

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS**

**DOUTORADO**

**FACULDADE DE ENGENHARIA DE ALIMENTOS**

**2007**

**VANESSA MAESTRO**

**ANÁLISE DO OFERECIMENTO DA INFORMAÇÃO  
NUTRICIONAL E DE SAÚDE EM RESTAURANTES  
COMERCIAIS DO MUNICÍPIO DE CAMPINAS-SP**

Tese apresentada à Faculdade de  
Engenharia de Alimentos da  
Universidade Estadual de Campinas,  
como requisito para obtenção do  
título de Doutor em Alimentos e  
Nutrição.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> **Elisabete Salay**

Campinas - SP

2007

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA  
BIBLIOTECA DA FEA – UNICAMP

|       |                                                                                                                                                                                                      |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| M268a | <p>Maestro, Vanessa</p> <p>Análise do oferecimento da informação nutricional e de saúde em restaurantes comerciais do município de Campinas-SP / Vanessa Maestro. -- Campinas, SP: [s.n.], 2007.</p> |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Orientador: Elisabete Salay  
Tese (doutorado) – Universidade Estadual de Campinas. Faculdade  
de Engenharia de Alimentos

1. Serviços de alimentação. 2. Rotulagem nutricional. 3. Legislação. 4. Informação ao consumidor. 5. Política de nutrição. I. Salay, Elisabete. II. Universidade Estadual de Campinas.Faculdade de Engenharia de Alimentos. III. Título.

(cars/fea)

Titulo em inglês: Analysis of the providing nutritional and health information in commercial restaurants in the municipality of Campinas, S.P., Brazil

Palavras-chave em inglês (Keywords): Foodservice, Nutritional labeling, Legislation, Consumer information, Nutrition policy

Área de concentração: Consumo de Alimentos

**Titulação: Doutor em Alimentos e Nutrição**

Banca examinadora: Elisabete Salay

Jaime Amaya Farfan

Célio Kenji Miyasaka

Maria de Fátima Archanjo Sampaio

Marina Vieira da Silva

Elizabeth Aparecida Ferraz da Silva Torres

Programa de Pós Graduação: Programa Alimentos e Nutrição

## BANCA EXAMINADORA

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Elisabete Salay

Universidade Estadual de Campinas – SP

Orientadora

---

Prof. Dr. Jaime Amaya Farfan

Universidade Estadual de Campinas – SP

---

Prof. Dr. Célio Kenji Miyasaka

Universidade Estadual de Campinas – SP

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria de Fátima Archanjo Sampaio

Universidade Estadual de Campinas – SP

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Marina Vieira da Silva

Universidade de São Paulo – SP

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Elizabeth Aparecida Ferraz da Silva Torres

Universidade de São Paulo - SP

Dedico este trabalho:

À Nelson Henrique, minha paixão, com quem  
compartilho muitas riquezas, pelo amor e apoio  
em todos os momentos.

## **AGRADECIMENTOS**

Em primeiro lugar a Deus, razão da minha existência, luz do meu caminho.

À Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Elisabete Salay, pela sua valiosa orientação e sugestões, as quais contribuíram para a realização deste trabalho e para o meu crescimento profissional.

À Banca do Exame de Qualificação: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Marina Vieira da Silva e Prof. Dr. Admar Costa de Oliveira, pela contribuição ao trabalho.

Ao estatístico José Marcos Vendramini, pela análise estatística, esclarecimentos e sugestões.

À todos os funcionários do Departamento de Alimentos e Nutrição, da biblioteca e do centro de informática da Faculdade de Engenharia de Alimentos, por toda prontidão e assistência.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, pela concessão da bolsa de Doutorado e ao Fundo de Apoio ao Ensino, à Pesquisa e à Extensão – FAEPEX, da Unicamp, pelo auxílio financeiro para a coleta de dados.

Aos meus pais, por toda demonstração de carinho e confiança.

Em especial, à amiga Michele Sanches, que sempre mostrou uma grande amizade, por todo apoio e incentivo nos momentos necessários.

Às colegas Kátia e Viviane, do Departamento de Alimentos e Nutrição, pela amizade e troca de experiências.

À todos os gerentes dos serviços de alimentação que participaram da pesquisa, pela importante cooperação durante a etapa de coleta de dados.

## SUMÁRIO

|                                                                                                                                                                                                                             | Página |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| LISTA DE SIGLAS.....                                                                                                                                                                                                        | ix     |
| LISTA DE TABELAS.....                                                                                                                                                                                                       | xi     |
| LISTA DE FIGURAS.....                                                                                                                                                                                                       | xiii   |
| RESUMO GERAL.....                                                                                                                                                                                                           | xiv    |
| GENERAL ABSTRACT.....                                                                                                                                                                                                       | xvi    |
| INTRODUÇÃO GERAL.....                                                                                                                                                                                                       | 18     |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....                                                                                                                                                                                             | 23     |
| CAPÍTULO 1 - REVISÃO DA LITERATURA.....                                                                                                                                                                                     | 25     |
| 1 Padrão alimentar e consumo fora do lar.....                                                                                                                                                                               | 25     |
| 2 Restaurantes <i>fast food</i> e <i>full service</i> .....                                                                                                                                                                 | 30     |
| 3 O serviço de alimentação e a informação nutricional .....                                                                                                                                                                 | 32     |
| 3.1 Panorama internacional.....                                                                                                                                                                                             | 32     |
| 3.2 Panorama nacional.....                                                                                                                                                                                                  | 35     |
| 3.3 Restaurantes.....                                                                                                                                                                                                       | 37     |
| 3.4 Consumidores.....                                                                                                                                                                                                       | 44     |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....                                                                                                                                                                                             | 49     |
| CAPÍTULO 2 - IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DAS<br>INFORMAÇÕES NUTRICIONAIS E DE SAÚDE DISPONIBILIZADAS AOS<br>CONSUMIDORES POR RESTAURANTES COMERCIAIS, TIPO <i>FAST<br/>FOOD</i> E <i>FULL SERVICE</i> , CAMPINAS-SP..... | 57     |

|                                                                                                                                                                                       |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| RESUMO.....                                                                                                                                                                           | 58  |
| ABSTRACT.....                                                                                                                                                                         | 60  |
| INTRODUÇÃO.....                                                                                                                                                                       | 61  |
| METODOLOGIA.....                                                                                                                                                                      | 64  |
| RESULTADOS.....                                                                                                                                                                       | 66  |
| DISCUSSÃO.....                                                                                                                                                                        | 72  |
| CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS.....                                                                                                                                                | 78  |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....                                                                                                                                                       | 80  |
| CAPÍTULO 3 - OPINIÃO DE GERENTES DE RESTAURANTES SOBRE OS<br>BENEFÍCIOS E OBSTÁCULOS DEVIDO À ADOÇÃO DA INFORMAÇÃO<br>NUTRICIONAL E DE SAÚDE, MUNICÍPIO DE CAMPINAS-<br>SP.....       | 84  |
| RESUMO.....                                                                                                                                                                           | 85  |
| ABSTRACT.....                                                                                                                                                                         | 87  |
| INTRODUÇÃO.....                                                                                                                                                                       | 89  |
| METODOLOGIA.....                                                                                                                                                                      | 91  |
| RESULTADOS.....                                                                                                                                                                       | 94  |
| DISCUSSÃO.....                                                                                                                                                                        | 98  |
| CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....                                                                                                                                                       | 103 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....                                                                                                                                                       | 104 |
| CAPÍTULO 4 - OFERECIMENTO DA INFORMAÇÃO NUTRICIONAL E<br>DE SAÚDE EM RESTAURANTES DO MUNICÍPIO DE CAMPINAS-SP:<br>EXPECTATIVA DOS GERENTES QUANTO AOS BENEFÍCIOS E<br>OBSTÁCULOS..... | 108 |
| RESUMO.....                                                                                                                                                                           | 109 |

|                                                                                |     |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----|
| ABSTRACT.....                                                                  | 110 |
| INTRODUÇÃO.....                                                                | 112 |
| METODOLOGIA.....                                                               | 114 |
| RESULTADOS.....                                                                | 116 |
| DISCUSSÃO.....                                                                 | 122 |
| CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....                                                | 129 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....                                                | 130 |
| CONCLUSÕES GERAIS.....                                                         | 134 |
| RECOMENDAÇÕES.....                                                             | 135 |
| ANEXOS.....                                                                    | 136 |
| A – Procedimentos para a obtenção e estratificação da amostra da pesquisa..... | 137 |
| B - Instrumento para a coleta de dados - Questionário.....                     | 139 |
| C - Material de apoio às entrevistas.....                                      | 150 |
| D - Manual do entrevistador.....                                               | 152 |
| E - Tabelas de origem das figuras.....                                         | 156 |

