV, Lacerda EMA, Benzecry EH, Gomes MCS, Costa VM. **Tabela de Avaliação de Consumo Alimentar em Medidas Caseiras**. Rio de Janeiro: Produção Independente, 1993.

Popkin BM, Richards MK, Monteiro CA. Stunting is Associated with overweight in children of four nations that are undergoing the nutrition Transition. **J. Nut** 1996; 126:3009-16.

Popkin BM, Bisgrove EZ. Urbanization and nutrition in low-income countries. **Food Nut Bull** 1988; 10(1): 3-23.

Popkin BM, Collen MD. The obesity epidemic is a worldwide Phenomenon. **Nutr Rev** 1998; 56(4): 106-114.

Proença RPC. Desafios contemporâneos com relação à alimentação humana. **Nutrição em Pauta**. 2002, jan:32-36.

Randall E, Marshall JR, Graham S, Brasure J. Patterns in food use their associations with nutrient intake. **Am J Clin Nutr.** 1990; 52: 739-45.

Robertson TS. **Consumer behavior**. 3th ed. USA: Foresman Series in Marketing; 1984. p.534.

Rocha S. As Pesquisas Nacionais sobre Consumo no Brasil: Objetivos e Aplicações. In: **Consumo Alimentar: As Grandes Bases**. 31/05 a 1/06/1999. Rio de Janeiro. Instituto Danone. 2000. p11-18.

Rosenberg I H, Taylor MR. Editors. The role of fat-modified foods indietary change: a Tufts University dialogue Conference. **Nutrition Rewiews**. Boston: 56(5); 1998.

- Russo JE et al. Nutrition information in supermarket. **J Cons Res**. 1986;3(6):48-70.
- Schewerin HS et al. Food, eating habits, and health: a further examination of the relationship between food eating patterns and nutritional health. **Am J Clin Nutr**. 1982; 35:1319-25.
- Schwartz NE, Borba S. What do consumers really think about dietary fat? **J Am Diet Assoc** 1997; 97 (suppl): S73-S75.
- Serra Majem Li, Evaluación Del consumo de alimentos em poblaciones. Encuestas alimentarias. In: Serra Majem Li, Bartrina JA, Verdú AM. **Nutrición Y Salud Peublica: Métodos, Bases Científicas Y Aplicaciones**. Barcelona: Masson; 1995.
- Serra Majem L. Food availability and consumption at national, household and individual levels: implications for food-based dietary guidelines development. **Pub H Nutr** 2001; 4(2B):673-76.
- Shelt JW, Mattal B, Newman BJ. **Customer behavior. Consumer behavior and beyond**. Hardcourt Brace Company; 1999. Researching Customer Behavior; p.467-511.
- Shepherd R. Social determinants of food choice. **Proc Nutr Soc** 1999; (58): 807-812.
- Sichieri R. Castro JF, Moura AS. Fatores associados ao padrão de consumo alimentar da população brasileira urbana. **Cad Saúde Públ** 2002; 18:109-118.
- Sichieri R. dietary patterns and their association with obesity in the Brazilian city of Rio de Janeiro. **Obesity Research** 2002; 10(1):1-7.
- Sichieri R. **Epidemiologia da Obesidade**. EdUERJ. Rio de Janeiro. 1998.
- Sichieri R. et al. Variações temporais do estado nutricional e do consumo alimentar no Brasil. **Physis**. 1997; 7(2): 31-50.
- Sichieri R. Is fat intake important in public health control of obesity? **Am J Clin Nutr**. 2000:203-4 (latter).
- Sichieri R. Is fat intake important in the public health control of obesity? **Am J Clin Nutr** 2000;72(1):203-4.
- Sigman-Grant M. Can you have your low-fat cake and eat it too? The role of fat-modified products. **J Am Diet Assoc**. 1997; 97(S7):S76-81.
- Silva EM. Pesquisas de Orçamentos Familiares: Características Gerais. In: **Consumo Alimentar: As Grandes Bases**. 31/05 a 1/06/1999. Rio de Janeiro. Instituto Danone. 2000. p39-46.
- Sjötröm M, Stockley L. Toward public health nutrition strategies in the European Union to implement food based dietary guidelines and to enhance healthier lifestyles. **Pub H Nutr** 2001;4(2A): 307-24.

Slatetry ML, Boucher KM, Caan BJ, Potter JD, Ma K. Eating patterns and risk of colon cancer. **Am J Epidemiol** 1998; 148:4-16.

Smith-Schneider LM, Sigman-Grant MJ, Kris-Etherton PM. Dietary fat reduction strategies. **J Am Diet Assoc**. 1992; 92(1):34-38.

[SPSS] Software para Análise Estatística SPSS for Windows [programa de computador]. Versão 6.1. Chicago: SPSS Inc, 1994.

Spers EE. **Preferência do consumidor por atributos de segurança: aplicação de Conjoint Analysis**. Piracicaba, 1998 [Dissertação de Mestrado – Escola Superior Luiz de Queiroz – USP].

Stanton WJ. **Fundamentos de Marketing**. 2ª ed. São Paulo: Pioneira. 1980. p.340.

The process of nutrition education – a model for effectiveness. **J Nutr Educ**. 1985; 17(2S):1-7.

The Process of nutrition education – a model for effevtiveness. **Jornal of Nutrition Education**. 1985; 17(S2):S1-7.

Trichopoulou A, Naska A. The DAFNE Initiative [Introduction]. **Pub H Nutr** 2001; 4(5B):1131-1132.

Trichopoulou A. Monitoring food intake in europe: A food data bank based on household budget survey. **Eur J Clin Nutr**. 1992; 46(S5):S3-S8.

Trichopoulou D, Lagiou P. Dietary patterns and mortality. **British J Nutr**. 2001;85:133-134.

Vannucchi H et al. Aplicações das recomendações nutricionais adaptadas à população brasileira. **Cadernos de Nutrição**. 1990 (2) falta.

Vasconcellos MTL. **Análise dos Métodos de Avaliação Nutricional de Populações a partir de Dados de Consumo Familiar de energia**. Rio de Janeiro; 2001. [Doutorado – Escola nacional de Saúde Pública da fundação Oswaldo Cruz].

Viacava F, Figueiredo CMP, Oliveira WA. **A desnutrição no Brasil**. Petrópolis: Editora Vozes; 1983. p5-15.

Villardaga V. Prateleiras abrem espaço para produtos “light”. **Gazeta Mercantil**, 16 de outubro de 1997.

Welch RW, Mitchell PC. Food processing: a century of change. **British Medical Bulletin**; 2000; 56(1):1-17.

Willet W, Buzzard M. Foods and nutrientes. In: Willet W. **Nutrition Epidemiology**. 2nd ed. New York: Oxford University Press; 1998.

Willet W. Dietary fat and obesity: an uncovincing relation. **Am J Clin Nutr** 1998; 68:1149-50.

Willet W. **Nutrition Epidemiology**. 2nd ed. New York: Oxford University Press; 1998a. Diet and coronary heart disease. p.414-466.

Willett W. Reply to GA Bray and BM Popkin. **American Journal of Clinical Nutrition**. 2000; 70(4):573(letter).

Willett W. Reply to R Sichieri. **Am J Clin Nutr**. 2000; 68:1149-50 (letter).

Wyllie-Rosett J. Fat substitutes and health an advisory from the nutrition committee of the American Heart Association. **Circulation**. 2002; 105:2800-2804.

Zimmet PZ e col. The global epidemiology of non-insulin dependent diabetes mellitus and the metabolic syndrome. **J Diab Comp** 1997; 11:60-8.

Zintzaras E, Kanellou A, Trichopoulou A, Nelson M. The validity of household budget survey (HBS) data: estimation of individual food availability in na epidemiological context. **J Hum Nutr Dietet** 1997; 10: 53-62.

ANEXO 1

PESQUISA DE DESPESAS FAMILIARES

CARACTERIZAÇÃO DO DOMICÍLIO - CD

DATA DO 1o. CONTATO: ____/____/____

N. DOM.: ____/____

ESTE FORMULÁRIO COMPREENDE OS SEGUINTE DADOS:

- * UNIDADE DE CONSUMO
- * DOMICILIADOS
- * RENDA DO DOMICÍLIO
- * FREQUÊNCIA DE GASTOS E AQUISIÇÕES NO DOMICÍLIO

NOME DO DOMICILIADO: _____ No. DE ORDEM: _____

ENDEREÇO: _____

USO INTERNO

ENT.: _____	N.: _____
SUP.: _____	N.: _____
IMP.: _____	N.: _____
COD.: _____	N.: _____

PLANTÃO TELEFÔNICO

814-3122
814-3434
814-3277

IDENTIFICAÇÃO DA UNIDADE DE CONSUMO

2

CD	1. POSSE
	ALUGADA
	PRÓPRIA QUITADA
	PRÓPRIA FINANCIADA
	CEDIDA
	OUTROS: _____

CD	2. TIPO DE UNIDADE
	CASA TÉRREA
	SOBRADO
	APARTAMENTO
	BARRACO
	OUTROS: _____

CD	3. FORMA DE OCUPAÇÃO
	FAMÍLIA
	PENSÃO
	REPÚBLICA
	CORTIÇO
	OUTROS: _____

CD 4. DEPENDÊNCIAS DO DOMÍLIO			
QUANTIDADE DE CÔMODOS	DORMITÓRIO		QUINTAL
	COZINHA		DORM/EMPREG.
	SALA		BANHEIRO/EMPREG.
	BANHEIRO		BANHEIRO EXTERNO
	LAVABO		OUTROS(ESPEC.)
	LAVANDERIA		
	COPA		
	GARAGEM		

CD 5. RENDA FAMILIAR
R\$ _____
OBS.: _____

RELAÇÃO COM O CHEFE DA CASA
A - CHEFE
B - CÔNJUGE
C - FILHO
D - PAIS
E - SOGRO
F - OUTROS PARENTES
G - AGREGADO
H - PENSIONISTA
I - EMPREGADO RESIDENTE
J - IND. EM DOM. COLETIVO

CD 6. CARACTERIZAÇÃO DOS DOMICILIADOS

N. O R D E M	PRENOME	RELAÇÃO COM O CHEFE DA CASA	SEXO	ID A D E	GRAU DE ESCOLA- RIDADE	CUR- SANDO		ESC. PÚ- BLI- CA	ESC. PAR- TICU- LAR
						S I M	N Ã O		
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									

OBS.: _____

SEXO	IDADE
1 - MASCULINO	xx A = ANOS
2 - FEMININO	xx M = MESES

GRAU DE ESCOLARIDADE
1 - AINDA NÃO FREQUENTA
2 - BERÇÁRIO / MATERNAL
3 - PRÉ-ESCOLA
4 - PRIMÁRIO INCOMPLETO
5 - PRIMÁRIO COMPLETO
6 - 1o. GRAU INCOMPLETO
7 - 1o. GRAU COMPLETO
8 - 2o. GRAU INCOMPLETO
9 - 2o. GRAU COMPLETO
10 - SUPERIOR INCOMPLETO
11 - SUPERIOR COMPLETO
12 - PÓS-GRADUAÇÃO
13 - ANALFABETO
14 - OUTROS (ESPECIFICAR)

FREQUÊNCIA DE GASTOS NOS ESTABELECIMENTOS

ESTABELECIMENTO	DIÁRIA	SEMANAL	QUINZ.	MENSAL	BIM.	TRIM.	SEM.	ANUAL	NÃO TEM FREQ.
AÇOUGUE									
BAR									
FEIRA									
LOJAS DE ROUPAS									
LOJAS DE UTIL. DOM.									
MERCEARIA									
PADARIA									
SACOLÃO/VAREJÃO									
SHOPPING									
SUPERMERCADO									
OUTROS:									

NOME E ENDEREÇO DOS DOIS SUPERMERCADOS E SHOPPING'S CENTERS MAIS FREQUENTADOS:

1o. SUPERMERCADO NOME: _____ END.: _____

2o. SUPERMERCADO NOME: _____ END.: _____

1o. SHOPPING CENTER NOME: _____

2o. SHOPPING CENTER NOME: _____

OBS.: _____

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO (LUZ ELÉTRICA)

01 - QUANTAS FAMÍLIAS VIVEM SOB O MESMO RELÓGIO?

--	--

02 - QUANTAS FAMÍLIAS VIVEM NO MESMO LOTE?

--	--

03 - ESSAS FAMÍLIAS OCUPAM CASAS COM
ENTRADAS INDEPENDENTES?

- 1. SIM
- 2. NÃO

--

04 - ESSAS FAMÍLIAS PAGAM ALUGUEL?

- 1. SIM, ALGUMAS
- 2. SIM, TODAS
- 3. NÃO, IMÓVEL INVADIDO (PASSE PARA 6)
- 4. NÃO, IMÓVEL CEDIDO (PASSE PARA 6)
- 5. NÃO, SÃO PROPRIETÁRIAS (ENCERRE)

--

05 - O ALUGUEL PAGO REFERE-SE A:

- 1. APENAS CÔMODOS
- 2. CÔMODOS E CASAS INDEPENDENTES
- 3. CASAS INDEPENDENTES
- 4. VAGAS SEM PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS
- 5. VAGAS COM PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS
- 6. CÔMODOS E VAGAS S/PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS
- 7. CÔMODOS E VAGAS C/PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS
- 8. NDA

--

06 - HÁ USO COMUM DE INSTALAÇÕES SANITÁRIAS?

