

IRSA - CONGRESSO MUNDIAL DE SOCIOLOGIA RURAL (01/10/2025 A
20/01/2026) - IRSA 03 - SOCIOLOGY OF FOOD

**EATING HABITS OF CONSUMERS IN THE CENTRAL REGION OF RIO
GRANDE DO SUL-BRAZIL**

Simone Camara (simonebuenocamara@gmail.com)

Janaína Balk Brandão (janainabalkbrandao@gmail.com)

Gustavo Pinto Da Silva (gustavo.pinto@politecnico.ufsm.br)

A alimentação é um aspecto central da vida humana e um dos pontos centrais da alimentação são os mercados de alimentos; no Brasil remonta ao período colonial, quando as trocas de mercadorias eram realizadas principalmente em feiras. Com o tempo, o crescimento urbano e econômico levou ao surgimento de outras formas de varejo, culminando no surgimento dos supermercados. Neste cenário, o presente estudo tem como objetivo principal analisar os hábitos alimentares dos consumidores que frequentam feiras livres e supermercados. Os dados coletados nos municípios de Santa Maria, Santiago e Cachoeira do Sul entre os meses de setembro de 2023 e fevereiro de 2024 resultaram em 593 observações, sendo os dados manuseados no Software SPSS IBM 29. Em nível metodológico de análise, utilizou-se da técnica Bonferroni e análise de cluster. Foram identificados três clusters distintos com

base em variáveis socioeconômicas e padrões de consumo. O Cluster 1 se caracteriza pelo maior consumo de alimentos in natura e minimamente processados, predominando mulheres (67,3%) e indivíduos com peso considerado normal (56,1%), com uma maior tendência a fazer compras em feiras (35,7%), associadas a hábitos alimentares mais saudáveis. O Cluster 2 é marcado por um maior consumo de alimentos ultraprocessados, com uma maior proporção de homens (47,1%) e maior incidência de sobrepeso (33,1%) e obesidade (21,5%), que preferem realizar as compras em supermercados (79,1%), em sua maioria. O Cluster 3 também consome mais alimentos ultraprocessados, mas apresenta uma população mais escolarizada e com renda mais alta. Este terceiro grupo é composto principalmente por mulheres (75,1%) e adultos (84,1%) que, embora também prefiram supermercados (79,6%), há uma significativa presença em feiras (30,3%). Os resultados indicam que o local de compra, junto com fatores como sexo, renda e escolaridade, exerce uma influência sobre os padrões alimentares dos consumidores, sendo as feiras associadas a escolhas alimentares mais saudáveis.

Palavras-chave: food markets; consumer behavior; dietary guidelines.