## LISTA DE SIGLAS

ABIA = Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação

ABREDI = Associação dos Bares e Restaurantes Diferenciados de São Paulo

ACIC = Associação Comercial e Industrial de Campinas

ADA = American Dietetic Association

ANVISA = Agência Nacional de Vigilância Sanitária

CFR = Code of Federal Regulations

CSPI = Center for Science in the Public Interest

EMRA = European Modern Restaurant Association

FDA = Food and Drug Administration

GEPEA = Grupo de Estudos e Projetos em Engenharia de Alimentos

IBGE = Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IDEC = Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor

IMC = Índice de Massa Corpórea

IPC = Índice da Potencialidade de Consumo

MEAL = Menu Education and Labeling

NHANES = National Health and Nutrition Examination Surveys

NHLBI = National Heart, Lung, and Blood Institute

NLEA = Nutrition Labeling and Education Act

NRA = National Restaurant Association

NUTRIVEG = Nutrição Vegetariana

PAT = Programa de Alimentação do Trabalhador

POF = Pesquisa de Orçamentos Familiares

RMC = Região Metropolitana de Campinas

SBC/FUNCOR = Sociedade Brasileira de cardiologia/Fundo de Aperfeiçoamento e

Pesquisa em Cardiologia

UAN = Unidade de Alimentação e Nutrição

## LISTA DE TABELAS

### CAPÍTULO 2

|                                                                                                                                                                                                    | Página |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 1 - Características dos restaurantes e perfil dos gerentes entrevistados.<br>Campinas-SP, 2005.....                                                                                                | 67     |
| 2 - Disponibilidade de informação nutricional e/ou de saúde de acordo com a<br>linha de atuação do estabelecimento. Campinas -SP, 2005.....                                                        | 68     |
| 3 - Distribuição dos tipos de “declaração de nutrientes” e “declaração de<br>propriedades nutricionais” disponibilizadas por restaurantes comerciais.<br>Campinas-SP, 2005.....                    | 69     |
| 4 - Distribuição dos tipos de “alegações de propriedade funcional e/ou de<br>saúde” citados pelos gerentes dos restaurantes que disponibilizam a<br>informação nutricional. Campinas-SP, 2005..... | 71     |
| 5 - Veículos utilizados por restaurantes comerciais para disponibilizar<br>informação nutricional e/ou de saúde. Campinas-SP,<br>2005.....                                                         | 72     |

## LISTA DE TABELAS

### CAPÍTULO 3

|                                                                                                     | Página |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 1 - Características dos restaurantes e perfil dos gerentes entrevistados.<br>Campinas-SP, 2005..... | 94     |

## LISTA DE TABELAS

### CAPÍTULO 4

|                                                                                                                                                        | Página |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 1 - Características dos restaurantes e perfil dos gerentes entrevistados.<br>Campinas-SP, 2005.....                                                    | 117    |
| 2 - Distribuição dos restaurantes de acordo com a existência de responsável técnico e o oferecimento de informação nutricional. Campinas-SP, 2005..... | 118    |
| 3 - Distribuição do grau de interesse da empresa em adotar informação nutricional. Campinas-SP, 2005.....                                              | 122    |

## LISTA DE FIGURAS

### CAPÍTULO 3

|                                                                                                                                                                               | Página |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 1 - Distribuição do grau de importância dos benefícios observados pelos gerentes devido ao oferecimento de informação nutricional nos restaurantes. Campinas-SP, 2005.....    | 95     |
| 2 - Distribuição do grau de importância dos obstáculos identificados pelos gerentes devido ao oferecimento de informação nutricional nos restaurantes. Campinas-SP, 2005..... | 96     |

## LISTA DE FIGURAS

### CAPÍTULO 4

|                                                                                                                                                               | Página |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 1 - Distribuição do grau de importância dos benefícios esperados pelos gerentes decorrentes da adoção de informação nutricional. Campinas-SP, 2005.....       | 119    |
| 2 - Distribuição do grau de importância das razões citadas pelos gerentes para a não adoção do oferecimento de informação nutricional. Campinas-SP, 2005..... | 120    |

## **ANÁLISE DO OFERECIMENTO DA INFORMAÇÃO NUTRICIONAL E DE SAÚDE EM RESTAURANTES COMERCIAIS DO MUNICÍPIO DE CAMPINAS-SP**

### **RESUMO GERAL**

A maior preocupação do consumidor com qualidade dos alimentos torna-o mais atento e exigente quanto aos seus diferentes atributos, em especial, a qualidade nutricional. É importante destacar que a alimentação fora do lar tem crescido, especialmente nas grandes cidades. Neste sentido, em 1996, a *Food and Drug Administration* (FDA) regulamentou a rotulagem nutricional em cardápios de restaurantes dos Estados Unidos. No Brasil, esse tipo de regulamentação não existe, porém, algumas iniciativas individuais por parte de alguns proprietários de restaurantes estão surgindo, gerando a necessidade de apoio governamental. A presente pesquisa tem como objetivos a identificação e caracterização, em amostra de restaurantes comerciais, das iniciativas de provimento de informação nutricional e/ou de saúde, avaliação dos benefícios e obstáculos observados pelos gerentes para disponibilizar esse tipo de informação e avaliação do grau de interesse, em adotar futuramente essa medida, pelos gerentes que ainda não a empregam, assim como suas expectativas quanto aos benefícios e obstáculos decorrentes do oferecimento de informação nutricional e/ou de saúde em seus estabelecimentos. A pesquisa foi realizada no município de Campinas – SP, entre outubro e dezembro de 2005. Do total de 107 restaurantes *fast food* e 507 restaurantes *full service*, divididos segundo as cinco regiões de Campinas, foram entrevistados, com base em amostragem aleatória estratificada, 20 e 94 gerentes de cada tipo de estabelecimento, respectivamente. Após a coleta das informações, foi construído um banco de dados utilizando o *software* Excel. As análises estatísticas envolveram o teste do qui-quadrado, o

teste *t* de Student e o teste ANOVA, seguido do teste de médias de LSD (*Least Square Difference*). Os *softwares* estatísticos utilizados para a elaboração das análises foram o *XLSTAT* versão 2006.06 e o *MINITAB* versão 14.2. Entre os principais resultados destaca-se que em 25,4% dos restaurantes se disponibiliza informação nutricional e/ou de saúde. A frequência de oferecimento dessas informações é significativamente maior entre as redes de *fast food* do que entre os restaurantes *full service*. Na opinião dos gerentes, em relação ao grau de importância dos benefícios e obstáculos decorrentes do oferecimento de informação nutricional e/ou de saúde, o fator “aumentar o faturamento” apresentou-se como o benefício menos importante e o fator “falta de receitas que detalhem os ingredientes e as respectivas quantidades”, como um dos obstáculos mais importantes. Para os gerentes que não aplicam a informação nutricional e/ou de saúde em seus estabelecimentos, o fator “melhorar a imagem do serviço de alimentação” é o benefício esperado de maior importância e, entre os obstáculos, o fator “aumento do custo de operacionalização” é a preocupação maior entre eles. Há necessidade de se conceber a regulamentação das informações nutricionais e de saúde pelo poder público levando-se em conta características específicas dos serviços de alimentação. Já que o aumento de custo é relatado como um dos obstáculos mais importantes na manutenção da informação nutricional e/ou de saúde em restaurantes, incentivos deveriam ser criados pelas autoridades públicas com vistas a encorajar os proprietários desses estabelecimentos a adotarem tal política.

**Palavras-chave:** Serviços de alimentação, Rotulagem nutricional, Legislação, Informação ao consumidor, Política de nutrição.

**ANALYSIS OF THE PROVIDING NUTRITIONAL AND HEALTH  
INFORMATION IN COMMERCIAL RESTAURANTS IN THE MUNICIPALITY  
OF CAMPINAS, S.P., BRAZIL**

**GENERAL ABSTRACT**

The greater concern about food quality has made consumers more attentive and demanding with respect to the various food attributes, especially the nutritional quality. It is important to emphasize that eating out of home has increased, especially in the larger cities. Thus, in 1996, the Food and Drug Administration (FDA) regulated nutritional labeling in U.S. restaurant menus. In Brazil, this type of regulation does not exist, however, some individual initiatives on the part of some restaurants' owners is appearing, generating the necessity of governmental support. The present survey has as objectives the identification and characterization, in sample of commercial restaurants, from the provision initiatives of nutritional information and/or health, evaluation of benefits and obstacles observed by managers to make available this type of information and evaluation of the interest level, by adopting it in the future, for those managers who do not follow it, as well as their expectation in relation to the benefits and obstacles decurrently from the nutritional information and/or health offered in the. The survey was carried out in the municipality of Campinas, S.P., Brazil, between October and December of 2005. From a total of 107 fast food restaurants and 507 full service restaurants, divided according to the five regions in Campinas, on the basis of stratified random sampling, twenty and ninety-four managers from each type of establishment, respectively, were interviewed. After collecting the information, a data bank was constructed using the Excel software. The statistical analyses

involved the chi-square test, Student t-test and ANOVA, followed by the LSD means test (Least Square Difference). The statistical softwares used for the elaboration of the analyses were the *XLSTAT* version 2006.06 and *MINITAB* version 14.2. It is highlighted among the main results that in 25,4% of the restaurants nutritional information and/or health is made available. The frequency of offering such information was significantly higher amongst the fast food chains than amongst the full service restaurants. In the opinion of managers, in relation to the level of importance of benefits and obstacles decurrently from the nutritional information and/or health offered, the factor "increase the revenues" was presented as the benefit less important and the factor "lack of recipes that details the ingredients and the respective amounts", as one of the obstacles most important. For the who do not apply the nutritional information and/or health in the establishments, the factor "improve the image of the catering service" is the benefit of higher importance expected and, among the obstacles, the factor "increase the operational cost" is the greatest concern among them. There is a need for the public authorities to conceive regulation of the policy of providing nutritional and health information, taking into consideration the specific characteristics of the catering services. Since the cost increase is stated to be as one of the obstacles most important in the maintenance of the nutritional information and/or health in restaurants, incentives should be created by public authorities with sights to encourage the owners of these establishments to adopt such a policy.