- 1. NÃO (ENCERRE)
- 2. SIM, TODAS
- 3. SIM, ALGUMAS

--

OBS.: _____

PESQUISA DE DESPESAS FAMILIARES

FORMULÁRIO INDIVIDUAL - FI1

SEMANA DE ____ / ____ / ____ A ____ / ____ / ____

N. DOM.: _____ N. DA SEMANA: _____

ESTE FORMULÁRIO COMPREENDE OS GASTOS EM:

- ALIMENTAÇÃO (FORA DO DOMICÍLIO)
- FUMO E BEBIDAS
- HIGIENE E BELEZA
- JORNAIS E REVISTAS AVULSOS
- JOGOS
- GASTOS COM CORRESPONDÊNCIAS DOMICILIARES
- INTERURBANOS E FICHAS TELEFÔNICAS
- FLORES E PLANTAS
- TRANSPORTES COLETIVOS
- COMBUSTÍVEIS
- ESTACIONAMENTO
- LAVANDERIA
- EVENTOS RECREATIVOS

NOME DO DOMICILIADO: _____ No. DE ORDEM: _____

ENDEREÇO: _____

USO INTERNO

ENT.: _____	N.: _____
SUP.: _____	N.: _____
IMP.: _____	N.: _____
COD.: _____	N.: _____

PLANTÃO TELEFÔNICO

814-3122
814-3434
814-3277

OBS.: ESTE FORMULÁRIO É EXCLUSIVO DE GASTOS INDIVIDUAIS

1998

JANEIRO							FEVEREIRO							MARÇO								
S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D		
			1	2	3	4							1									
5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8	2	3	4	5	6	7	8		
12	13	14	15	16	17	18	9	10	11	12	13	14	15	9	10	11	12	13	14	15		
19	20	21	22	23	24	25	16	17	18	19	20	21	22	16	17	18	19	20	21	22		
26	27	28	29	30	31		23	24	25	26	27	28		23	24	25	26	27	28	29		
														30	31							
ABRIL							MAIO							JUNHO								
S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D		
			1	2	3	4					1	2	3			1	2	3	4	5	6	7
6	7	8	9	10	11	12	4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12	13	14		
13	14	15	16	17	18	19	11	12	13	14	15	16	17	15	16	17	18	19	20	21		
20	21	22	23	24	25	26	18	19	20	21	22	23	24	22	23	24	25	26	27	28		
27	28	29	30				25	26	27	28	29	30	31	29	30							
JULHO							AGOSTO							SETEMBRO								
S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D		
			1	2	3	4					1	2				1	2	3	4	5	6	
6	7	8	9	10	11	12	3	4	5	6	7	8	9	7	8	9	10	11	12	13		
13	14	15	16	17	18	19	10	11	12	13	14	15	16	14	15	16	17	18	19	20		
20	21	22	23	24	25	26	17	18	19	20	21	22	23	21	22	23	24	25	26	27		
27	28	29	30	31			24	25	26	27	28	29	30	28	29	30						
							31															
OUTUBRO							NOVEMBRO							DEZEMBRO								
S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D		
			1	2	3	4						1				1	2	3	4	5	6	
5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8	7	8	9	10	11	12	13		
12	13	14	15	16	17	18	9	10	11	12	13	14	15	14	15	16	17	18	19	20		
19	20	21	22	23	24	25	16	17	18	19	20	21	22	21	22	23	24	25	26	27		
26	27	28	29	30	31		23	24	25	26	27	28	29	28	29	30	31					
							30															

FERIADOS E DIAS SANTIFICADOS EM 1998

1º de Janeiro	- Ano Novo	29 de Junho	- São Pedro
6 de Janeiro	- Reis Magos	15 de Agosto	- Ass. de N. Senhora
24 de Fevereiro	- Carnaval	7 de Setembro	- Indep. do Brasil
25 de Fevereiro	- Cinzas	12 de Outubro	- N. Sra. Aparecida
10 de Abril	- Paixão	1º de Novembro	- Todos os Santos
11 de Abril	- Aleluia	2 de Novembro	- Finados
12 de Abril	- Páscoa	15 de Novembro	- Procl. da República
21 de Abril	- Trindades	8 de Dezembro	- N. Sra. Conceição
1º de Maio	- Dia do Trabalho	25 de Dezembro	- Natal
21 de Maio	- Ascensão do Senhor	31 de Dezembro	- São Silvestre
11 de Junho	- Corpus Christi		

1999

JANEIRO							FEVEREIRO							MARÇO							ABRIL								
S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D		
				1	2	3	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7					1	2	3	4	
4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12	13	14	8	9	10	11	12	13	14	5	6	7	8	9	10	11		
11	12	13	14	15	16	17	15	16	17	18	19	20	21	15	16	17	18	19	20	21	12	13	14	15	16	17	18		
18	19	20	21	22	23	24	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	19	20	21	22	23	24	25		
25	26	27	28	29	30	31	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31					26	27	28	29	30				
MAIO							JUNHO							JULHO							AGOSTO								
S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D		
				1	2		1	2	3	4	5	6				1	2	3	4								1		
3	4	5	6	7	8	9	7	8	9	10	11	12	13	5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8		
10	11	12	13	14	15	16	14	15	16	17	18	19	20	12	13	14	15	16	17	18	9	10	11	12	13	14	15		
17	18	19	20	21	22	23	21	22	23	24	25	26	27	19	20	21	22	23	24	25	16	17	18	19	20	21	22		
24	25	26	27	28	29	30	21	22	23	24	25	26	27	19	20	21	22	23	24	25	23	24	25	26	27	28	29		
31							28	29	30					26	27	28	29	30	31		30	31							
SETEMBRO							OUTUBRO							NOVEMBRO							DEZEMBRO								
S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D		
				1	2	3	4	5			1	2	3	1	2	3	4	5	6	7					1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12	4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12	13	14	6	7	8	9	10	11	12		
13	14	15	16	17	18	19	11	12	13	14	15	16	17	15	16	17	18	19	20	21	13	14	15	16	17	18	19		
20	21	22	23	24	25	26	18	19	20	21	22	23	24	22	23	24	25	26	27	28	20	21	22	23	24	25	26		
27	28	29	30				25	26	27	28	29	30	31	29	30						27	28	29	30	31				

Fenados Móveis em 99: Carnaval: 16 de Fevereiro
 Paixão: 2 de Abril
 Corpus Christi: 3 de Junho

INSTRUÇÕES PARA O PREENCHIMENTO

- .1 Temos interesse em saber **todos os gastos** realizados pelas pessoas do domicílio.Ex. compra de uma TV, esmola dada a um mendigo, gasto com cafezinho tomado na rua, pagamento do corte de cabelo, etc.
- .2 É fundamental que os gastos tenham ocorrido **durante os períodos de referência** definidos na capa de cada formulário. Considerar também como gasto o valor das compras realizadas no período com cartão de crédito.
- .3 Devem ser informados inclusive os **gastos que não beneficiem diretamente os domiciliados**. Ex.: compra de presente para um amigo, pagamento de cinema para a namorada, compra de alimento para campanha beneficente, etc.
- .4 Mesmo que o (a) Sr. (a) não saiba fornecer todos os gastos sobre uma determinada compra, **forneça** as informações que sabe. Ex.: O (a) Sr. (a) sabe informar o valor total e os itens que compõem a conta do restaurante, mas não sabe informar quanto pagou em cada item.
- .5 Qualquer pessoa poderá fazer as anotações ,mas é mais indicado que estas sejam feitas pôr aquela que efetuou os gastos, ou seja, **a pessoa que mais sabe informar**.
- .6 O item “**outros**”é muito importante: ele precedido por um grupo de produtos ou serviços homogêneos com os quais geralmente temos despesas. Caso o (a) Sr.(a) tenha tido algum tipo de gasto não citado neste grupo, descreva-o na coluna “outros”e forneça as informações solicitadas.
- .7 Se, no período de referência, o (a) Sr.(a) realizou **mais de um gasto** com o mesmo item, repita o tipo de gasto na linha reservada a “outros” e forneça as informações solicitadas. Ex.: na compra de dois pares de sapato, o primeiro será informado na linha “sapato” e o segundo na linha “outros “: sapato.
- .8 Cuidado para não repetir um gasto já informado pelo o (a) Sr.(a) ou por outra pessoa do domicílio.
- .9 Se os **espaços forem insuficientes** para o preenchimento, utilize aqueles reservados para “OBSERVAÇÕES”:
- .10 Os gastos com **menores de 14 anos** devem ser informados por seus responsáveis.
- .11 Na coluna “**local de compra**”nós desejamos saber o tipo de estabelecimento. Ex.: supermercado, feira, padaria, farmácia, loja de departamento, etc.
- .12 Se o (a) Sr. (a) realizou algum tipo de **gasto de difícil localização** no formulário ou que não conste neste, anote-o em qualquer espaço reservado a “OBSERVAÇÕES”.
- .13 Todo e qualquer tipo de **pagamento antecipado**, dentro do período de referência, que venha ser **reembolsado**, deve ser anotado. Ex.: combustível, diárias e serviços hospitalares, etc.

PLANTÃO DE INFORMAÇÕES: 814-3122/3330/3277/3434 RAMAL 103

54. ALIMENTOS

25.
25.

ALIMENTAÇÃO (FORA DO DOMICÍLIO)	QUANTIDADE CONSUMIDA NA SEMANA	VALOR PAGO		TIPO E MARCA (X Salada, Misto, Pastel de queijo, coxinha, etc)	LOCAL DE COMPRA (RESTAURANTE, LANCHONETE, BAR, ETC)	1
		POR UNIDADE	TOTAL			
REFEIÇÃO:						
POR KILO						
A LA CARTE						
SELF SERVICE						
PRATO DO DIA						
LANCHE						
SALGADO						
DOCE						
SORVETE						
OUTROS:						

120. BEBIDAS NÃO ALCÓOLICAS

BEBIDAS NÃO ALCÓOLICAS (FORA DO DOMICÍLIO)	QUANTIDADE CONSUMIDA NA SEMANA	VALOR PAGO		TIPO E MARCA (Comum, expresso, copo, garrafa, lata, água c/ gás, gatorade, etc)	LOCAL DE COMPRA (RESTAURANTE, LANCHONETE, BAR, ETC)	2
		POR UNIDADE	TOTAL			
ÁGUA MINERAL						
CAFEZINHO						
REFRIGERANTE						
BEBIDAS ISOTÔNICAS						
SUCO						
VITAMINA						
YOGURTE						
OUTRAS:						

121. BEBIDAS ALCÓOLICAS

BEBIDAS ALCÓOLICAS (FORA DO DOMICÍLIO)	QUANTIDADE CONSUMIDA NA SEMANA	VALOR PAGO		TIPO E MARCA	LOCAL DE COMPRA (RESTAURANTE, LANCHONETE, BAR, ETC)	3
		POR UNIDADE	TOTAL			
AGUARDENTE						
CERVEJA						
CHOPP						
OUTRAS:						

116. GASTOS C/ CIGARROS, ISQUEIROS E FÓSFOROS

7

CIGARROS, ISQUEIROS E FÓSFOROS	QUANTIDADE CONSUMIDA NA SEMANA	VALOR PAGO		QUANT. CIGARRRO POR MAÇO (14 OU 20)	MARCA	LOCAL DE COMPRA (RESTAURANTE, LANCHONETE, BAR, ETC)
		POR UNIDADE	TOTAL			

142/143. GASTOS COM PRODUTOS DE HIGIENE E BELEZA

178.