**Keywords:** Catering services, Nutritional labeling, Legislation, Consumer information, Nutrition policy.

## INTRODUÇÃO GERAL

Nos últimos anos, têm ocorrido um aumento substancial das refeições consumidas fora do lar e na quantidade de serviços de alimentação disponíveis, além de uma maior variedade de alimentos oferecidos nestes locais. Este quadro reforça a importância da oferta do valor nutricional das refeições consumidas fora de casa (GARCIA, 2003).

Segundo Silva (2000), a maior participação da mulher no mercado de trabalho, o crescente desenvolvimento tecnológico e a intensificação do comércio, são alguns dos fatores que vêm contribuindo decisivamente para as mudanças nos padrões alimentares e nutricionais da população brasileira.

Os americanos despendem aproximadamente metade (46%) dos recursos financeiros destinado à alimentação com o consumo de alimentos fora de casa, comparado com um quarto (25%) em 1955 e a projeção para 2010 aponta para valores acima de 53%. Estima-se que, em 2004, os consumidores gastaram 440,1 bilhões de dólares com alimentação em restaurantes (NATIONAL RESTAURANT ASSOCIATION, 2004).

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2004) relata, segundo a Pesquisa de Orçamentos Familiares - POF realizada em 2002-2003, que o percentual de despesas com alimentação fora do domicílio entre a população brasileira residente em áreas urbanas (25,7%) é praticamente o dobro daquele observado nas áreas rurais (13,1%). Além disso, a região Sudeste é onde a população mais gasta com alimentação fora do domicílio (26,9%) e a maior parte da despesa destina-se a almoço e jantar (10,0)% do total gasto com alimentos.

No Brasil, a tendência é ocorrer um aumento da proporção dos gastos com alimentação fora do domicílio à medida que ocorra o crescimento econômico do país.

Assim, é importante que existam estratégias que viabilizem a informação nutricional em serviços de alimentação, estimulando o consumidor a realizar escolhas mais saudáveis, já que evidências em outros países sugerem que a frequência da alimentação fora do domicílio pode estar relacionada a um declínio do valor nutricional da dieta. Tal situação obviamente demanda intervenções (SALAY, 2005).

Existem vários estudos em países como Estados Unidos, Canadá, Austrália e Reino Unido que encontraram associação entre o consumo de alimentos fora de casa e perfil dietético inadequado (ADAMSON et al., 1996; LIN et al., 1999; FRENCH et al., 2000; GILLIS; BAR-OR, 2003; BOWMAN et al., 2004; BRIEFEL; JOHNSON, 2004; STANTON, 2006). Estudo com base em quatro levantamentos da *National Health and Nutrition Examination Surveys* – NHANES, entre 1971 a 2000, abrangendo uma população entre 1 e 74 anos de idade, revelou que durante esse período, a média de ingestão energética aumentou entre os adultos e sofreu pouca alteração entre crianças e jovens entre 1 e 19 anos de idade. Também foi apontado o aumento da ingestão de gorduras, açúcares e sódio e a ingestão insuficiente de frutas, vegetais, cereais integrais e leite. As razões para tal quadro se deve ao fato do aumento do número de refeições fora de casa (particularmente em restaurantes *fast food*), ampliação do tamanho das porções de alimentos e bebidas, crescimento do consumo de bebidas açucaradas e de *snacks* como batata frita e batata *chips* (BRIEFEL; JOHNSON, 2004).

Pesquisa realizada por Stanton (2006) teve como objetivo a elaboração do cálculo nutricional do conteúdo de gordura de algumas preparações típicas de alimentos servidos em restaurantes da Austrália e sua comparação com uma base de dados de composição alimentar australiana usada em pesquisas dietéticas. Os dados revelaram um aumento no tamanho das porções e no conteúdo de gordura dessas preparações, o qual foi apontado

como um dos prováveis fatores para o aumento do número de obesos no país. Estudo de Lin et al. (1999) registrou um consumo excessivo de gordura, açúcar e sódio e ingestão insuficiente de fibras e leite por consumidores americanos, concluindo que o fato dos alimentos fora de casa estarem tipicamente prontos para o consumo, faz com que o consumidor tenha menos controle ou conhecimento sobre o seu conteúdo nutricional.

No Brasil, estudo de Fausto et al. (2001) determinou o perfil da composição química e nutricional das refeições oferecidas no restaurante instalado na Universidade Estadual Paulista, em Araraquara (SP), constatando que os cardápios analisados continham excesso de energia, proteínas e lipídeos. Em contrapartida, a contribuição dos carboidratos na ingestão energética total foi reduzida. Resultados semelhantes foram identificados por meio da pesquisa de Abreu e Torres (2003) que realizaram análise nutricional de alimentos disponíveis para consumo em quatro restaurantes por quilo em Cerqueira César, São Paulo.

Nota-se que existe uma definição muito ampla adotada pelo Ministério da Saúde (2005) sobre alimentação saudável. Segundo o referido órgão, as características dessa alimentação deve ser: variada, colorida, harmoniosa em quantidade e qualidade nutricional, saborosa, segura, e que garanta a representatividade cultural e seu acesso à população.

Ultimamente percebe-se uma preocupação crescente do setor de serviços de alimentação em oferecer ao consumidor uma refeição saudável e informar a qualidade nutricional da mesma, visto a maior busca por qualidade de vida, e as empresas alimentícias estão percebendo e investindo nas mudanças, o que é algo extremamente positivo.

Embora os restaurantes do tipo *self-service* comercializem grande variedade de saladas, pratos principais, guarnições, entre outras preparações, favorecendo a escolha de uma alimentação saudável, Proença et al. (2005) ponderam que o consumidor pode realizar uma refeição inadequada nutricionalmente quando frequenta um restaurante por quilo.

Por outro lado, segundo a opinião dos referidos autores, é possível a obtenção de uma refeição balanceada por meio do consumo de lanches que sejam nutritivos. Para isso, eles precisam conter uma proporção adequada de cada grupo alimentar, com recheios atrativos e diferenciados.

Segundo Ippolito (1999), as políticas de informação e educação ao consumidor devem ser criadas, regulamentadas e avaliadas pelo governo. O guia alimentar destinado à população deixa claro que o governo e o setor produtivo de alimentos têm grande parcela de responsabilidade em promover a alimentação saudável do consumidor. Uma das ações citadas é a viabilização de campanhas e outras iniciativas de comunicação social e de educação que valorizem e incentivem um consumo adequado de alimentos. (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2005).

No Brasil as pesquisas sobre iniciativas de oferecimento de informação nutricional em restaurantes são escassas e sua disponibilidade constitui valioso subsídio para a elaboração de programas de informação nutricional e de regulamentação em restaurantes (SALAY, 2001).

Neste sentido, este trabalho visou identificar iniciativas de emprego de informação nutricional e/ou de saúde, seus tipos e veículos de divulgação, em restaurantes do tipo *fast food* e *full service* do município de Campinas-SP, assim como avaliar os benefícios e os obstáculos encontrados pelos gerentes dos serviços de alimentação da amostra em disponibilizar informação nutricional e também analisar o interesse dos gerentes que não adotam a informação nutricional, em realizar tal medida, assim como suas expectativas futuras em relação aos benefícios e obstáculos encontrados em razão da disponibilização dessas informações em suas empresas.

A presente pesquisa divide-se em quatro capítulos. O primeiro capítulo consiste na revisão da literatura, que aborda temas a respeito da relação entre padrão alimentar e o consumo de fora do lar; o crescimento dos restaurantes *fast food* e *full service* e o panorama das iniciativas de informação nutricional em restaurantes no Brasil e no exterior, abordando os pontos de vistas da empresa e do consumidor.

Os demais capítulos foram elaborados sob a forma de artigos. No segundo capítulo é investigado o número de restaurantes que oferecem informação nutricional e os tipos e veículos de transmissão dessas informações.

No terceiro capítulo é apresentada a avaliação dos benefícios e obstáculos que os gerentes de restaurantes enfrentam condicionados pelo oferecimento de informação nutricional.

O quarto capítulo aborda os benefícios e obstáculos, segundo as expectativas dos gerentes de restaurantes que não oferecem a informação nutricional e sua disponibilidade em adotar futuramente esse tipo de informação.

Por último são apresentadas as conclusões gerais e recomendações desta pesquisa, visando contribuir com as empresas de serviços de alimentação e com o setor público para que futuramente surjam estratégias visando a promoção de uma alimentação mais saudável em restaurantes.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABELL, M.A. The implementation and benefits of nutritious menu items for restaurants. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.93, n.9, Supplement 1, p.A53, Oct. 1993.

ADAMSON, A.J., et al. The contribution of foods from outside the home to the nutrient intake of young adolescents. **Journal of Human Nutrition and Dietetics**, Oxford, v.9, n.1, p.55-68, Feb. 1996.

BOWMAN, S.A., et al. Effects of fast-food consumption on energy intake and diet quality among children in a national household survey. **Pediatrics**, Elk Grove Village, v.113, n.1, p.112-118, Jan. 2004.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Coordenação-Geral da Política de Alimentação e Nutrição. **Guia alimentar para a população brasileira: promovendo a alimentação saudável**. Brasília: Ministério da Saúde, 2005. 236p.

BRIEFEL, R.R.; JOHNSON; C.L. Secular trends in dietary intake in the United States. **Annual Review of Nutrition**, Palo Alto, v.24, p.401-431, July 2004.

FAUSTO, M.A. et al. Determinação do perfil dos usuários e da composição química e nutricional da alimentação oferecida no restaurante universitário da Universidade Estadual Paulista, Araraquara, Brasil. **Revista de Nutrição**, Campinas, v.14, n.3, p.171-176, set./dez. 2001.

FRENCH, S.A.; HARNACK, L.; JEFFERY, R.W. Fast food restaurant use among women in the pound prevention study: dietary, behavioral and demographic correlates. **International Journal of Obesity**, Cambridge, v.24, n.10, p.1353-1359, June 2000.

GARCIA, R.W.D. Reflexões da globalização na cultura alimentar: considerações sobre as mudanças na alimentação urbana. **Revista de Nutrição**, Campinas, v.16, n.4, p.483-492, out./dez. 2003.

GILLIS, L.J.; BAR-OR, O. Food away from home, sugar-sweetened drink consumption and juvenile obesity. **Journal of the American College of Nutrition**, Clearwater, v.22, n.6, p.539-545, July 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Pesquisa de orçamentos familiares 2002/2003: primeiros resultados** – Brasil e grandes regiões, 2004. 276p.

IPPOLITO, P.M. How government policies shape the food and nutrition information environment. **Food Policy**, Philadelphia, v.24, n.2, p.295-306, May 1999.

LIN, B.; GUTHRIE, J.; FRAZAO, E. Nutrient contribution of food away from home. In: FRAZAO, E. (ed.). **America's eating habits: changes and consequences**. Washington, D.C.: United States Department of Agriculture – USDA/Economic Research Service – ERS, 1999. Agriculture Information Bulletin, n.750, p.213-242.

NATIONAL RESTAURANT ASSOCIATION - NRA. (2004). **Industry at a glance**. Disponível em: <<http://www.restaurant.org>>. Acesso em: 06 outubro 2005.

PROENÇA, R.P.C., et al. **Qualidade nutricional e sensorial na produção de refeições**. Florianópolis: ed. da UFSC, 2005. 221p.

SALAY, E. (2005). **Consumo alimentar fora do domicílio: implicações para pesquisas em segurança alimentar e nutricional**. Disponível em: <<http://www.comciencia.br>>. Acesso em: 22 setembro 2005.

\_\_\_\_\_. Serviços de alimentação: crescimento acelerado. **Agroanalysis**, Rio de Janeiro, v.21, n.2, p.47-49, fev. 2001.

SILVA, M.V. da. Consumo de alimentos, programas de suplementação e estado nutricional de escolares. In: SILVA, M.V. da. (Org.), et al. **Curso de atualização em alimentação e nutrição para professores da rede pública de ensino**. Piracicaba: ESALQ, Depto. de Agroindústria, Alimentos e Nutrição/FAPESP, 2000. p.1-45.

STANTON, R.A. Nutrition problems in an obesogenic environment. **The Medical Journal of Australia**, Strawberry Hills, v.184, n.2, p.76-79, Jan. 2006.

## **CAPÍTULO 1**

### **REVISÃO DA LITERATURA**

#### **1 PADRÃO ALIMENTAR E CONSUMO FORA DO LAR**

Nos últimos anos, o crescente consumo de alimentos industrializados, pré-preparados ou prontos que respondem a uma demanda de praticidade e o aumento do consumo de refeições fora do lar vêm contribuindo para as mudanças na composição da dieta dos indivíduos (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2005).

No Brasil existem poucos estudos que mostrem a relação entre o consumo fora do lar e um perfil dietético inadequado (FAUSTO et al., 2001; ABREU; TORRES, 2003; AMORIM et al., 2005; SAVIO et al., 2005).

No Brasil, estudo de Fausto et al. (2001) determinou o perfil da composição química e nutricional das refeições oferecidas no restaurante instalado na Universidade Estadual Paulista, em Araraquara (SP), constatando que os cardápios analisados continham excesso de proteína (mais de 50% das necessidades diárias de proteínas) e excesso de lipídeos (média de 45,5%, ultrapassando o valor máximo recomendado de 30% da ingestão energética total) contribuindo para um excesso de energia ingerida. Em contrapartida, o teor de carboidratos analisado foi baixo (média de 45,6%, não alcançando o intervalo recomendado de 55 a 60% da ingestão energética total).

Análise nutricional realizada por Abreu e Torres (2003), envolveu alimentos disponíveis para consumo em quatro restaurantes por quilo em Cerqueira César, cidade de São Paulo. Por meio da avaliação de adequação nutricional, foi identificada quantidade

suficiente de fibra total. No entanto os autores observaram consumo elevado de energia, gorduras totais, gordura saturada, colesterol, proteínas e açúcares simples e uma baixa contribuição dos carboidratos na ingestão energética total. Cabe ressaltar que dentre as preparações de maior preferência e, portanto, mais consumidas foram as saladas com molho de maionese, batata frita, massas, carnes e produtos de pastelaria.

Estudo realizado com 310 funcionários, com idade entre 16 e 60 anos, de uma Unidade de Alimentação e Nutrição – UAN, verificou a adequação nutricional de suas refeições durante o almoço *self-service*. Os autores constataram um perfil alimentar desbalanceado para os homens e mulheres, traduzindo-se em um almoço hipoglicídico, hiperprotéico, hiperlipídico e com conteúdo reduzido em fibras. Quanto ao conteúdo energético, a refeição revelou-se normocalórica para os homens e hipercalórica para as mulheres, apontando a necessidade de se orientar os funcionários da empresa sobre uma alimentação adequada (AMORIM et al., 2005).

O consumo alimentar de participantes do Programa de Alimentação do Trabalhador – PAT, no Distrito Federal, foi avaliado por meio de análise nutricional do almoço servido. O consumo médio dos indivíduos, com excesso de peso, de colesterol superou 90mg. Também foi verificada uma tendência de redução do consumo de fibras e aumento do consumo de colesterol e proteína com o aumento do Índice de Massa Corpórea – IMC (SAVIO et al., 2005).

Nos Estados Unidos, entre 1978 e 1995, a ingestão calórica dos americanos provenientes da alimentação fora de casa aumentou de 18 a 34% e a ingestão de gordura, de 19 a 38% (LIN et al., 1999).

O aumento da popularidade e da disponibilidade de alimentos para consumo fora de casa tem contribuído para seduzir um número cada vez maior de crianças e adolescentes a

frequêntarem os restaurantes. É o que revela a pesquisa de Nielsen et al. (2002), a qual avalia que entre jovens americanos com idade entre 12 e 18 anos, a porcentagem do total da ingestão energética consumida proveniente de restaurantes *fast food* e outros tipos de estabelecimentos tem aumentado de 6,5% em 1977-1978 para 19,3% em 1994-1996.

Estudo de Jeffery e French (1998) revelou que, entre adultos, a alimentação em restaurantes *fast food* obteve associação com um índice de massa corpórea -IMC mais alto.

Mulheres que consomem alimentos em restaurantes *fast food* com maior frequência, consomem mais energia e ganham mais peso que aquelas que realizam suas refeições com menor frequência em tais restaurantes (FRENCH et al., 2000).

Pesquisa de Gillis e Bar-Or (2003) envolvendo 91 indivíduos (crianças e adolescentes obesos de um programa hospitalar de controle de peso), identificou uma relação entre o consumo de alimentos fora de casa e de bebidas açucaradas com a porcentagem de gordura corpórea dessa população. Os autores recomendam a limitação do acesso desses alimentos às crianças e adolescentes.