PRODUTOS DE HIGIENE E BELEZA	QUANTIDADE COMPRADA NA SEMANA	VALOR PAGO		TAMANHO OU VOLUME POR UNIDADE	TIPO E MARCA (Corpo, rosto, antiacnes, cintilante, etc)	LOCAL DE COMPRA
		POR UNIDADE	TOTAL			
ABSORVENTE						
PRESERVATIVO						
CREME P/ TRAT. PELE						
CREME RINSE						
SHAMPOO						
OUTROS:						
ACETONA						
CREME DE BELEZA						
ESMALTE						
TALCO						
OUTROS:						
ÁGUA DE COLÔNIA						
DESODORANTE						
PERFUME						
OUTROS:						
BASE						
BATOM						
BRONZEADOR						
LOÇÃO P/ PELE						
PÓ COMPACTO						
OUTROS:						
AP.P/BARBA DESCART.						
OUTROS:						

OBS.:

135. GASTOS COM JORNAL E REVISTAS

(AVULSO)

8

JORNAL, REVISTAS E SILIMARES AVULSOS	QUANTIDADE COMPRADA NA SEMANA	VALOR PAGO		NOME (EX: O ESTADO, FOLHA, MANCHETE, PLAYBOY, CARAS, ETC.)	LOCAL DE COMPRA
		POR UNIDADE	TOTAL		
JORNAL					
JORNAL					
REVISTA					
REVISTA					
OUTROS:					

128/148. GASTOS COM JOGOS

JOGOS	VALOR PAGO NA SEMANA	OBSERVAÇÕES EX.: (VALOR PAGO NA CONTA TELEFÔNICA)
BICHO		
BILHAR		
BINGO		
LOTERIA ESPORTIVA		
LOTERIA FEDERAL		
LOTERIA ESTADUAL		
SUPER SENA		
MEGA SENA		
QUINA		
TRINCA		
RASPADINHA		
PAPA TUDO		
TELE SENA		
OUTROS:		

148. GASTOS COM CORRESPONDÊNCIA DOMICILIAR

QTDE DE SELOS	OUTROS SERVIÇOS (Telegrama, Sedex, etc)	TOTAL GASTO COM CORRESPONDÊNCIA

148. GASTOS COM FICHAS/CARTÕES TELEFÔNICOS, LOCAL E INTERURBANO

TIPO (Fichas comum, interurbano, cartões 20, 50 ou 75 créditos)	QUANTIDADE COMPRADA (Especificar Ficha ou Cartão)	TOTAL GASTO COM FICHAS E CARTÕES

148. GASTOS COM FLORES E PLANTAS

ITEM	QUANTIDADE COMPRADA NA SEMANA	VALOR PAGO		(EX: ROSA, SAMAMBAIA, ETC.)
		POR UNIDADE	TOTAL	
FLORES				
PLANTAS				
OUTROS:				

- 1 - CPTM (LINHA OESTE)
 2 - CPTM (LINHA LESTE)
 3 - CPTM (LINHA SUL)
 4 - CPTM (LINHA NORTE)
 5 - LOTAÇÃO URBANO
 6 - LOTAÇÃO INTERMUNICIPAL
 7 - METRÔ (UTILIZAR COD. AO LADO)
 8 - ÔNIBUS COMUM
 9 - ÔNIBUS INTERMUNICIPAL
 10 - TÁXI
 11 - OUTROS (ESPEC.):

METRÔ

9

A - ESTACIONAMENTO/METRÔ	G - ÔNIBUS/METRÔ/METRÔ/ÔNIBUS (INTEGRAÇÃO)
B - CPTM/METRÔ	H - UNITÁRIO (METRÔ)
C - CPTM/METRÔ/METRÔ/CPTM	I - OUTROS (ESPEC.):
D - MÚLTIPLO 2 (METRÔ)	
E - MÚLTIPLO 10 (METRÔ)	
F - ÔNIBUS/METRÔ (INTEGRAÇÃO)	

101. GASTOS COM TRANSPORTES COLETIVOS

COD. DE MEIOS DE TRANSPORTES (consulte a tabela acima)	QUANTIDADE DE PASSAGENS	UNIDADE	VALOR TOTAL
			11

95. GASTOS COM COMBUSTÍVEL

N. DE ORDEM DO VEÍCULO	TIPO (Comum, Aditivada, Premium)	GASOLINA NA SEMANA	ÁLCOOL NA SEMANA	OUTROS:
				12

95. GASTOS COM ESTACIONAMENTO

N. DE ORDEM DO VEÍCULO	DESCRIÇÃO DOS GASTOS (Mensal c/ cob, Avulso, Banco, Shopping, outros)	VALOR PAGO NA SEMANA
		13

146. GASTOS COM SERVIÇOS DE LAVANDERIA

QUANTIDADE (KG) NA SEMANA	VALOR PAGO		TIPO DE ESTABELECIMENTO
	POR UNIDADE	TOTAL	
			14

OBS.:

128. GASTOS COM EVENTOS RECREATIVOS, CULTURAIS E LAZER

EVENTOS	QUANTIDADE TOTAL DE INGRESSOS OU FITAS NA SEMANA	TIPO (Parque do Gugu, Mônica, etc)	VALOR PAGO	
			UNIDADE	TOTAL
CINEMA Nome: _____				
FLIPERAMA				
FUTEBOL				
PARQUE DE DIVERSÃO				
SHOWS				
TEATRO				
VIDEO-LOCADORA				
OUTROS:				

OBS.: _____

PESQUISA DE DESPESAS FAMILIARES

FORMULÁRIO COLETIVO - FC1

SEMANA DE ____ / ____ / ____ A ____ / ____ / ____

N. DOM.: _____ N. DA SEMANA: _____

ESTE FORMULÁRIO COMPREENDE OS GASTOS EM:

- SUPERMERCADOS / ARMAZÉM E SIMILARES
- FEIRA / VAREJÃO E SIMILARES
- QUITANDA / VENDEDOR AMBULANTE
- AÇOUGUE / AVÍCOLA / PEIXARIA
- BAR
- PADARIA
- ROTISSERIES / MARMITARIAS / CASA DE MASSAS E SIMILARES
- RESTAURANTES
- REPAROS NO DOMICÍLIO
- CONsertos DE APARELHOS DOMÉSTICOS

NOME DO DOMICILIADO: _____ No. DE ORDEM: _____
ENDEREÇO: _____

USO INTERNO

ENT.: _____	N.: _____
SUP.: _____	N.: _____
IMP.: _____	N.: _____
COD.: _____	N.: _____

PLANTÃO TELEFÔNICO

814-3122
814-3434
814-3277

1998																											
JANEIRO							FEVEREIRO							MARÇO							ABRIL						
S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D
			1	2	3	4							1														1
5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8	2	3	4	5	6	7	8							
12	13	14	15	16	17	18	9	10	11	12	13	14	15	9	10	11	12	13	14	15							
19	20	21	22	23	24	25	16	17	18	19	20	21	22	16	17	18	19	20	21	22							
26	27	28	29	30	31		23	24	25	26	27	28		23	24	25	26	27	28	29							
MAIO							JUNHO							JULHO							AGOSTO						
S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D
			1	2	3	4							1	2	3												
6	7	8	9	10	11	12	4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12	13	14							
13	14	15	16	17	18	19	11	12	13	14	15	16	17	15	16	17	18	19	20	21							
20	21	22	23	24	25	26	18	19	20	21	22	23	24	22	23	24	25	26	27	28							
27	28	29	30				25	26	27	28	29	30	31	29	30												
SETEMBRO							OUTUBRO							NOVEMBRO							DEZEMBRO						
S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D
			1	2	3	4							1	2	3												
6	7	8	9	10	11	12	3	4	5	6	7	8	9	7	8	9	10	11	12	13							
13	14	15	16	17	18	19	10	11	12	13	14	15	16	14	15	16	17	18	19	20							
20	21	22	23	24	25	26	17	18	19	20	21	22	23	21	22	23	24	25	26	27							
27	28	29	30	31			24	25	26	27	28	29	30	28	29	30											
							31																				

FERIADOS E DIAS SANTIFICADOS EM 1998

1º de Janeiro	- Ano Novo	29 de Junho	- São Pedro
6 de Janeiro	- Reis Magos	15 de Agosto	- Ass. de N. Senhora
24 de Fevereiro	- Carnaval	7 de Setembro	- Indep. do Brasil
25 de Fevereiro	- Cinzas	12 de Outubro	- N. Sra. Aparecida
10 de Abril	- Paixão	1º de Novembro	- Todos os Santos
11 de Abril	- Aleluia	2 de Novembro	- Finados
12 de Abril	- Páscoa	15 de Novembro	- Procl. da Republica
21 de Abril	- Trindade	8 de Dezembro	- N. Sra. Conceição
1º de Maio	- Dia do Trabalho	25 de Dezembro	- Natal
21 de Maio	- Ascensão do Senhor	31 de Dezembro	- São Silvestre
11 de Junho	- Corpus Christi		

1999

JANEIRO							FEVEREIRO							MARÇO							ABRIL							
S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	
				1	2	3	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7				1	2	3	4	
4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12	13	14	8	9	10	11	12	13	14	5	6	7	8	9	10	11	
11	12	13	14	15	16	17								15	16	17	18	19	20	21	12	13	14	15	16	17	18	
18	19	20	21	22	23	24	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	19	20	21	22	23	24	25	
25	26	27	28	29	30	31	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31					26	27	28	29	30			
MAIO							JUNHO							JULHO							AGOSTO							
S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	
				1	2		1	2	3	4	5	6				1	2	3	4							1		
3	4	5	6	7	8	9	7	8	9	10	11	12	13	5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8	
10	11	12	13	14	15	16	14	15	16	17	18	19	20	12	13	14	15	16	17	18	9	10	11	12	13	14	15	
17	18	19	20	21	22	23	21	22	23	24	25	26	27	19	20	21	22	23	24	25	16	17	18	19	20	21	22	
24	25	26	27	28	29	30	28	29	30					26	27	28	29	30	31		23	24	25	26	27	28	29	
31							28	29	30					26	27	28	29	30	31		30	31						
SETEMBRO							OUTUBRO							NOVEMBRO							DEZEMBRO							
S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	
				1	2	3	4	5					1	2	3	4	5	6	7					1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12	4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12	13	14	6	7	8	9	10	11	12	
13	14	15	16	17	18	19	11	12	13	14	15	16	17	15	16	17	18	19	20	21	13	14	15	16	17	18	19	
20	21	22	23	24	25	26	18	19	20	21	22	23	24	22	23	24	25	26	27	28	20	21	22	23	24	25	26	
27	28	29	30				25	26	27	28	29	30	31	29	30						27	28	29	30	31			

Fenados Móveis em 99: Carnaval: 16 de Fevereiro
Paixão: 2 de Abril
Corpus Christi: 3 de Junho

- .1 Temos interesse em saber **todos os gastos** realizados pelas pessoas do domicílio.Ex. compra de uma TV, esmola dada a um mendigo, gasto com cafezinho tomado na rua, pagamento do corte de cabelo, etc.
- .2 É fundamental que os gastos tenham ocorrido **durante os períodos de referência** definidos na capa de cada formulário. Considerar também como gasto o valor das compras realizadas no período com cartão de crédito.
- .3 Devem ser informados inclusive os **gastos que não beneficiem diretamente os domiciliados**. Ex.: compra de presente para um amigo, pagamento de cinema para a namorada, compra de alimento para campanha beneficente, etc.
- .4 Mesmo que o (a) Sr. (a) não saiba fornecer todos os gastos sobre uma determinada compra, **forneça** as informações que sabe. Ex.: O (a) Sr. (a) sabe informar o valor total e os itens que compõem a conta do restaurante, mas não sabe informar quanto pagou em cada item.
- .5 Qualquer pessoa poderá fazer as anotações ,mas é mais indicado que estas sejam feitas pôr aquela que efetuou os gastos, ou seja, **a pessoa que mais sabe informar**.
- .6 O item “**outros**”é muito importante: ele precedido por um grupo de produtos ou serviços homogêneos com os quais geralmente temos despesas. Caso o (a) Sr.(a) tenha tido algum tipo de gasto não citado neste grupo, descreva-o na coluna “outros”e forneça as informações solicitadas.
- .7 Se, no período de referência, o (a) Sr.(a) realizou **mais de um gasto** com o mesmo item, repita o tipo de gasto na linha reservadã a “outros” e forneça as informações solicitadas. Ex.: na compra de dois pares de sapato, o primeiro será informado na linha “sapato” e o segundo na linha “outros “: sapato.
- .8 Cuidado para não repetir um gasto já informado pelo o (a) Sr.(a) ou por outra pessoa do domicílio.
- .9 Se os **espaços** forem **insuficientes** para o preenchimento, utilize aqueles reservados para “OBSERVAÇÕES”.
- .10 Os gastos com **menores de 14 anos** devem ser informados por seus responsáveis.
- .11 Na coluna “**local de compra**”nós desejamos saber o tipo de estabelecimento. Ex.: supermercado, feira, padaria, farmácia, loja de departamento, etc.
- .12 Se o (a) Sr. (a) realizou algum tipo de **gasto de difícil localização** no formulário ou que não conste neste, anote-o em qualquer espaço reservado a “OBSERVAÇÕES”.
- .13 Todo e qualquer tipo de **pagamento antecipado**, dentro do período de referência, que venha ser **reembolsado**, deve ser anotado. Ex.: combustível, diárias e serviços hospitalares, etc.