No estado de Minnesota foram entrevistados 1.033 residentes a fim de examinar se haveria uma relação entre o hábito de se alimentar em restaurantes *fast food* e o peso corpóreo. A alimentação nesses restaurantes foi positivamente associada com uma dieta rica em gordura e com um Índice de Massa Corpórea – IMC mais elevado (JEFFERY et al., 2006).

A alimentação de crianças que tinham o hábito de consumir *fast food* apresentou um maior valor energético total e se revelou mais pobre no aspecto qualitativo. Esse perfil alimentar pode contribuir para o ganho de peso. É o que conclui o estudo de Bowman et al. (2004), que envolveu amostra de 6212 crianças e adolescentes americanos com idade entre 4 e 19 anos de idade participantes de duas grandes pesquisas, a saber: *Continuing Survey of*

*Food Intake by Individuals* de 1994-1996 e *Supplemental Children's Survey* em 1998. É interessante comentar que 30,3% dos indivíduos da amostra que consumiam *fast food* em dias típicos, apresentaram um consumo maior de bebidas açucaradas e açúcar de adição e um menor consumo de leite, frutas e vegetais.

Outra pesquisa realizada por Bowman e Vinyard (2004) também analisou dados da *Continuing Survey of Food Intake by Individuals* de 1994-1996. A amostra foi composta de 9.872 adultos com pelo menos 20 anos. Um em cada quatro indivíduos relatou consumir *fast food* e os resultados sobre o perfil da dieta foram semelhantes à pesquisa citada anteriormente, realizada com crianças e adolescentes. Além disso, a média dos valores de IMC foi maior para os adultos que freqüentavam os restaurantes *fast food* quando comparada aos adultos que não compareciam nesses locais.

Uma preocupação apontada como fomento à má nutrição e risco de obesidade entre crianças e adolescentes é a concentração de restaurantes *fast food* próximos às escolas. É o que revela pesquisa de Austin et al. (2005), apontando que 78% das escolas têm pelo menos um restaurante *fast food* em um entorno de 800m.

Estudo desenvolvido nos Estados Unidos, utilizando dados de 50 estados americanos, extraídos da *Behavioral Risk Factor and Surveillance Survey* de 2002, do *U.S. Census* de 2000 e das *U.S. Yellow Pages* de 2002, indicou uma associação positiva entre a proporção de adultos residentes por restaurante *fast food* com uma maior prevalência de obesidade (MADDOCK, 2004).

É importante mencionar que o grande tamanho das porções consumidas em casa e nos restaurantes (principalmente sucos, refrigerantes e batatas fritas) também tem contribuído para a maior ingestão energética e elevado risco de obesidade dos indivíduos (NIELSEN; POPKIN, 2003).

Os indivíduos quando se alimentam fora de casa têm dificuldade em notar diferenças no tamanho de porções comumente servidas. Neste estudo de Rolls et al. (2002), 55% dos adultos não notaram diferença quando foram servidos, em dias diferentes, com quatro porções de macarrão com queijo apresentando pesos distintos. A porção maior de macarrão proporcionou aos indivíduos um consumo de energia 30% superior quando comparado com a porção menor. Segundo os autores, porções maiores de alimentos podem contribuir para o excesso de ingestão energética e seu tamanho é um determinante modificável que deveria ser aplicado junto à estratégias de prevenção e tratamento da obesidade.

A *American Dietetic Association* – ADA (2002) realizou um estudo com 700 adultos americanos e observou que 44% relataram que as porções servidas nos restaurantes são maiores do que aquelas preparadas em casa, 30% alegaram que as porções dos restaurantes são menores e 25% afirmaram que são do mesmo tamanho, deixando claro a falta de percepção do consumidor para a variação de peso da porção consumida fora de casa.

Pesquisa com 180 consumidores adultos freqüentadores de um restaurante do tipo cafeteria revelou um aumento significativo na ingestão calórica quando a porção oferecida foi maior em comparação aos consumidores que ingeriram a porção tamanho padrão, sugerindo que as porções de tamanho maior servidas nos restaurantes contribuem para a epidemia da obesidade (DILIBERTI et al., 2004).

Lin et al. (1999) declaram que as refeições e lanches consumidos em restaurantes *full service* não são necessariamente superiores em termos nutricionais, quando comparado com aqueles vendidos em restaurantes *fast food*. Isto reforça a necessidade do emprego da informação nutricional nas refeições dos serviços de alimentação.

Faz-se necessária a intensificação da realização de estudos no Brasil a respeito do perfil alimentar dos consumidores e sua relação com as refeições consumidas fora do lar e riscos à obesidade, a fim de um melhor direcionamento das políticas públicas de orientação nutricional para a promoção da saúde.

## **2 RESTAURANTES *FAST FOOD* E *FULL SERVICE***

Conforme classificação adotada por Stewart et al. (2004), os restaurantes *fast food* caracterizam-se pelo serviço rápido, de conveniência, enquanto os restaurantes *full service* oferecem serviços completos (de mesa), em geral com cardápios mais variados.

O estabelecimento do tipo *fast food* não se restringe somente à comercialização de hambúrgueres, abrangendo outros tipos de comida rápida, tais como pizza, comida chinesa, mexicana, árabe, entre outros (ABREU; TORRES, 2003).

Os restaurantes *full service* abrangem os restaurantes *self-service*, cantina italiana, churrascaria, pizzeria, *trattoria*, entre outros serviços (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2002). Segundo Alves (1999), os restaurantes *self-service* facilitam a disponibilização de informação nutricional pois apresentam uma grande variedade de opções.

No Brasil, houve um aumento do número de restaurantes, partindo de 400.000 estabelecimentos em 1992 para 756.000 em 1998, com 41 milhões de refeições servidas por dia (MAGNÉE, 1996).

A Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação - ABIA (2005) define serviços de alimentação como: “o mercado que envolve toda a cadeia de produção e distribuição de alimentos, insumos, equipamentos e serviços orientado a atender os

estabelecimentos que preparam e fornecem refeições efetuadas principalmente fora do lar”. Cabe esclarecer que tanto a refeição efetuada no domicílio, mas adquirida pronta para ser consumida em estabelecimento do tipo *rotisserie* quanto aquela entregue ao lar através dos serviços de *delivery*, fazem parte do mercado de serviços de alimentação definido anteriormente.

A ABIA (2005) divulgou que no Brasil, o setor de serviços de alimentação cresceu mais que o varejo alimentício. No período de 1995 a 2004, enquanto o varejo de alimentos cresceu 106,3%, o segmento de serviços de alimentação se expandiu a uma taxa superior de 191,2%.

Entre os canais operadores dos serviços de alimentação, existem os canais comerciais. Estes têm como objetivo principal da operação a lucratividade com a comercialização de refeições. Os restaurantes comerciais, objeto desta pesquisa, compreenderam a maior fatia da receita anual, cujo faturamento do setor em 2001 foi de 23,0%, seguido pelas padarias (15%) e bares (14,4%) (ABIA, 2005).

A composição do mercado de alimentação fora do lar é dinâmica. Nos Estados Unidos, até a metade dos anos 90, as vendas de *fast food* aumentaram rapidamente e ultrapassaram levemente as vendas dos restaurantes *full service*. Tais alterações decorrem da adoção da estratégia de localização de novas redes de *fast food* (STEWART et al., 2004).

Registra-se que em 1997 as vendas de *fast food* faturaram aproximadamente 109,5 bilhões de dólares, valor inferior ao dos restaurantes do tipo *full service* (114,3 bilhões de dólares em 1997), apesar do custo médio do *fast food*, por refeição, ser muito menor (entre 1990 e 1997, o preço do *fast food* aumentou, em média, somente cerca de 2% ao ano, favorecendo o aumento nas vendas) (JEKANOWSKI, 1999).

Dados da *National Restaurant Association* (2006a) revelam que a expectativa de vendas dos serviços de alimentação nos Estados Unidos alcançará em 2007 o valor de 537 bilhões de dólares por meio da atuação dos 935.000 restaurantes instalados no país. O total de vendas para os restaurantes *full service* está projetado em 181,6 bilhões em 2007 e para os restaurantes *fast food*, espera-se a obtenção de um montante de 150,1 bilhões de dólares.

O gasto dos consumidores em restaurantes *full service* e *fast food* continuarão a subir nas próximas décadas, porém, o mais alto crescimento continuará a ocorrer com os restaurantes *full service*. Devido a isso, muitos restaurantes *fast food* estão expandindo a variedade de preparações no cardápio para se aproximar do serviço tradicionalmente oferecido pelos restaurantes *full service*. Os restaurantes McDonald's<sup>TM</sup>, por exemplo, ampliaram suas opções de venda, oferecendo saladas, frutas, iogurtes, entre outros produtos (STEWART et al., 2004).

### **3 O SERVIÇO DE ALIMENTAÇÃO E A INFORMAÇÃO NUTRICIONAL**

#### **3.1 Panorama internacional**

Em nível internacional, a trajetória da rotulagem nutricional em cardápios de restaurantes teve início em 1996, nos Estados Unidos, quando a *Food and Drug Administration* - FDA editou as regulamentações de acordo com a *Nutrition Labeling and Education Act* - NLEA que exigiu aos restaurantes a concordância e o atendimento às regulamentações elaboradas sobre as alegações de conteúdo nutricional e/ou de saúde que fossem introduzidas nos cardápios.

Cabe esclarecer que a FDA estimula mas não obriga a disponibilidade dessas informações nos alimentos comercializados pelos restaurantes devido a suas condições especiais de preparação e venda. A frequência com que os estabelecimentos de alimentação têm optado em elaborar a rotulagem nutricional sobre os itens do cardápio não é bem conhecida (KURTZWEIL, 1997).

Mais recentemente, elaborou-se a *Nutritional Information at Restaurants Act* de 2003 a qual propõe que as cadeias de restaurantes (10 ou mais unidades) forneçam informação nutricional relativa ao conteúdo energético, gordura saturada e trans, carboidratos e sódio, usados em suas receitas, para todos os alimentos e bebidas vendidos e ajudem os consumidores a tomar decisão sobre as escolhas de itens do cardápio (KRISBERG, 2003). No mesmo ano foi elaborado um projeto de lei chamado *Menu Education and Labeling* (MEAL), 2003 no Congresso Nacional (H.R. 3444) e um outro (S. 2108) em 2004 no Senado. Ambos exigiriam dos restaurantes a inclusão em seus cardápios de informações nutricionais chave como: o número total de kilocalorias, gramas de gordura saturada e trans, e miligramas de sódio por item do cardápio, tal como é vendido) de forma clara e notável ao consumidor. Esta exigência se aplicaria somente aos restaurantes que integram uma cadeia com 20 ou mais unidades (ESKIN; HERMANSON, 2004). Estes dois projetos de lei seriam uma extensão da NLEA, uma emenda da *Food, Drug, and Cosmetic Act*, a qual solicita que o consumidor tenha alcance das informações nutricionais quando deseje se alimentar fora de casa (KRISBERG, 2004) e atualmente estão sendo estudados pelo Subcomitê sobre Saúde (KRUKOWSKI et al., 2006).

O serviço de alimentação deve ser capaz de apresentar informações nutricionais e de saúde que tenham fundamento, apoiadas, por exemplo, no uso da avaliação de receitas por meio de uma base de dados, *softwares* ou livro de receitas confiáveis e não necessariamente

realizar análises nutricionais laboratoriais. Além disso, o responsável pela administração do restaurante deve provar que usa métodos de preparação dos alimentos que sustentam as informações nutricionais e de saúde disponibilizadas ao consumidor (CODE OF FEDERAL REGULATIONS, 2003).

Segundo o *Code of Federal Regulations* – CFR (2002), a “rotulagem nutricional” é um termo que pode ser empregado em restaurantes para se referir às informações nutricionais e deve estar disponível de forma clara no ponto de compra através de cardápios, apostilas, folders, entre outros veículos.

De acordo com Kurtzweil (1997), as regulamentações da FDA permitem aos restaurantes promover refeições mais saudáveis no cardápio usando dois tipos de alegações:

- alegações de conteúdo nutricional: as alegações do conteúdo nutricional incluem declarações diretas sobre o nível (ou taxa) de um nutriente em um alimento. Por exemplo: “baixo teor de sódio”, “gordura reduzida”, “contém 100 kilocalorias”;
- alegações de saúde: caracterizam a relação entre um ou mais nutrientes ou alimento e uma condição de doença ou saúde: por exemplo, um prato que tem um baixo teor de gorduras totais, gordura saturada e colesterol deve trazer uma informação sobre como as dietas com baixo teor de gordura saturada e colesterol podem reduzir o risco de doença cardíaca. Essas alegações podem aparecer no cardápio em termos simples, tais como “coração saudável”.

Atualmente, com base nas regulamentações da FDA, a *National Restaurant Association* – NRA possui vários estabelecimentos alimentícios, como por exemplos: Burger King™, McDonald’s™, Sodexo™, Subway™, KFC™ e Pizza Hut™ que fornecem informações relativas ao conteúdo energético e de nutrientes dos itens do cardápio com o

propósito defendido pela associação de combater a obesidade, proporcionando ao consumidor escolhas de alimentos mais saudáveis (NRA, 2006b).

Na Europa, a *European Modern Restaurant Association* – EMRA também possui vários restaurantes associados fornecendo informação calórica e nutricional de seus produtos como a Pizza Hut™ na França e Reino Unido e o KFC™ na Alemanha. Porém, essas informações estão em processo de elaboração e regulamentação, tendo como referencial dados da *British Food Standards Agency's*. Os restaurantes associados são estimulados a criar opções que contribuam para uma dieta balanceada, como por exemplo, molhos de salada com baixo teor de gordura, sucos de fruta, leite ou água, frutas, vegetais, sobremesas com pouca adição de açúcar, entre outros produtos (EMRA, 2004).

### **3.2 Panorama nacional**

No Brasil não existe uma legislação destinada aos cardápios de restaurantes. Os critérios de regulamentação e fiscalização da Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA sobre informação nutricional e de saúde são destinados ao rótulos das embalagens de alimentos industrializados ou alimentos produzidos e embalados em restaurantes, como sanduíches e sobremesas, somente no caso de serem comercializados para outros estabelecimentos. Provavelmente, no futuro, poderá se tornar responsável também pela informação nutricional e de saúde em restaurantes, englobando todos os seus tipos e veículos pelos quais essas informações podem ser disponibilizadas.

As informações nutricionais sobre rotulagem de alimentos da ANVISA (1999) e ANVISA (2003) são baseadas em dois tipos de declarações: a “declaração de nutrientes”

(informação nutricional que se refere à declaração do conteúdo de energia e/ou nutrientes de um alimento) e a “declaração de propriedades nutricionais” (refere-se à declaração de propriedades nutricionais particulares do alimento: livre, *light*, fonte de, etc.). Em relação à informação de saúde, pode-se também adotar dois tipos de alegações: a “alegação de propriedade funcional e/ou a alegação de propriedade de saúde” (refere-se ao papel metabólico ou fisiológico do nutriente para as funções normais do organismo humano e/ou sugere a existência da relação entre o alimento ou ingrediente com doença ou condição relacionada à saúde).

A ANVISA (2005) estabelece uma lista dos alimentos aprovados que apresentam alegação de propriedade funcional e/ou de saúde que podem ser colocadas nos rótulos dos alimentos e a forma de como podem ser citados.

O Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor – IDEC está solicitando que as redes de *fast food* do país forneçam informações nutricionais nas embalagens dos alimentos. Segundo o Instituto, a não adoção dessas informações pelas empresas implica no recebimento de uma notificação devido ao descumprimento da Resolução nº 360 de 2003 da Anvisa e do Código de Defesa do Consumidor (IDEC, 2006).

Em âmbito municipal, a prefeitura do Rio de Janeiro editou um decreto nº 23.148 de 17/07/03 estabelecendo que as redes de *fast food* adotem para acesso do público uma tabela legível e visível, contendo a informação nutricional de todos os produtos oferecidos, com base na legislação vigente para rotulagem nutricional de produtos industrializados. O órgão responsável pela fiscalização e notificação é a Vigilância Sanitária do município (VIGILÂNCIA SANITÁRIA DO MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO, 2003).

Em âmbito nacional, também se sugerem iniciativas de políticas de saúde dirigidas aos serviços de alimentação das escolas. O Ministro de Estado da Saúde e o Ministro de

Estado da Educação instituíram a portaria nº 1.010 de 08/05/06, cujas diretrizes visam a promoção da alimentação saudável nas escolas de educação infantil, fundamental e nível médio das redes públicas e privadas. A referida portaria restringe, por exemplo, a oferta e a venda de alimentos com alto teor de gordura, açúcar e sal e estimula o aumento da oferta e consumo de frutas, legumes e verduras (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2006).

### **3.3 Restaurantes**

No Brasil, o processo de informação sobre a segurança dos alimentos ao consumidor em restaurantes é pouco freqüente, apesar de ser importante, por exemplo, para pessoas que sofrem de alergias alimentares. Sua disponibilidade é de grande valor como subsídio para a elaboração de programas de informação nutricional e de regulamentação em restaurantes (SALAY, 2001).

Alguns restaurantes comerciais apresentam o valor energético dos pratos oferecidos. Essas iniciativas são incipientes e com certeza o poder público terá que conceber formas inovadoras de regulamentação dos serviços de alimentação, a fim de que o consumidor tenha informações disponíveis para selecionar um estabelecimento de acordo com a qualidade desejada, sem prejudicar a eficiência econômica das empresas (SALAY, 2001).

O restaurante Biosfera, localizado no *Shopping Higienópolis*, zona oeste da cidade de São Paulo, recebeu o selo de aprovação pela Sociedade Brasileira de Cardiologia/Fundo de Aperfeiçoamento e Pesquisa em Cardiologia - SBC/FUNCOR para quatro pratos servidos no restaurante. Esta certificação indica ao consumidor os alimentos que são considerados saudáveis pela SBC que tem como parâmetros fundamentais os níveis de gordura e colesterol contidos nos alimentos (SBC/FUNCOR, 2003).