PLANTÃO DE INFORMAÇÕES: 814-3122/3330/3277/3434 RAMAL 103

ITEM	QTDE. COMPRADA NA SEMANA	VALOR PAGO		TIPO (Desnatado, integral,light,etc)	MARCA	LOCAL DA COMPRA
		POR UNIDADE	TOTAL			
LEITE A						
LEITE B						
LEITE EM PÓ						
LEITE ESPECIAL						
LEITE LONGA VIDA						
PÃOZINHO FRANCÊS						
BAGUETE						
PÃO DE FORMA						
BOLO DE FORMA						
OUTROS:						

**ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS, IN NATURA, PRODUTOS PARA LIMPEZA,
HIGIENE E BELEZA**

24/23. AÇÚCAR, CAFÉ E CHÁ

AÇÚCAR, CAFÉ E CHÁ	QTDE. COMPRADA NA SEMANA	PESO POR UNID.	VALOR PAGO		TIPO (Gotas, pó, aromatizado, etc)	MARCA	LOCAL DA COMPRA
			POR UNIDADE	TOTAL			
AÇÚCAR REFINADO							
AÇÚCAR CRISTAL							
AÇÚCAR MASCADO							
ADOÇANTE							
CAFÉ MOÍDO							
CAFÉ SOLÚVEL							
CHÁ MATE							
CHÁ PRETO							
OUTROS CHÁS:							

9. AVES

1. ASA	3. FILÉ	5. MIÚDOS	7. PEITO	9. SOBRE-COXA	11. OUTROS
2. COXA	4 - INTEIRO	6. PÉ	8. PESCOÇO	10. VIVO	

AVES	COD. DO TIPO (CONSULTE LISTA)	QTDE. COMPRADA NA SEMANA (KG)	VALOR PAGO		LOCAL DA COMPRA
			POR QUILO	TOTAL	
CHESTER					
FRANGO					
PERU					
OUTROS:					

1. ACÉM	11. COSTELA DE VACA	21. MOCOTÓ	31. VISCERAS
2. ALCATRA	12. COXÃO DURO	22. MÚSCULO	32. MAMINHA
3. BRAÇO	13. COXÃO MOLE	23. PATINHO	33. PICANHA
4. CAPA DE FILÉ	14. CUPIM	24. PEITO C/ OSSO	34. FRALDINHA
5. CARNE MOÍDA 1o.	15. FÍGADO	25. PEITO S/ OSSO	35. OUTROS (ESPECIFICAR)
6. CARNE MOÍDA 2o.	16. FILÉ MIGNON	26. PERNIL C/ OSSO	
7. CARNE SECA	17. LAGARTO	27. PERNIL S/ OSSO	
8. CHÃ DE DENTRO	18. LÍNGUA	28. RABADA	
9. CONTRA-FILÉ	19. LOMBO DE PORCO C/ OSSO	29. TOUCINHO FRESCO	
10. COSTELA DE PORCO	20. LOMBO DE PORCO S/ OSSO	30. TRIPA	

TIPO
1 - MATURADA
2 - FRESCA

7/8/21 CARNES

CÓDIGO DA CARNE COMPRADA (consulte lista acima)	TIPO (fresca ou maturada)	QTDE. COMPRADA NA SEMANA (KG)	VALOR PAGO		LOCAL DA COMPRA
			POR QUILO	TOTAL	

21. DERIVADOS DE CARNE/AVES

FATIADOS/PEÇA	QTDE. COMPRADA NA SEMANA (KG)	VALOR PAGO		TIPO (empacotado ou solto)	MARCÁ	LOCAL DA COMPRA
		POR QUILO	TOTAL			
MORTADELA						
PRESUNTO						
APRESUNTADO						
SALAME ☐ Italiano ☐ Milano						
TENDER						
LOMBO						
CHESTER						
TOUCINHO DEFUMADO						
COPA						
FRIOS SORTIDOS						
PEITO DE PERU						
OUTROS:						

21. DERIVADOS DE CARNE (EMBUTIDOS)

EMBUTIDOS	QTDE. COMPRADA NA SEMANA (KG)	VALOR PAGO		TIPO (empacotado, solto, paio, costelinha, língua, pé, etc)	MARCA	LOCAL DA COMPRA
		POR QUILO	TOTAL			
LINGUIÇA ☐ Toscana ☐ Frango						
LINGUIÇA CALABREZA						
SALSICHA ☐ Hot dog ☐ Viena						
MORCELA						
PERTENCES DE FEIJOADAS						
OUTROS:						

ENLATADOS	QTDE. COMPRADA NA SEMANA	VALOR PAGO		PESO POR UNIDADE	MARCA/TIPO (Figado, Presunto, atum, bacon, etc.)	LOCAL DA COMPRA
		POR UNIDADE	TOTAL			
FIAMBRADA						
ALMÔNDEGA						
SALSICHA						
PATÊ						
PRESUNTADA						
KITUT DE PORCO						
VIANDADA						
OUTROS:						

21. DERIVADOS DE CARNE (EMPACOTADOS)

EMPACOTADOS	QTDE. COMPRADA NA SEMANA	VALOR PAGO		PESO POR UNIDADE	TIPO (Ex. Frango, Carne, Perú)	MARCA	LOCAL DA COMPRA
		POR UNIDADE	TOTAL				
HAMBÚRGUER							
ALMÔNDEGA							
KIBE							
NUGGETS							
OUTROS:							

LISTA DE PEIXES E FRUTOS DO MAR

10. PEIXE FRESCO
1. SARDINHA	4. CAÇÃO	7. SALMÃO	10. CAMARÃO 7 BARBAS
2. PESCADA	5. BACALHAU	8. TAINHA	11. MARISCO
3. CORVINA	6. ATUM	9. CAMARÃO ROSA	12. OUTROS (ESPECIF.):

CÓDIGO DO ITEM COMPRADO (consulte lista acima)	QTDE. COMPRADA NA SEMANA (KG)	VALOR PAGO		TIPO: -Postas -Inteiro -Filé -Limpo	LOCAL DA COMPRA
		POR QUILO	TOTAL		

LISTA DE ÓLEOS

27. ÓLEOS
1. ÓLEO DE SOJA	4. ÓLEO DE GIRASSOL	7. ÓLEO MISTO
2. ÓLEO DE OLIVA (AZEITE)	5. ÓLEO DE ARROZ	8. OUTROS (ESPECIFICAR)
3. ÓLEO DE MILHO	6. ÓLEO DE CANOLA	

CÓDIGO DO ÓLEO COMPRADO (consulte lista acima)	QTDE. COMPRADA NA SEMANA (Lata/Vidro/ Plástico)	VALOR PAGO		PESO POR UNID.	MARCA	LOCAL DA COMPRA
		UNIDADE	TOTAL			

OVOS	QTDE. COMPRADA NA SEMANA (UNID.)	VALOR PAGO		TIPO (Ex. Branco, Vermelho)	LOCAL DA COMPRA
		POR UNIDADE	TOTAL		
OVOS CAIPIRA					
OVOS DE CODORNA					
OVOS DE GALINHA PQ.					
OVOS DE GALINHA MD.					
OVOS DE GALINHA GD.					
OVOS DE GALINHA EXTRA					
OUTROS:					

20. DERIVADOS DE LEITE

DERIVADOS DE LEITE	QTDE. COMPRADA NA SEMANA (UNID.)	VALOR PAGO		PESO POR UNIDADE	TIPO (Light, Diet, empacotado, solto,etc)	MARCA	LOCAL DA COMPRA
		POR UNIDADE	TOTAL				
CREME DE LEITE							
LEITE CONDENSADO							
REQUEIJÃO							
OUTROS:							
MARGARINA ☐ c/ sal ☐ s/ sal							
MANTEIGA							
OUTROS:							
QUEIJO PROVOLONE							
QUEIJO FRESCO							
QUEIJO MUSSARELA							
QUEIJO PARMESÃO							
QUEIJO PRATO							
QUEIJO RALADO							
OUTROS:							
LEITE FERMENTADO							
IOGURTE ☐ c/ polpa ☐ natural							
PUDIM							
PETIT SUISSE							
SOBREMESAS LÁCTEAS							
OUTROS:							

LISTA DE CEREAIS E LEGUMINOSAS

1. ARROZ A GRANEL	4. FEIJÃO EMPACOTADO	7. GRÃO DE BICO
2. ARROZ EMPACOTADO	5. LENTILHA	8. MILHO P/ PIPOCA
3. FEIJÃO A GRANEL	6. ERVILHA	9. OUTROS (ESPECIFICAR)

12/13. CEREAIS

CÓDIGO DO CEREAL COMPRADO (consulte lista acima)	QTDE. COMPRADA NA SEMANA (KG)	VALOR PAGO		TIPO (Carioquinha, Jalo, Agulha tipo1,etc)	MARCA	LOCAL DA COMPRA
		POR QUILO	TOTAL			

28/31. MASSAS, FARINHAS E FÉCULAS

MASSAS, FARINHAS E FÉCULAS	QTDE. COMPRADA NA SEMANA (UNID.)	VALOR PAGO		PESO POR UNIDADE	TIPO (Fresco, Empacotado, Espaghetto)	MARCA	LOCAL DA COMPRA
		POR UNIDADE	TOTAL				
CAPELETTI							
LAZANHA							
MACARRÃO							
MACARRÃO INSTÂNTANEO							
RAVIOLI							
OUTROS:							
AVEIA							
FARINHA DE MANDIOCA							
FARINHA DE MILHO							
FARINHA DE ROSCA							
FARINHA DE TRIGO							
FARINHA LÁCTEA							
MAISENA							
OUTROS:							
FERMENTO EM PÓ							
FUBÁ							
MASSA PARA BOLO							
MASSA P/ TORTA							
MASSA P/ PÃO DE QUEIJO							
MASSA P/ PIZZA							
OUTROS:							

29/32. PRODUTOS EMPACOTADOS (SEMI-PRONTO)

PRODUTOS EMPACOTADOS (SEMI-PRONTO)	QTDE. COMPRADA NA SEMANA (UNID.)	VALOR PAGO		PESO POR PACOTE	TIPO	MARCA	LOCAL DA COMPRA
		POR UNIDADE	TOTAL				
SOPAS							
ARROZ (Ex. Carreteiro)							
PIPOCA (MICROONDAS)							

CONDIMENTOS	QTDE. COMPRADA NA SEMANA (UNID.)	VALOR PAGO		PESO POR UNIDADE	TIPO E MARCA (Pomodoro, light, alho, completo, etc)	LOCAL DA COMPRA
		POR UNIDADE	TOTAL			
EXTRATO DE TOMATE						
MOLHO DE TOMATE						
PURÊ DE TOMATE						
OUTROS:						
CALDO DE CARNE						
CALDO DE GALINHA						
PIMENTA DO REINO						
SAL						
TEMPERO PRONTO						
OUTROS:						
CATCHUP						
MAIONESE						
MOLHO INGLÊS						
MOLHO JAPONÊS SOJA						
MOSTARDA						
VINAGRE ☐ Vinho ☐ Maça						
VINAGRE DE ÂLCOOL						
TEMPEROS NATURAIS						

30/31. ENLATADOS E CONSERVAS

ENLATADOS E CONSERVAS	QTDE. COMPRADA NA SEMANA (UNID.)	VALOR PAGO		PESO POR UNIDADE	TIPO E MARCA (Preta, verde, solta, vidro, etc)	LOCAL DA COMPRA
		POR UNIDADE	TOTAL			
ALIMENTO P/ BEBÊ						
ATUM EM LATA						
AZEITONA						
ERVILHA						
MILHO						
PALMITO						
SELETA DE LEGUMES						
SARDINHA EM LATA						
BACALHAU (SALGADO)						

32. PRATOS SEMI-PRONTOS (EMBALADOS)

PRATOS SEMI- PRONTOS	QTDE. COMPRADA NA SEMANA (UNID.)	VALOR PAGO		PESO POR UNIDADE	TIPO	MARCA	LOCAL DA COMPRA
		POR UNIDADE	TOTAL				
FEIJOADA							
DOBRADINHA							
BIFE A ROLÊ							
ESCALOPES							
FRANGO (Ao Molho Xadrez)							
LAZANHA							
STROGONOFF							
TORTAS							
PIZZAS							
OUTROS:							

DOCES, BOLACHAS E BOLOS	QTDE. COMPRADA NA SEMANA (UNID.)	VALOR PAGO		PESO POR UNIDADE	TIPO E MARCA (Diet, importado, abacaxi, figo, etc)	LOCAL DA COMPRA
		POR UNIDADE	TOTAL			
BISCOITO ÁGUA E SAL						
BISCOITO CHAMPAGNE						
BISC. CREAM CRACKER						
BISCOITO LEITE						
BISCOITO MAISENA						
BISCOITO MARIA						
BISCOITO RECHEADO						
BISCOITO WAFER						
TORRADA						
OUTROS:						
SUCRILHOS						
OUTROS:						
BALA						
BIS						
BOMBOM						
CHOCOLATE EM PÓ						
GELATINA EM PÓ						
GELÉIA						
GOIABADA						
FLAN EM PÓ						
MARMELADA						
MARROM GLACÊ						
MEL						
PUDIM EM PÓ						
TABLETE DE CHOCOLATE						
SORVETE						
OUTROS:						
COCO RALADO						
DOCE DE LEITE						
FRUTAS EM CALDA						
LEITE DE COCO						
PÊSSEGO EM CALDA						
FRUTAS CRISTALIZADAS						
FRUTAS SECAS						

SALGADINHOS INDUSTRIALIZADOS	QTDE. COMPRADA NA SEMANA (UNID.)	VALOR PAGO		PESO POR PACOTE	TIPO E MARCA	LOCAL DA COMPRA
		POR PACOTE	TOTAL			
BATATINHAS						
BACONZITOS						
CHEESITOS						
AMENDOIM						
OUTROS:						

46. VERDURAS

VERDURAS	QTDE. COMPRADA NA SEMANA (PÉS)	VALOR PAGO		LOCAL DA COMPRA
		POR UNIDADE	TOTAL	
ACELGA				
AGRIÃO				
ALFACE CRESPA				
ALFACE LISA				
ALFACE AMERICANA				
ALMEIRÃO				
BRÓCOLIS				
BROTO DE FEIJÃO				
COUVE				
COUVE FLOR				
ESCAROLA				
ESPINAFRE				
REPOLHO				
SALSINHA/CEBOLINHA				
OUTROS:				