Os restaurantes Balanceado e Delight, ambos localizados no município do Rio de Janeiro oferecem pratos *lights*, com grande variedade de carnes grelhadas e vegetais. Possuem atendimento personalizado ao cliente por meio de orientação nutricional e auxílio na escolha do cardápio, de acordo com sua necessidade, na presença ou não de patologias (MARTINS FILHO, 2002).

O Selo Nutrição Vegetariana - NutriVeg é um outro exemplo de certificação voltada à alimentação mas não a restaurantes propriamente dito. Esse selo foi criado por uma empresa de consultoria em nutrição, visando diferenciar alimentos vegetarianos em cardápios de restaurantes. Essa empresa está associada à Associação dos Bares e Restaurantes Diferenciados de São Paulo - ABREDI. O restaurante deve possuir no mínimo três pratos vegetarianos no seu cardápio (NUTRIVEG, 2003).

A rede McDonald's<sup>TM</sup> no Brasil também elaborou um folder chamado Guia Nutricional que, além de enfatizar o valor energético e nutricional dos produtos oferecidos, incentiva atitudes saudáveis no dia-a-dia por meio do estímulo à adoção de exercícios físicos.

A rede Habib's<sup>TM</sup> possui um guia nutricional que contém conceitos básicos de alimentação, incluindo explicação sobre os nutrientes e sobre a pirâmide alimentar. Além disso, fornece o valor energético e de macronutrientes, especificando também o teor de gordura saturada, colesterol, fibra alimentar, cálcio, ferro e sódio de todos os itens do cardápio. O ideal é que essas informações apareçam no cardápio para o pronto uso pelo consumidor, pois o acesso ao guia somente é possível quando solicitado pelo consumidor, mas muitos não sabem de sua existência.

A rede Bom Grillê™ disponibiliza um *site* com orientações de uma alimentação saudável ao consumidor (IMC, pirâmide alimentar, dicas nutricionais) e com uma tabela nutricional que mostra o tamanho da porção de cada preparação, assim como o teor energético e de macronutrientes, mostrando exemplos de combinações de baixo valor energético.

Várias pesquisas nos Estados Unidos apontam o baixo oferecimento de informação nutricional nos restaurantes (SNEED; BURKHALTER, 1991; ALMANZA et al., 1997; WOOTAN; OSBORN, 2006).

Segundo opinião do *Center for Science in the Public Interest* – CSPI (2003), o sistema atual de rotulagem voluntária em restaurantes é inadequado dada a grande participação dos alimentos de restaurantes na dieta dos americanos. Aproximadamente dois terços (65%) das maiores cadeias de restaurantes não fornecem nenhuma informação nutricional sobre os alimentos vendidos aos consumidores (ALMANZA et al., 1997).

Numerosos obstáculos à rotulagem nutricional em restaurantes têm sido relatados (ALBRIGHT et al., 1990; NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES, 1991; SNEED; BURKHALTER, 1991; ALMANZA et al., 1997). Dentre eles são registrados: cardápio muito variado, perda de flexibilidade na alteração dos itens do cardápio, dificuldade de treinamento dos funcionários e de modificar as receitas já existentes, falta de tempo para a implementação da rotulagem nutricional. Outra grande preocupação dos donos de restaurantes é o custo do oferecimento de informação nutricional. O custo aproximado da análise nutricional de uma receita é de \$50 (apenas para a análise do conteúdo de energia) a \$220 para a informação nutricional completa (CENTER FOR SCIENCE IN THE PUBLIC INTEREST, 2003).

Os gerentes de restaurantes demonstram insegurança e preocupação com relação à influência da informação nutricional sobre o resultado das vendas. Almanza et al. (1997) relataram que dos 65 diretores de pesquisa e desenvolvimento de serviços de alimentação entrevistados, 43 acreditavam que a rotulagem não teria efeito sobre as vendas, ou seja, teria uma ação neutra, enquanto que somente cinco diretores esperavam um aumento nas vendas com o emprego da informação nutricional.

Estudo que envolveu a realização de entrevistas com 70 diretores de pesquisa e desenvolvimento de grandes companhias de serviços de alimentação listadas no periódico *Restaurants & Institutions* de 1987, verificou que 46 deles afirmaram que as opções de refeição com informação nutricional representaram somente até 10% das vendas (SNEED; BURKHALTER, 1991).

Pesquisa em restaurante do tipo cafeteria, nos Estados Unidos, comparou a aceitabilidade de entradas quentes com teor menor de sódio e gordura antes e depois da implementação de um programa de *marketing* e sua influência nas vendas. Os resultados mostraram que não houve diferença significativa nas vendas durante a duração do estudo. Não foi observada nenhuma mudança significativa na aceitabilidade geral das entradas quentes. Contudo, os consumidores apresentaram tendência a maior aceitabilidade dessas entradas quando foram rotuladas com alegações de baixo teor de sódio e gordura (PERLMUTTER et al., 1997).

Existem pesquisas que mostram um aumento nas vendas devido ao oferecimento de informação nutricional (ALBRIGHT et al., 1990; ANDERSON; HAAS, 1990; HUDSON; CLUSKEY, 1998). Estes últimos autores elaboraram estudo envolvendo 160 donos de restaurante localizados em Oregon. Os resultados mostram que 45% usavam a rotulagem

nutricional em restaurantes e apontaram como um dos benefícios associados o aumento das vendas (HUDSON; CLUSKEY, 1998).

A indústria de restaurantes está respondendo ao crescente interesse do consumidor sobre saúde e nutrição por meio da oferta de cardápios alternativos que possuem um baixo teor de gordura, sódio, colesterol e energia. É o que afirma Abell (1993), tendo por base estudo envolvendo 164 gerentes de restaurantes da Pensilvânia. O autor identificou que 16% deles alegaram um volume de vendas anual de 6 a 15% atribuído aos alimentos rotulados como nutritivos no cardápio.

Um estudo sobre estratégias e disponibilidade adotadas por 27 donos de restaurantes rurais em promover opções saudáveis foi administrada em Calgary, Canadá, durante o almoço. Os dados revelaram que 76% dos donos de restaurantes opinaram que variava de média a alta a prioridade de servir alimentos saudáveis em seu estabelecimento e para atingir esse objetivo, 84% deles estavam dispostos a introduzir novas receitas e 88%, treinar seus funcionários. Além disso, 76% estavam determinados a inserir essas informações no cardápio e 72% alegaram que gostariam de contar com um nutricionista para auxiliar e implementar estratégias para aumentar as vendas de alimentos saudáveis nos restaurantes (BENSON, 1995).

Um aspecto também preocupante é que os americanos podem não querer assumir responsabilidade sobre escolhas alimentares erradas. Assim, os restaurantes que fazem uma alegação de conteúdo nutricional e/ou de saúde devem proteger-se de um processo. Isto é especialmente importante devido à incapacidade dos restaurantes de garantir qualidade, conteúdo nutricional e tamanho de porção. Cadeias como Bob Evans™ começou a registrar uma observação no cabeçalho do cardápio, estabelecendo que o restaurante está disponível em corrigir alguma informação inadequada e que não pode necessariamente garantir o

conteúdo nutricional exato de suas preparações (WALKUP, 2004). A capacidade de efetivamente fornecer e garantir a informação nutricional é impedida pela inconsistência no tamanho das porções, substituições de receitas e alterações forçadas de uma receita devido ao aumento de custo dos ingredientes (RUGGLESS, 2004).

Como exemplo de iniciativa internacional, podemos citar que nos Estados Unidos, a rede McDonald's<sup>TM</sup> voluntariamente deixa, no âmbito de suas lojas, folhetos disponíveis aos consumidores. Um deles chama-se *A full serving nutrition facts - Choose the best meal for you*, onde é descrito todos os ingredientes utilizados nos produtos oferecidos e o valor nutricional de seus produtos, assim como quanto eles representam nas necessidades energéticas e nutricionais dos indivíduos (SALAY, 2004).

O McDonald's<sup>TM</sup> no Japão disponibiliza um *site* que permite aos consumidores verificarem as informações nutricionais sobre seus produtos. Também oferece materiais de ensino escolar para aumentar a conscientização sobre uma alimentação adequada e a importância do balanço energético.

A Pizza Hut<sup>TM</sup>, também entre o topo das cadeias mais prósperas de serviços de alimentação nos Estados Unidos, desenvolveu uma brochura intitulada *With these ingredients, you can make a delicious, well-balanced meal* que fornece aos seus consumidores informações sobre o conteúdo nutricional de seus produtos (MERMELSTEIN, 1993).

Outras redes de restaurantes *fast food* como a Quick<sup>TM</sup>, KFC<sup>TM</sup>, Burger King<sup>TM</sup> de vários países (Estados Unidos, França, Alemanha) também estão disponibilizando em seus *sites* tópicos de orientação para uma alimentação saudável e valor nutricional das preparações.