OBS.:

43. LEGUMES

20

LEGUMES	QTDE. COMPRADA (KG. UNID. MAÇO)	VALOR PAGO		LOCAL DA COMPRA
		POR UNIDADE	TOTAL	
ABÓBORA				
ABOBRINHA ☐ Italiana ☐ Nacional				
BERINJELA				
BETERRABA				
CENOURA				
CHUCHU				
ERVILHA TORTA				
JILÓ				
MANDIOCA				
MANDIOQUINHA				
MORANGA				
NABO				
PEPINO				
PIMENTÃO ☐ Vermelho ☐ Verde				
QUIABO				
RABANETE				
TOMATE				
VAGEM ☐ Macarrão ☐ Manteiga				
OUTROS:				

44. TUBÉRCULOS E OUTROS

TUBÉRCULOS E OUTROS	QTDE. COMPRADA (KG. UNID.)	VALOR PAGO		TIPO (Batata lavada, batata sem lavar)	LOCAL DA COMPRA
		POR UNIDADE	TOTAL		
BATATA COMUM ☐ lavada ☐ s/ lavar					
BATATA DOCE					
BATATINHA					
OUTROS:					
ALHO					
CEBOLA					

OBS.: _____

FRUTAS	QTDE. COMPRADA (KG. UNID.DZ. CX.)	VALOR PAGO		TIPO (Maça Fuji, Uva Niágara, Itália)	LOCAL DA COMPRA
		POR KG. UNID. DZ. CX.	TOTAL		
ABACATE					
ABACAXI PÊROLA					
AMEIXA					
BANANA MAÇÃ					
BANANA NANICA					
BANANA PRATA					
CAQUI ☐ chocolate ☐ manteiga					
CARAMBOLA					
COCO					
FIGO					
FRUTA DO CONDE					
GOIABA					
KIWI					
LARANJA LIMA					
LARANJA PERA					
LIMÃO GALEGO					
LIMÃO TAHITI					
MAÇÃ ESTRANGEIRA					
MAÇÃ NACIONAL					
MAMÃO COMUM					
MAMÃO PAPAIA					
MANGA					
MARACUJÁ					
MELANCIA COMPRIDA					
MELANCIA REDONDA					
MELÃO					
MEXERICA ☐ Cravo ☐ Morgot					
MEXERICA PONKAN					
MORANGO					
NECTARINA					
PERA ESTRANGEIRA					
PERA NACIONAL					
PÊSSEGO					
UVA NACIONAL					
UVA ESTRANGEIRA					
OUTROS:					

OBS.:

DESCREVA, LOGO ABAIXO DE CADA ITEM O PRATO COMPRADO	QTDE. COMPRADA (KG./ UNID.)	VALOR PAGO		LOCAL DA COMPRA (ROTISSERIES, PIZZARIAS, RESTAURANTES)	40
		POR UNIDADE	TOTAL		
CARNE:					
DOCES/BOLOS:					
FRANGO ASSADO:					
MASSAS:					
PIZZAS:					
MUSSARELA					
CALABREZA					
PORTUGUESA					

31. ALIMENTOS CONGELADOS

ALIMENTOS PRONTOS CONGELADOS	QTDE. COMPRADA NA SEMANA (UNID.)	VALOR PAGO		PESO POR UNIDADE	TIPO	MARCA	LOCAL DA COMPRA	41
		POR UNIDADE	TOTAL					
MASSAS:								
CARNES:								
TORTAS:								
LEGUMES:								
OUTROS:								

OBS.:

BEBIDAS	COD. DO REFRIG.	QTDE. COMPRADA NA SEMANA (UNID.)	VALOR PAGO		VOLUME POR UNIDADE	TIPO (LIGHT, DIET, COMUM)	MARCA	LOCAL DA COMPRA
			POR UNIDADE	TOTAL				
ÁGUA MINERAL								
PÓ P/ REFRESCO								
REFRIGERANTE								
POLPA DE FRUTAS								
SUCO ARTIFICIAL								
SUCO NATURAL								
OUTROS:								
AGUARDENTE								
CERVEJA GARRAFA								
CERVEJA LATA								
CERVEJA LONG NECK								
LICOR								
VINHO								
VODKA								
WHISKY								
OUTROS:								

66/72/116/128/142. DIVERSOS

DIVERSOS	QTDE. COMPRADA NA SEMANA	VALOR PAGO		QTDE. POR PACOTE	TIPO E MARCA (Grande, media, pequena, 60w, 100w, etc)	LOCAL DA COMPRA
		POR UNIDADE OU PACOTE	TOTAL			
COADOR DE PAÑO						
COADOR DE NYLON						
FILTRO DE PAPEL						
FÓSFORO (PACOTE C/10)						
GUARDANAPO						
LÂMPADAS						
PALITOS P/ DENTE						
PILHA						
VELAS						
PAPEL TOALHA						
FILME PVC						
PAPEL ALUMÍNIO						
OUTROS:						

PRODUTOS DE LIMPEZA	QTDE. COMPRADA NA SEMANA (UNID.)	VALOR PAGO		PESO/VOL POR PACOTE	TIPO E MARCA (Comum, coco, 20L, 50L, líquida, aerosol, etc)	44 LOCAL DA COMPRA
		POR UNIDADE	TOTAL			
AMACIANTE						
SABÃO EM BARRA						
SABÃO DE COCO						
SABÃO EM PÓ						
SABÃO LÍQUIDO						
ESPONJA DE AÇO						
ESPONJA P/ LOUÇA						
SAPONÁCEO						
OUTROS:						
PROD. P/ PASSAR ROUPA						
ÁGUA SANITÁRIA						
ÁLCOOL						
DESINFETANTE						
DETERGENTE						
INSETICIDA						
LIMPA-CARPETE						
LIMPA-ESTOFADOS						
LIMPA-VIDROS						
CONCENTRADO DE LIMP.						
LIMPA LIMO						
DESODORIZANTES						
CERA P/ AUTO						
CERA ☐ líquida ☐ pasta						
LUSTRA MÓVEIS						
OUTROS:						
PRENDEDOR DE ROUPA						
PANO DE LIMPEZA						
RODO						
SACO P/ LIXO						
VASSOURA ☐ base nylon ☐ base latão						
OUTROS:						

OBS.:

PRODUTOS DE HIGIENE E BELEZA	QTDE. COMPRADA (N. DE UNIDADE)	VALOR PAGO		TAMANHO OU VOLUME POR UNIDADE	TIPO E MARCA (Barra, liquido, gel, creme, etc)	LDCAL DA COMPRA
		POR UNIDADE	TOTAL			
ABSORVENTE ☐ Interno ☐ Comum						
DESODDRANTE						
PAPEL HIGIÊNICO						
SABONETE						
CREME HIDRATANTE						
OUTROS:						
CREME DENTAL						
ESCOVA DENTAL						
FIO DENTAL ☐ Comum ☐ Medicinal						
ENXAGUE BUCAL						
OUTROS:						
GEL						
CREME RINSE						
SHAMPDO						
CONDICIONADOR						
TINTURA P/ CABELO						
OUTROS:						
AP. P/ BARBA DESCART.						
APARELHO DE BARBEAR						
CREME DE BARBEAR						
LÂMINA DE BARBEAR						
LOÇÃD APÓS BARBA						
OUTROS:						
178. PRESERVATIVO						
COTONETE						
ESCOVA P/ CABELO						
PENTE						
OUTROS:						

OBS.:

FINALIDADE DA OBRA:

☐

AMPLIAÇÃO

☐

REPARO

MATERIAL (CIMENTO, CAL, ETC.)	QUANTIDADE (SACO, KG, UNID.)	VALOR PAGO		MARCA	MÃO DE OBRA (SEMANAL)	LOCAL DA COMPRA
		UNITÁRIO	TOTAL			

46

66. INSTALAÇÃO E CONSERTOS DE APARELHOS DOMÉSTICOS

TIPO DE APARELHO (GELADEIRA, TV, RÁDIO, ETC.)	PREÇO TOTAL		TIPO DE REPARO	TIPO DO ESTABELECIMENTO (AUTORIZADA, AUTÔNOMO, ETC.)
	MÃO DE OBRA	PEÇAS		

47

47. OUTROS PRODUTOS ALIMENTARES

PRODUTOS	QTDE. COMPRADA NA SEMANA	VALOR PAGO		QTDE. POR UNID.	TIPO E MARCA	LOCAL DA COMPRA
		POR UNIDADE	TOTAL			

48

3/250. ALIMENTOS RECEBIDOS COMO DOAÇÃO

ORIGEM DA DOAÇÃO:

☐

DE PESSOAS RESIDENTES NO MUN. DE SÃO PAULO

☐

OUTRAS PESSOAS, EMPRESAS OU ENTIDADES

PRODUTOS	QTDE. DOADA	TIPO E MARCA	ORIGEM (FAMILIARES, ENTIDADES RELIGIOSAS, ETC.)

49

OBS.:

PESQUISA DE DESPESAS FAMILIARES

FORMULÁRIO INDIVIDUAL - FI2

PERÍODO DE ____/____/____ A ____/____/____

N. DOM.: _____

ESTE FORMULÁRIO COMPREENDE RENDA E GASTOS COM:

- * TRANSPORTE
- * VESTUÁRIO
- * EDUCAÇÃO
- * SAÚDE
- * RECREAÇÃO E CULTURA
- * BRINQUEDOS
- * DESPESAS DIVERSAS
- * VIAGENS
- * DOAÇÕES
- * RENDA ADICIONAL DE CONSUMO
- * RENDA

NOME DO DOMICILIADO: _____ No. DE ORDEM: _____

ENDEREÇO: _____

USO INTERNO

ENT.: _____	N.: _____
SUP.: _____	N.: _____
IMP.: _____	N.: _____
COD.: _____	N.: _____

PLANTÃO TELEFÔNICO

814-3122
814-3434
814-3277

INVENTÁRIO E UTILIZAÇÃO DOS VEÍCULOS

No. DE ORDEM DOS VEÍCULOS	TIPO (UNO, GOL, ESCORT, VECTRA, HONDA 125, XL 250, ETC))	MODELO (1.0, 1.6, 2.0, GL, CL, CD, GLS, ETC)	ANO	No. DE ORDEM DO PROPRIETÁRIO
				50

96. AQUISIÇÃO DE VEÍCULO

(QUE NÃO SEJA ATRAVÉS DE CONSÓRCIO)

ADQUIRIU O CARRO ZERO KM?

☐

SIM

☐

NÃO

TIPO (UNO, GOL, ESCORT, VECTRA, HONDA 125, ETC.)	MODELO (1.0, 2.0, CL, GLS, CD, ETC)	ANO	DATA DE COMPRA	VALOR PAGO			
				COMPRA À VISTA	COMPRA A PRAZO		
					ENTRADA	No. PREST.	VR. PREST.

VALOR RECEBIDO POR CARRO USADO ENVOLVIDO NA TROCA POR OUTRO: R\$ _____

96. AQUISIÇÃO (ATRAVÉS DE CONSÓRCIO)

DESCRIÇÃO DO BEM (VEÍCULOS, ELETRODOMÉSTICOS, SOM E IMAGEM)	DATA DA COMPRA DA COTA	DATA DO RECEBIMENTO	No. DE PREST.	VALOR DA PRESTAÇÃO PAGA	GASTOS COM LANCES	
					MÊS	VALOR PAGO

OBS.: _____

95. OPERAÇÃO NÃO CORRENTE

ITEM	No. DE ORDEM DOS VEÍCULOS	VALOR PAGO NO MÊS	LOCAL (POSTO, OFICINAS, CONCESSIONÁRIA, ETC.)	53
FLUÍDO PARA FREIOS				
TROCA DE ÓLEO DO CÂMBIO				
TROCA DE ÓLEO DO MOTOR				
ÓLEO ☐ simples ☐ semi-sintético ☐ sintético				
PASTILHAS				
LIMPEZA CARBURADOR				
FILTRO DE AR				
OUTROS:				

95. GASTOS C/ SERVIÇOS E REPAROS NOS VEÍCULOS

(SERVIÇOS: LIMPEZA DE CARBURADOR, TROCA DE PASTILHAS, TROCA DE CORREIA DENTADA)

CITAR OS TIPOS DE SERVIÇOS E REPAROS	No. DE ORDEM DO VEÍCULO	VALOR PAGO					54
		À VISTA		A PRAZO			
		MÃO DE OBRA	MATERIAL	ENTRADA	PREST.	VR. PREST.	
AUTO-ELÉTRICO:							
BORRACHARIA:							
FUNILARIA:							
LAVAGEM VEÍCULOS:							
MECÂNICA: (espec. o serviço)							
PINTURA:							
OUTROS:							

95. GASTOS COM TAXAS LEGAIS

148.

TAXAS * CITAR OS GASTOS POR VEÍCULO	No. DE ORDEM DOS VEÍCULOS	DATA DO PAGAMENTO	VALOR PAGO				55
			À VISTA	A PRAZO			
				ENTRADA	PREST.	VR. PREST.	
DESPACHANTE							
I.P.V.A.							
MULTAS							
SEG. OBRIGATÓRIO							
TAXA DE LICENCIAMENTO							
OUTROS:							

95. GASTOS C/ SEGURO E CONTR. DE ASSIST. DE VEÍCULOS

30

No. DE ORDEM DO VEÍCULO	TIPO DO CONTRATO (Roubo/Incêndio, Total, etc)	VALOR PAGO				ESTABELECIMENTO (BANCO, SEGURADORA, AUTO TOURING, CONCESSIONARIA, ETC.)	56
		À VISTA	A PRAZO				
			ENTRADA	PREST.	VR. PREST.		

95. GASTOS C/ ACESSÓRIOS DE VEÍCULOS

ITEM	QTDE. COMPRADA NO MÊS	VALOR PAGO				LOCAL DA COMPRA
		À VISTA	A PRAZO			
			ENTRADA	PREST.	VR. PREST.	
ALARME						
BUZINA						
CAPACETE						
ESCAPAMENTO						
FARÓIS						
PNEUS						
RODAS						
VOLANTE						
BATERIA						
OUTROS:						

VESTUÁRIO

158. GASTOS COM ROUPAS MASCULINAS

ROUPAS MASCULINAS	QTDE. COMPRADA NO MÊS	VALOR PAGO				TIPO (VERÃO/INVERNO) (ESPORTE/SOCIAL)	LOCAL DA COMPRA
		À VISTA	A PRAZO				
			ENTRADA	PREST.	VR. PREST.		
AGASALHO ☐ Blusa ☐ Calça							
BERMUDA							
BLAZER							
CALÇA ☐ Jeans ☐ Sarja							
CALÇA SOCIAL							
CALÇÃO							
CAMISA ☐ M. Longa ☐ M. Curta							
CAMISETA ☐ M. Longa ☐ M. Curta							
CONJUNTO 2 PEÇAS							
CUECAS							
GRAVATA							
JAQUETA							
LENÇD							
MALHA DE LÃ							
MEIAS ☐ Sport ☐ Social							
PIJAMA							
SUNGA							
TERNO							
OUTROS:							

ROUPAS FEMININAS	QTDE. COMPRADA NO MÊS	VALOR PAGO				TIPO (VERÃO/INVERNO) (MANGA CURTA/COMPRIDA)	LOCAL DA COMPRA		
		À VISTA	A PRAZO						
			ENTRADA	PREST.	VR. PREST.				
AGASALHO ☐ Blusa ☐ Calça									
BERMUDA									
BIQUINI									
BLAZER									
BLUSA ☐ M. Curta ☐ M. Longa									
CALÇA ☐ Jeans ☐ Saria									
CALÇA SOCIAL									
CALCINHA									
CAMISETA ☐ M. Curta ☐ M. Longa									
CAMISOLA									
CONJ. 2 PEÇAS									
JAQUETA									
LENÇO									
MAIÔ									
MALHA DE LÃ									
MEIA SOQUETE									
MEIA ☐ Calça ☐ Fina 3/4									
SAIA									
SHORT									
VESTIDO									
SOUTIEN									
OUTROS:									

OBS.:

160. GASTOS COM CALÇADOS

32

CALÇADOS	TIPO (MASCULINOS, FEMININDS E INFANTIS)	QTDE. COMPRADA NO MÊS	VALOR PAGO				LOCAL DA COMPRA
			À VISTA	A PRAZO			
				ENTRADA	PREST.	VR. PREST.	
BOTA							
CHINELO							
SAPATO ☐ Esporte ☐ Social							
SANDÁLIA							
TÊNIS ☐ Tecido							
OUTROS:							

161. GASTOS COM ACESSÓRIOS DE VESTUÁRIO

ACESSÓRIO DE VESTUÁRIO (MASC.,FEM.E INFANTIL)	QTDE. COMPRADA NO MÊS	VALOR PAGO				LOCAL DA COMPRA
		A VISTA	A PRAZO			
			ENTRADA	PREST.	VR. PREST.	
BOLSA						
CARTEIRA						
CINTO						
OUTROS:						

148. GASTOS COM CARTÓRIO

CARTÓRIO	QUANT.	UNIDADE	TOTAL GASTO	LOCAL DA COMPRA
RECONHECIMENTO DE FIRMA				
XEROX AUTENTICADA				
ABERTURA DE FIRMA				
PROCURAÇÃO				
OUTROS:				

148. GASTOS COM TAXAS BANCÁRIAS

TAXAS BANCÁRIAS	QUANT.	UNIDADE	TOTAL GASTO	LOCAL DA COMPRA
TALÃO				
EXTRATO				
TX. DE SAQUE 24 HS				
DOC				
ORDEM DE PAGTO.				
RENOV. DE CARTÃO MAGNET.				
OUTROS:				

ROUPAS INFANTIS	QTDE. COMPRADA NO MÊS	VALOR PAGO				TIPO (MANGA CURTA/ LONGA/COMPRIDA)	LOCAL DA COMPRA		
		À VISTA	A PRAZO						
			ENTRADA	PREST.	VR. PREST.				
AGASALHO ☐ Blusa ☐ Calça									
BERMUDA									
BIQUINI									
BLUSA									
CALÇA									
CALÇÃO									
CALÇINHA									
CAMISA ☐ M. Curta ☐ M. Longa									
CAMISETA ☐ M. Curta ☐ M. Longa									
CAMISOLA									
CONJ. 2 PEÇAS									
CUECA									
Jaqueta									
MAIO									
MALHA DE LÃ									
MEIA									
PIJAMA									
SAIA									
SHORTS									
SUNGA									
VESTIDO									
OUTROS:									
UNIFORME ESCOLAR:									
BLUSA									
CALÇA									
CAMISA									
OUTROS:									

OBS.:

83. GASTOS COM ROUPAS E ACESSÓRIOS P/ BEBÊ

34

ROUPAS E ACESSÓRIOS PARA BEBÊ	QTDE. COMPRADA NO MÊS	VALOR PAGO				LOCAL DA COMPRA
		À VISTA	A PRAZO			
			ENTRADA	PREST.	VR. PREST.	
ACESSÓRIOS:						
BANHEIRA						
CARRINHO DE BEBÊ						
CHUPETA						
CHUQUINHA						
MAMADEIRA						
ROUPAS:						
BABADOR						
CALÇA PLÁSTICA						
FRALDA						
FRALDA DESCART.						
MACACÃO						
PAGÃO						
TOALHAS						
OUTROS:						

OBS.:

ARTIGOS DE CAMA, MESA E BANHO	QTDE. COMPRADA NO MÊS	VALOR PAGO				TIPO (CASAL/SOLTEIRO/LARGURA)	LOCAL DA COMPRA	64
		À VISTA	A PRAZO					
			ENTRADA	PREST.	VR. PREST.			
CAMA:								
COBERTOR ☐ Solteiro ☐ Casal								
COLCHA ☐ Solteiro ☐ Casal								
FRONHA ☐ Solteiro ☐ Casal								
LENÇOL ☐ Solteiro ☐ Casal								
TRAVESSEIRO								
EDREDOM ☐ Solteiro ☐ Casal								
OUTROS:								
MESA:								
JOGO AMERICANO								
TOALHA DE MESA								
PANO DE PRATO								
OUTROS:								
BANHO:								
CONJ. DE TOALHAS								
TOALHA DE BANHO								
TOALHA DE MÃO								
TOALHA DE ROSTO								
TAPETE P/ BANHEIRO								
OUTROS:								

165. GASTOS COM TECIDOS

TECIDOS	QTDE. COMPRADA NO MÊS	VALOR PAGO				TIPO (LARGURA)	LOCAL DA COMPRA	65
		À VISTA	A PRAZO					
			ENTRADA	PREST.	VR. PREST.			
ALGODÃO								
BRIM								
FLANELA								
LÃ								
LINHO								
POLIÉSTER								
TERGAL								
TERILENE								
CRETONE								
POPELINE								
TRICOLINE								

OBS.:

ARMARINHO	QTDE. COMPRADA NO MÊS	VALOR PAGO		TIPO E MARCA	LOCAL DA COMPRA
		POR UNIDADE	TOTAL		
AGULHA					
BOTÃO					
ELÁSTICO					
LINHA DE COSTURAR					
NOVELO DE LÃ					
ZÍPER					
OUTROS:					

146. GASTOS COM SERVIÇOS DE TINTURARIA

ITENS	NÚMERO DE PEÇAS NO MÊS	VALOR PAGO		TIPO (COMUM, A SECO)
		POR UNIDADE	TOTAL	
CALÇA				
CASACO				
TERNO				
VESTIDO				
OUTROS:				

146. GASTOS COM SERVIÇOS DE SAPATARIA

SERVIÇOS DE SAPATARIA	QUANTIDADE POR MÊS	TIPO (CRIANÇA, MASCULINO, FEMININO)	VALOR PAGO	
			POR UNIDADE	TOTAL
MEIA SOLA				
MEIA SOLA + SALTO				
SALTO				
SOLA INTEIRA + SALTO				
OUTROS:				

OBS.: _____

SERVIÇOS DE COSTUREIRA CONFECÇÃO (SÓ MÃO DE OBRA)	QUANT. NO MÊS	VALOR PAGO			
		À VISTA	A PRAZO		
			ENTRADA	No. PREST.	VR. PREST.
FEITIO DE BLUSA					
FEITIO DE CALÇA					
FEITIO DE CAMISA					
FEITIO DE CASACO					
FEITIO DE SAIA					
FEITIO DE VESTIDO					
FEITIO DE BLAZER					
REFORMA DE ROUPAS					
OUTROS:					

146. GASTOS COM SERVIÇOS DE ALFAIATE

SERVIÇOS DE ALFAIATE CONFECÇÃO (SÓ MÃO DE OBRA)	QUANT. NO MÊS	VALOR PAGO			
		À VISTA	A PRAZO		
			ENTRADA	No. PREST.	VR. PREST.
FEITIO DE CALÇA					
FEITIO DE CAMISA					
FEITIO DE PALETÔ					
FEITIO DE TERNO					
FEITIO DE BLAZER					
REFORMA DE ROUPAS					
OUTROS:					

ESCOLAS

188. GASTOS COM MATRÍCULAS E TAXAS ESCOLARES

* INCLUSIVE CURSOS DE IDIOMAS E AULAS PARTICULARES

CURSO	SÉRIE/GRAU (Espec. curso tecnico)	ESCOLA PÚBLICA	ESCOLA PARTICULAR		
		VALOR PAGO	MATRÍCULA	MENSALIDADE	OUTRAS TAXAS
			VALOR PAGO	VALOR PAGO	VALOR PAGO

OBS.:

MATERIAL ESCOLAR	QTDE. COMPRADA NO MÊS	VALOR PAGO		TIPO E MARCA (TAMANHO, QUANTIDADE)	LOCAL DA COMPRA
		UNIDADE	TOTAL		
APONTADOR					
BORRACHA					
CADERNO BROCHURA					
CADERNO ESPIRAL					
CANETA					
COLA					
COMPASSO					
ESTOJO					
GIZ DE CERA					
LANCHEIRA					
LÁPIS DE COR					
LÁPIS PRETO					
LAPISEIRA					
MALA					
MOCHILA					
PAPEL SULFITE					
PASTAS DE CARTOLINA					
RÉGUA					
TESOURINHA					
XÉROX					
OUTROS:					

194. GASTOS COM LIVROS ESCOLARES

[illegible]

MEIO DE TRANSPORTE	TOTAL GASTO NO MÊS	OBSERVAÇÕES
ÔNIBUS / PERUA CONTRATADA		
OUTROS:		

SAÚDE

178. GASTOS COM REMÉDIOS E PROD. FARMACÊUTICOS

PRODUTOS MÉDICOS E FARMACÊUTICOS (Anotar os nomes dos remédios com prescrição medica nas linhas abaixo. Incluir remédios homeopáticos)	QUANT. COMPRADA NO MÊS	VALOR PAGO		LOCAL DA COMPRA
		POR UNIDADE	TOTAL	

178. GASTOS COM APLICAÇÕES DE INJEÇÃO

APLICAÇÃO + SERINGA (Excluir Remédio)			
DESCRIÇÃO DO TIPO	QUANT. NO MÊS	VALOR PAGO	
		POR APLICAÇÃO	TOTAL
ENDOVENOSA			
MUSCULAR			

OBS.:

OBS.: _____

OBS.:

180. GASTOS COM SERVIÇOS MÉDICOS E SIMILARES

41

SERVIÇOS MÉDICOS E SIMILARES	ESPECIFICAÇÃO	VALOR PAGO NO MÊS 78
DENTISTA (ESPECIF. O SERVIÇO)		
MÉDICO (ESPECIALIDADE)		
OCULISTA (ESPECIF. O SERVIÇO)		
OUTROS:		

180. LABORATÓRIOS DE ANÁLISE	VALOR PAGO NO MÊS	OBSERVAÇÕES 79
TIPOS DE EXAME (Ureia, Urina, Sangue, Hemograma, outros)		

181. GASTOS COM ÓCULOS E LENTES DE CONTATO

PRODUTOS	TIPO (Acrilica, Gelatinosa, Descartável, metal, zillo, etc)	QUANT. COMPRADA NO MÊS	VALOR PAGO		LOCAL DA COMPRA 80
			POR UNIDADE	TOTAL	
LENTE DE ÓCULOS					
LENTE DE CONTATO					
ARMAÇÃO DE ÓCULOS					
ÓCULOS ESCUROS					
OUTROS:					

180. GASTOS COM CONTRATOS DE ASSISTÊNCIA MÉDICA

TIPO DE CONTRATO (Familiar, Individual, Comum, Vip)	VALOR PAGO NO MÊS	EMPRESA (GOLDEN CROSS, AMIL, ETC.) 81

148. GASTOS COM SEGUROS DE VIDA

TIPO DE CONTRATO	VALOR PAGO NO MÊS	EMPRESA (BANCO, SEGURADORA, ETC.) 82

180. GASTOS COM TRATAMENTOS HOSPITALARES E SIMILARES

TRATAMENTOS HOSPITALARES E SIMILARES * Mesmo que o(a) Sr(a) só saiba o gasto total. Marque com (X) na frente do item que estiver incluído no total.	VALOR DO TOTAL PAGO NO MÊS	ESPECIFICAÇÃO 83 (Parto normal em quarto individual ou enfermaria, etc)
GASTO TOTAL NO HOSPITAL, PRONTO SOCORRO OU MATERNIDADE R\$ _____		
HONORÁRIOS MÉDICOS ()		
SERV. DE ENFERMAGEM ()		
LABORATÓRIO DE ANÁLISE ()		
AMBULÂNCIA ()		

ITENS	QTDE. COMPRADA NO MÊS	VALOR PAGO		TIPO E MARCA (Barbie, Suzy, Mountain Bike, importado, etc)	LOCAL DA COMPRA
		POR UNIDADE	TOTAL		
BICICLETA					
BOLA					
BONECA					
CARRINHO					
JOGOS					
VIDEO GAME					
OUTROS:					

65/128/135. GASTOS C/ ASSINATURAS DE JORNAL, REVISTA, TV A CABO E TEL.CELULAR

ITEM	MÊS E ANO DA ASSINA- TURA	VALOR PAGO				NOME (EX.: O Estado, Veja,Net, Multicanal)	LOCAL DA COMPRA
		À VISTA	À PRAZO				
			ENTRADA	PREST.	VR. PREST.		
JORNAL							
REVISTA							
TV A CABO							
INTERNET							
PAGER							

128/135/146. GASTOS COM CD, FITAS E LIVROS (NÃO ESCOLARES)

ITEM	QTDE. COMPRADA NO MÊS	VALOR PAGO		TIPO E MARCA	LOCAL DA COMPRA
		UNIDADE	TOTAL		
CD (Espec. o nome)					
FILME FOTOGRAFICO					
FITA GRAVADA CASSETE					
FITA CASSETE VIRGEM					
FITA VIDEOCASSETE/GAME					
FITA VIDEOCASSETE VIRGEM					
LIVROS (NÃO ESCOLARES)					
REVELAÇÃO FILME FOTOG.					
OUTROS:					

128. GASTOS C/ COMPRA E MANUT. DE CLUBES E ASSOC. RECREATIVAS

CLUBES E ASSOCIAÇÕES RECREATIVAS ☐ Familiar ☐ Individual	MÊS E ANO DA CDMRA DO TÍTULO	VALOR PAGO				GASTOS C/ MANUTENÇÃO
		À VISTA	A PRAZO			VALOR PAGO NO MÊS ☐ Mensal ☐ Bimensal
			ENTRADA	PREST.	VR. PREST.	

SERVIÇOS PESSOAIS	DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS NO MÊS (Corte de Cabelo, Barba, Mão, Unha, etc)	VALOR PAGO NO MÊS	OBS.
BARBEIRO			
CABELEIREIRA			
MANICURE			
ACADEMIA			
OUTROS:			

ITEM	DESCRIÇÃO DO ARTIGO (Ouro, Prata, bijouteira, pulseira de couro, etc)	MÊS DA COMPRA	QUANT. COMPRA- DA NO MÊS	VALOR PAGO			
				À VISTA	A PRAZO		
					ENTRADA	N. PREST.	VR. PREST.
ALIANÇA							
BRINCO							
COLAR							
PULSEIRA							
RELÓGIO DE PULSO							
OUTROS:							

TIPO DE APARELHO (ALARME, RELÓGIO, ÓCULOS, RÁDIO, ETC.)	PREÇO TOTAL		TIPO DE ESTABELECIMENTO (AUTORIZADA, AUTÔNOMO, ETC.)
	MÃO DE OBRA	PEÇAS	

[illegible]

RENDA ADICIONAL DE CONSUMO

VOCÊ RECEBE CESTA BÁSICA? () SIM () NÃO
EXISTE ALGUMA DESPESA POR ELA? () SIM () NÃO QUANTO? _____

SE SIM, INDIQUE OS PRODUTOS E A QUANTIDADE RECEBIDA NO MÊS

PRODUTO	QUANTIDADE

PRODUTO	QUANTIDADE

VOCÊ RECEBE VALE REFEIÇÃO? () SIM () NÃO
EXISTE ALGUMA DESPESA POR ELE? SE SIM QUANTO: R\$ _____

QUANT.	VR. UNITÁRIO	VALOR TOTAL	TIPO E MARCA

VOCÊ RECEBE VALE TRANSPORTE? () SIM () NÃO
EXISTE ALGUMA DESPESA POR ELE? SE SIM QUANTO: R\$ _____

QUANT.	VR. UNITÁRIO	VALOR TOTAL	TIPO E MARCA

VOCÊ RECEBE VALE ALIMENTAÇÃO? () SIM () NÃO
EXISTE ALGUMA DESPESA POR ELE? SE SIM QUANTO: R\$ _____

QUANT.	VR. UNITÁRIO	VALOR TOTAL	TIPO E MARCA

OBS.: _____

☐ SIM

☐ NÃO

- ☐ COMO EMPREGADO
☐ POR CONTA PRÓPRIA
☐ COMO EMPREGADOR

- ☐ ESTAVA PROCURANDO EMPREGO
☐ PRIMEIRO EMPREGO
☐ ÚLTIMO MÊS EM QUE TRABALHOU:

FUNÇÃO/OCUPAÇÃO: _____

ATIVIDADE DA FIRMA: _____

HORAS TRABALHADAS POR SEMANA: _____

RENDIMENTO LÍQUIDO NO MÊS: R\$ _____

- ☐ ATÉ 200,00
☐ DE 201,00 a 500,00
☐ DE 501,00 a 750,00
☐ DE 751,00 a 1000,00
☐ DE 1001,00 a 1500,00
☐ DE 1501,00 a 2000,00
☐ MAIS DE 2001,00

☐ TINHA TRABALHO MAS NÃO TRABALHOU:

- ☐ DOENÇA
☐ FÉRIAS

☐ DESENVOLVE ATIVIDADE NÃO RENUMERADA:

- ☐ ESTUDA
☐ TRABALHA NO LAR
☐ OUTRAS: _____

☐ OUTROS MOTIVOS: _____

NO ÚLTIMO MÊS DESENVOLVEU OUTRAS ATIVIDADES QUE GERARAM RENDA?

☐ SIM

☐ NÃO

SE SIM:

ATIVIDADE/OCUPAÇÃO: _____

HORAS TRABALHADAS: _____

RENDIMENTO LÍQUIDO NO MÊS: R\$ _____

OUTRAS RECEITAS RECEBIDAS NO MÊS:

R\$

- ☐ APOSENTADORIA OU PENSÃO: _____
☐ 13o. SALÁRIO, FÉRIAS, GRADIFICAÇÕES: _____
☐ FGTS, AVISO PRÉVIO, PIS/PASEP: _____
☐ DEVOLUÇÃO DO IMPOSTO DE RENDA: _____
☐ MESADA OU DOAÇÃO DE ENTIDADE DE FORA DO DOMIC.: _____
☐ PENSÃO ALIMENTÍCIA: _____
☐ ALUGUÉIS OU ARRENDAMENTOS: _____
☐ RETIRADA DE APLICAÇÃO OU POUPANÇA: _____
☐ BOLSA DE ESTUDOS: _____
☐ AUXÍLIO DESEMPREGO: _____
☐ PRÊMIOS: _____
☐ ALGUMA PESSOA OU ENTIDADE DE FORA DO DOMICÍLIO DOA PRODUTOS OU PAGA DESPESAS?

VALOR ESTIMADO: R\$ _____ TIPO DE PRODUTO: _____

☐ OUTRAS RECEITAS:

TIPO: _____ VALOR: R\$ _____

PESQUISA DE DESPESAS FAMILIARES

FORMULÁRIO COLETIVO - FC2

PERÍODO DE ____/____/____ A ____/____/____

N. DOM.: _____

ESTE FORMULÁRIO COMPREENDE RENDA, INVENTÁRIO E GASTOS COM:

- HABITAÇÃO
- GÁS/TELEFONE
- SERVIÇOS DOMÉSTICOS
- MÓVEIS, FERRAMENTAS E UTILIDADES DOMÉSTICAS
- ARTIGOS DE ESCRITÓRIO
- RENDA DO DOMICÍLIO
- UNIDADE ADICIONAL DE CONSUMO
- INVENTÁRIO DE APARELHOS DOMÉSTICOS

NOME DO DOMICILIADO: _____ No. DE ORDEM: _____

ENDEREÇO: _____

USO INTERNO

ENT.: _____	N.: _____
SUP.: _____	N.: _____
IMP.: _____	N.: _____
COD.: _____	N.: _____

PLANTÃO TELEFÔNICO

814-3122
814-3434
814-3277

1998																						
JANEIRO							FEVEREIRO							MARÇO								
S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D		
			1	2	3	4							1							1		
5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8			2	3	4	5	6	7	8
12	13	14	15	16	17	18	9	10	11	12	13	14	15			9	10	11	12	13	14	15
19	20	21	22	23	24	25	16	17	18	19	20	21	22			16	17	18	19	20	21	22
26	27	28	29	30	31		23	24	25	26	27	28			23	24	25	26	27	28	29	30
																30	31					
ABRIL							MAIO							JUNHO								
S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D		
			1	2	3	4					1	2	3			1	2	3	4	5	6	7
6	7	8	9	10	11	12	4	5	6	7	8	9	10			8	9	10	11	12	13	14
13	14	15	16	17	18	19	11	12	13	14	15	16	17			15	16	17	18	19	20	21
20	21	22	23	24	25	26	18	19	20	21	22	23	24			22	23	24	25	26	27	28
27	28	29	30				25	26	27	28	29	30	31			29	30					
JULHO							AGOSTO							SETEMBRO								
S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D		
			1	2	3	4					1	2				1	2	3	4	5	6	7
6	7	8	9	10	11	12	3	4	5	6	7	8	9			7	8	9	10	11	12	13
13	14	15	16	17	18	19	10	11	12	13	14	15	16			14	15	16	17	18	19	20
20	21	22	23	24	25	26	17	18	19	20	21	22	23			21	22	23	24	25	26	27
27	28	29	30	31			24	25	26	27	28	29	30			28	29	30				
							31															
OUTUBRO							NOVEMBRO							DEZEMBRO								
S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D		
			1	2	3	4					1					1	2	3	4	5	6	7
5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8			7	8	9	10	11	12	13
12	13	14	15	16	17	18	9	10	11	12	13	14	15			14	15	16	17	18	19	20
19	20	21	22	23	24	25	16	17	18	19	20	21	22			21	22	23	24	25	26	27
26	27	28	29	30	31		23	24	25	26	27	28	29			28	29	30	31			
							30															

FERIADOS E DIAS SANTIFICADOS EM 1998

1º de Janeiro	- Ano Novo	29 de Junho	- São-Pedro
6 de Janeiro	- Reis Magos	15 de Agosto	- Ass. de N. Senhora
24 de Fevereiro	- Carnaval	7 de Setembro	- Indep. do Brasil
25 de Fevereiro	- Cinzas	12 de Outubro	- N. Sra. Aparecida
10 de Abril	- Paixão	1º de Novembro	- Todos os Santos
11 de Abril	- Aleluia	2 de Novembro	- Finados
12 de Abril	- Páscoa	15 de Novembro	- Procl. da República
21 de Abril	- Tiradentes	8 de Dezembro	- N. Sra. Conceição
1º de Maio	- Dia do Trabalho	25 de Dezembro	- Natal
21 de Maio	- Ascensão do Senhor	31 de Dezembro	- São Silvestre
11 de Junho	- Corpus Christi		

1999

JANEIRO							FEVEREIRO							MARÇO							ABRIL								
S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D		
				1	2	3	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7					1	2	3	4	
4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12	13	14	8	9	10	11	12	13	14	5	6	7	8	9	10	11		
11	12	13	14	15	16	17	15	16	17	18	19	20	21	15	16	17	18	19	20	21	12	13	14	15	16	17	18		
18	19	20	21	22	23	24	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	19	20	21	22	23	24	25		
25	26	27	28	29	30	31	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31					26	27	28	29	30				
MAIO							JUNHO							JULHO							AGOSTO								
S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D		
					1	2		1	2	3	4	5	6				1	2	3	4							1		
3	4	5	6	7	8	9	7	8	9	10	11	12	13	5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8		
10	11	12	13	14	15	16	14	15	16	17	18	19	20	12	13	14	15	16	17	18	9	10	11	12	13	14	15		
17	18	19	20	21	22	23	21	22	23	24	25	26	27	19	20	21	22	23	24	25	16	17	18	19	20	21	22		
24	25	26	27	28	29	30	21	22	23	24	25	26	27	19	20	21	22	23	24	25	23	24	25	26	27	28	29		
31							28	29	30					26	27	28	29	30	31		30	31							
SETEMBRO							OUTUBRO							NOVEMBRO							DEZEMBRO								
S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D		
				1	2	3					1	2	3	1	2	3	4	5	6	7					1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12	4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12	13	14	6	7	8	9	10	11	12		
13	14	15	16	17	18	19	11	12	13	14	15	16	17	15	16	17	18	19	20	21	13	14	15	16	17	18	19		
20	21	22	23	24	25	26	18	19	20	21	22	23	24	22	23	24	25	26	27	28	20	21	22	23	24	25	26		
27	28	29	30				25	26	27	28	29	30	31	29	30						27	28	29	30	31				

Feriados Móveis em 99: Carnaval: 16 de Fevereiro
Paixão: 2 de Abril
Corpus Christi: 3 de Junho

70. GASTOS COM ALUGUEL

48

DATA	VALOR DO ALUGUEL PAGO NO MÊS	TIPO DE REAJUSTE () ANUAL () SEMESTRAL () QUADRIMESTRAL () OUTRDS	OBSERVAÇÕES

250. GASTOS COM HABITAÇÃO PRÓPRIA FINANCIADA

COMPRA À VISTA	COMPRA FINANCIADA		PRAZO TOTAL DO FINANCIAMENTO
VALOR TOTAL PAGO NO MÊS	VALOR TOTAL PAGO NO MÊS	TOTAL DE ANDS QUITADOS	

66. CONDOMÍNIO

65. IPTU

DATA DO VENCIMENTO	VALOR PAGO NO MÊS

DATA DO VENCIMENTO	NÚMERO DE PREST.	ÁREA CONSTR. (m2)	VALOR DA PRESTAÇÃO NO MÊS	VALOR PAGO A VISTA

65. LUZ

65. ÁGUA/ESGOTO

DATA DO VENCIMENTO	VALOR DA CONTA PAGA NO MÊS	VALOR ICMS	VALOR FORNEC.	CONSUMO (KW)

DATA DO VENC.	VALOR DA CONTA PAGA NO MÊS	VALOR ÁGUA	VALOR ESGOTO	CONSUMO (m3)

65. TELEFONE

TIPO	DATA DO VENC.	VALOR DA CONTA PAGA NO MÊS	ASSINATURA	VALOR PAGO PELOS PULSOS	INTERURBANOS	DISQUE 0900	OUTROS: (Hab. celular, tx. admin., etc)
COMUM							
CELULAR BANDA A							
CELULAR BANDA B							

Descrição do serviço
utilizado pelo 0900

65. GÁS DE RUA

65. GÁS DE BOTIJÃO

DATA DO VENC.	VALOR DA CONTA PAGA NO MÊS	CONSUMO (m3)

DATA	QTD DE COMPR. NO MÊS	MARCA (Ultragás, liquígas, etc)	VALOR PAGO		VOLUME PESO
			UNIDADE	TOTAL	

66. GASTOS COM SERVIÇOS DOMÉSTICOS

SERVIÇOS DOMESTICOS	MENSALISTA	DIARISTA		OBSERVAÇÕES
	VALOR PAGO NO MÊS (incluindo INSS)	N. DE DIAS NO MÊS	VALOR PAGO POR DIA (INCL. CONDUÇÃO)	

UNIDADE ADICIONAL DE CONSUMO

VOCÊ POSSUI OUTRO IMÓVEL? () SIM () NÃO

SE SIM, INFORME OS GASTOS.

GASTOS COM HABITAÇÃO PRÓPRIA FINANCIADA

COMPRA À VISTA	COMPRA FINANCIADA		PRAZO TOTAL DO FINANCIAMENTO 107
VALOR TOTAL PAGO	VALOR TOTAL PAGO NO MÊS	TOTAL DE ANOS QUITADOS	

CONDOMÍNIO

IPTU

DATA DO VENCIMENTO	VALOR PAGO NO MÊS 108

DATA DO VENCIMENTO	NÚMERO DE PREST.	VALOR DA PRESTAÇÃO NO MÊS	VALOR PAGO À VISTA 109

LUZ

ÁGUA/ESGOTO

TELEFONE

DATA DO VENCIMENTO	VALOR DA CONTA PAGA NO MÊS	CONSUMO (KW) 110

DATA DO VENCIMENTO	VALOR DA CONTA PAGA NO MÊS	CONSUMO (m3) 111

DATA DO VENCIMENTO	VALOR DA CONTA PAGA NO MÊS 112

GÁS DE RUA

GÁS DE BOTIJÃO

DATA DO VENCIMENTO	VALOR DA CONTA PAGA NO MÊS 113

DATA	QTDE COMPR NO MÊS	VALOR PAGO		VOLUME PESO 114
		UNIDADE	TOTAL	

GASTOS COM SERVIÇOS DOMÉSTICOS

SERVIÇOS DOMÉSTICOS	MENSALISTA	DIARISTA		OBSERVAÇÕES 115
	VALOR PAGO NO MÊS (incluir INSS)	N. DE DIAS NO MÊS	VALOR PAGO POR DIA (INCL. CONDUÇÃO)	

OBS.:

INVENTÁRIO			COMPRA					116
APARELHOS DOMÉSTICOS	QTD. EXISTENTE	DATA DA COMPRA	VALOR PAGO			MARCA E MODELO	LOCAL DA COMPRA	
			À VISTA	A PRAZO				
				ENTRADA	No. DE PREST.	VR. PREST.		
63	APARELHO DE SOM							
73	AR CONDICIONADO							
84	ASPIRADOR DE PÓ							
119	BARBEADOR ELÉTRICO							
125	BATEDEIRA							
219	CHUVEIRO							
283	DEPILADOR ELÉTRICO							
300	ENCERADEIRA							
317	ESPRESSO DE FRUTAS							
322	EXAUSTOR							
1041	FAX							
334	FERRO ELÉTRICO							
527	FILMADORA							
353	FOGÃO							
355	FORNO MICROONDAS							
361	FREEZER							
373	FURADEIRA ELETRICA							
383	GELADEIRA							
932	IMPRESSORA							
473	LIQUIDIFICADOR							
521	MAQ. DE COSTURA							
524	MAQ. DE LAVAR LOUÇA							
522	MAQ. DE LAVAR ROUPA							
528	MAQ. FOTOGRÁFICA							
931	MICROCOMPUTADOR							
1042	PAGER							
733	RÁDIO RELÓGIO							
734	RÁDIO GRAVADOR							
788	SECADOR DE CABELOS							
1043	SECADORA DE ROUPAS							
823	TELEFONE (LINHA)							
1044	TELEFONE CELULAR (APARELHO E LINHA)	☐ Banda A ☐ Banda B						
852	TV EM CORES	☐ 14" ☐ 20" ☐ 29" outros						
844	TORRADERA							
867	VENTILADOR							
875	VIDEOCASSETE							

OUTROS:

MÓVEIS E DECORAÇÕES	DATA DA COMPRA	VALOR PAGO				MÁRCA E MODELO (Infantil, Beliche, Bicama, Sofa cama, etc)	LOCAL DA COMPRA
		À VISTA	A PRAZO				
			ENTRADA	No. DE PREST.	VR. PREST.		
POLTRONA E SOFÁ							
BERÇO							
BICAMA/SOFÁ-CAMA							
CADEIRA							
CAMA ☐ Solteiro ☐ Casal							
COLCHÃO ☐ Solteiro ☐ Casal							
CJ. ARMÁRIO COZINHA							
DORMITÓRIO COMPLETO							
ESTANTE							
GUARDA-ROUPA							
JOGO SALA DE VISITA							
MESA							
MESA P/ COZINHA							
ARMÁRIO QUARTO							
SOFA							
OUTROS:							
CARPETE ☐ Tradicional ☐ Madeira							
CORTINA							
LUSTRES							
TAPETE (Espec. medida)							
OUTROS:							

66. COMPRA DE FERRAMENTAS DOMÉSTICAS

UTILIDADES DOMÉSTICAS	DATA DA COMPRA	VALOR PAGO				MÁRCA E MODELO	LOCAL DA COMPRA
		À VISTA	A PRAZO				
			ENTRADA	No. DE PREST.	VR. PREST.		
ALICATE							
CHAVE DE FENDA							
MARTELO							
MANGUEIRA							
OUTROS:							

OBS.:

82. COMPRA DE UTILIDADES DOMÉSTICAS

52

UTILIDADES DOMÉSTICAS	DATA DA COMPRA	VALOR PAGO				MARCA E MODELO	LOCAL DA COMPRA
		À VISTA	A PRAZO				
			ENTRADA	No. DE PREST.	VR. PREST.		
APARELHO DE CAFÉ							
APARELHO DE JANTAR							
BACIA DE PLÁSTICO							
BAIXELA							
BANDEJA DE INOX							
BALDE DE PLÁSTICO							
FAQUEIRO							
FRIGIDEIRA							
GARRAFA TÉRMICA							
JOGO C/ 6 COPOS							
JOGO SOBREMESA INOX							
PANELA							
PANELA DE PRESSÃO							
PRATOS							
TALHERES							
XÍCARAS DE CAFÉ							
XÍCARAS DE CHÁ							
OUTROS:							

76/78/80. COMPRA DE ACESSÓRIOS DE ESCRITÓRIO

ACESSÓRIOS DE ESCRITÓRIO	DATA DA COMPRA	VALOR PAGO				MARCA E MODELO	LOCAL DA COMPRA
		À VISTA	A PRAZO				
			ENTRADA	No. DE PREST.	VR. PREST.		
ARQUIVO							
CALCULADORA							
ESCRIVANINHA							
MÁQ. DE ESCREVER							
PRATELEIRA							
OUTROS:							

OBS.:

ANEXO 2

Universidade de São Paulo
Faculdade de Saúde Pública

COMITÊ DE ÉTICA – COEP

Av. Dr. Arnaldo, 715 – CEP 01246-904 – São Paulo – Brasil

Telefones: (55-11) 3066- 7734 – fone/fax (55-11) 3064 -7314 – e-mail: mdgracas@usp.br

Of.COEP/088/03

28 de maio de 2003

Pelo presente, informo que o Comitê de Ética em Pesquisa da Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo-COEP, **analisou e aprovou “ad-referendum”**, de acordo com os requisitos da Resolução CNS/196/96, o Protocolo de Pesquisa n.º 966, intitulado: “PADRÃO ALIMENTAR DE CONSUMIDORES DE PRODUTOS COM REDUÇÃO DE GORDURAS”, apresentado pela pesquisadora Amábela de Avelar Cordeiro.

Atenciosamente,

Paulo Antonio de Carvalho Fortes
Professor Associado
Coordenador do Comitê de Ética em Pesquisa da FSP-COEP

ANEXO 3

Scree Plot - População Geral

Fatores derivados por análise fatorial, autovalores e porcentagem de variância e de variância acumulada para a população geral.

Componentes	Autovalores	% Variância	%Variância acumulada
1	4,122	29,445	29,445
2	1,732	12,371	41,816
3	1,338	9,556	51,372
4	,969	6,922	58,294
5	,924	6,601	64,895
6	,775	5,534	70,429
7	,737	5,265	75,694
8	,704	5,028	80,722
9	,565	4,034	84,756
10	,551	3,939	88,695
11	,506	3,611	92,305
12	,426	3,042	95,348
13	,340	2,427	97,775
14	,312	2,225	100,000

Scree Plot - Consumidores

Fatores derivados por análise fatorial, autovalores e porcentagem de variância e de variância acumulada para o grupo consumidor.

Componentes	Autovalores	% Variância	% Variância acumulada
1	3,654	26,097	26,097
2	1,725	12,325	38,421
3	1,383	9,876	48,297
4	1,063	7,591	55,888
5	,942	6,731	62,619
6	,860	6,142	68,762
7	,787	5,620	74,382
8	,744	5,313	79,695
9	,654	4,672	84,366
10	,549	3,920	88,286
11	,502	3,586	91,873
12	,479	3,422	95,294
13	,367	2,623	97,917
14	,292	2,083	100,000

Scree Plot - Não Consumidores

Fatores derivados por análise fatorial, autovalores e porcentagem de variância e de variância acumulada para o grupo não consumidor.

Componentes	Autovalores	% Variância	%Variância acumulada
1	4,206	30,046	30,046
2	1,732	12,370	42,416
3	1,301	9,293	51,710
4	,983	7,021	58,731
5	,904	6,454	65,185
6	,807	5,763	70,948
7	,730	5,216	76,163
8	,691	4,937	81,100
9	,566	4,044	85,144
10	,541	3,867	89,011
11	,472	3,375	92,386
12	,424	3,027	95,413
13	,323	2,306	97,719
14	,319	2,281	100,000