Várias cadeias de *fast food* fornecem informações nutricionais que são geralmente de difícil acesso. O ideal é que tais informações estejam dispostas no cardápio, para pronta consulta e decisão pelo consumidor, segundo o *Center for Science in the Public Interest* (2003).

Segundo Weimer (1999) um programa de informação nutricional visa incrementar o conhecimento sobre nutrição do consumidor, melhorando o ambiente geral de informação. O programa de educação nutricional procura mudar o comportamento e hábito alimentar do consumidor. Ambos os tipos de programas são necessários em uma política de segurança alimentar e nutricional.

Mathios e Ippolito (1999) ressaltam alguns benefícios decorrentes da permissão ao setor privado em disponibilizar alegações sobre a dieta e doenças, como por exemplos, que essas alegações podem alcançar e convencer mais os consumidores do que certos programas governamentais e outras fontes gerais, como por exemplo, a mídia. Além disso, gera-se um ambiente competitivo entre as empresas, estimulando a melhoria das características nutricionais de seus produtos, levando ao aumento do número de produtos saudáveis no mercado.

Sloan e Bell (1999) e Kurtzweil (1997) alegam que a rotulagem nutricional em restaurantes, por meio das informações nutricionais e de saúde nos cardápios, podem ajudar o consumidor a entender melhor o papel da dieta na saúde e a escolher alimentos que contribuam para uma refeição saudável.

Cabe ressaltar que, no Brasil, não foram encontrados estudos sobre a implementação de informação nutricional e de saúde em restaurantes.

### 3.4 Consumidores

No Brasil são escassos os estudos a respeito da relação do consumidor com a oferta de informação nutricional em restaurantes. Face ao exposto, os resultados apresentados na sequência, foram obtidos por meio de pesquisas internacionais.

Pesquisa realizada com consumidores americanos com idade entre 21 a 54 anos de idade revelou que grande parte deles acham que é responsabilidade social do restaurante informá-los do conteúdo nutricional de alimentos que pode prejudicar ou ser benéfico a sua saúde. Além disso, os consumidores relataram que esperam dos cardápios de restaurantes uma lista exata dos ingredientes das receitas, informação nutricional correta, disponibilidade de pessoal qualificado para explicar as dúvidas surgidas, entre outras expectativas (THOMAS; MILLS, 2006).

Segundo os autores referidos anteriormente, o desejo dos consumidores de que os restaurantes apresentem uma lista detalhada dos ingredientes usados para cada item do cardápio é a importância em facilitar a escolha de quem é vegetariano. Também abordaram a necessidade de se informar o conteúdo energético, de açúcares, de sódio, de gorduras totais, saturadas e trans para auxiliar na dieta de pessoas com obesidade, hipertensão arterial, diabetes, doenças cardiovasculares. Alguns também consideraram importante informar sobre a existência de alimentos potencialmente alérgicos utilizados nas preparações.

Fitzpatrick et al. (1997) verificaram, em pesquisa realizada no Canadá, alta satisfação dos clientes de um serviço de alimentação comercial com os itens do cardápio reduzidos em gordura. Os autores afirmam que os restaurantes são um importante foco para programas de nutrição promovendo recomendações para reduzir a ingestão de gordura.

Também alegam que a maior preocupação com a nutrição está levando o cliente a demandar alternativas saudáveis em restaurantes.

Estudo desenvolvido em Montreal, Canadá, verificou que 25% dos clientes de restaurantes escolheram pratos com redução de gordura, apontando uma viabilidade para intervenções de *marketing* nutricional nestes estabelecimentos (RENAUD; DEMERS, 1992).

Vale ressaltar iniciativa de Kubena e Carson (1988) que desenvolveram o chamado “Programa de Informação Calórica” em um Serviço de Alimentação da Universidade do Texas, o qual produzia 1800 refeições/dia. O programa teve a duração de 15 semanas e visou fornecer informação sobre o conteúdo energético e nutricional dos alimentos servidos no restaurante universitário com base na modificação dos cardápios que passaram a oferecer aproximadamente 1200kcal, 30% de energia proveniente da gordura, 250mg de colesterol e 3mg de sódio ao invés de 2600kcal, 35% de energia proveniente da gordura, 400mg de colesterol e 6mg de sódio oferecidos no cardápio original. Dos 97 estudantes que entregaram os questionários totalmente preenchidos, 35% relataram basear-se regularmente nas informações dos cardápios ao realizarem sua refeição e 18% declararam estar seguindo os cardápios. Deste último grupo, cinco (30%) atribuíram a perda de peso à participação no programa. Três quartos dos estudantes manifestaram a vontade da continuidade do programa.

Pesquisa da Universidade Penn State, nos Estados Unidos, estudou voluntárias, com idades entre 19 e 35 anos, durante quatro semanas. Foram reduzidos em 25% o tamanho e em 30% a densidade calórica das porções servidas por meio da inclusão de mais vegetais e frutas e uso de alimentos com menor teor de açúcar e gordura. Isto levou a uma diminuição do peso e todas as mulheres afirmaram sentir-se satisfeitas com as refeições. O trabalho

mostrou que essas medidas, mesmo pequenas, foram eficientes e que podem ser aplicadas em restaurantes como auxílio no combate à obesidade (ROLLS, 2001).

Na verdade, constitui-se um dilema para os donos de restaurantes disponibilizar informação nutricional e de saúde no serviço de alimentação pois eles não sabem se os consumidores selecionariam os itens devido a essas informações ou com base na aparência ou gosto percebidos (THOMAS; MILLS, 2006).

Pesquisa de Elder et al. (1999) revelou que dos fatores que afetam a seleção de restaurantes por famílias americanas, o fator “sabor” ficou em primeiro lugar e o fator “conteúdo nutricional” ficou em nono lugar dos 19 itens listados e sugeriram que os programas de educação nutricional não têm convencido as famílias a procurar alimentos saudáveis em restaurantes.

Uma pesquisa com 700 consumidores nos Estados Unidos indicou que os consumidores procuram por alimentos saudáveis quando se alimentam fora de casa e que procuram aplicar seu conhecimento sobre saúde e nutrição em suas escolhas (STEWART et al., 2006). Porém, a mesma pesquisa revelou que o atributo sabor é o mais importante na escolha do alimento consumido fora de casa, seguido pela nutrição e depois, a conveniência.

Pesquisa de Totten e McKay (2003) envolvendo 82 estudantes também identificou o sabor como o principal determinante das escolhas alimentares, seguido pelo preço, conveniência, nutrição e rapidez do serviço.

A Taco Bell™ introduziu uma linha de itens no cardápio com baixo teor de gordura em 1994, chamados *Border Lights*, mas eles foram abandonados devido às vendas baixas, pois os consumidores não gostaram do sabor. Em 1991 o McDonald's™ introduziu o

McLean Deluxe mas a pouca venda e a baixa aceitação do consumidor levou a sua saída do cardápio em poucos anos. O sanduíche com frango grelhado é um dos produtos com menor teor de gordura que tem obtido maior sucesso permanecendo nos cardápios da maioria das cadeias de hambúrguer (JEKANOWSKI, 1999).

Diante do exposto anteriormente, os gestores de programas de informação ou educação nutricional devem ficar atentos em produzir e desenvolver preparações nutritivas que sejam saborosas e também de custo acessível ao consumidor (GLANZ et al., 1998).

Os donos de restaurantes estão conscientes dessa tendência e muitos estão tentando fornecer alternativas de refeições mais saudáveis e saborosas aos seus clientes. Os chefes de cozinha também estão mais atentos ao conteúdo de gordura dos alimentos e acreditam que a informação nutricional deve ser fornecida aos consumidores (REICHLER; DALTON, 1998).

Um dos desafios a respeito da aplicação da informação nutricional em restaurantes é que o consumidor leia, compreenda e utilize essas informações. Há dois pontos críticos fundamentais de informação em cada rótulo nutricional que são essenciais para o controle de peso: o tamanho da porção e o número de kilocalorias em cada porção. Mas essas informações serão úteis somente se o consumidor entender quantas kilocalorias ele precisa ingerir por dia para manter o peso (KRUKOWSKI et al., 2006). O referido autor fez essa investigação com 965 consumidores de 18 a 92 anos de idade e descobriu que somente 67% dos participantes foram capazes de identificar o número de kilocalorias que eles deveriam estar consumindo, apontando a necessidade de educar o público sobre os princípios do balanço energético.

Um estudo que envolveu 106 adolescentes com idade entre 11 e 18 anos, freqüentadores de restaurantes *fast food*, revelou que 75 deles não mudaram seus pedidos

após a disponibilização do conteúdo energético e de gordura nos itens dos cardápios e dos 31 participantes que mudaram alguns de seus pedidos, 43 refeições resultaram num decréscimo de energia. Embora não tenha havido mudança de comportamento na maioria dos adolescentes, alguns deles reagiram positivamente reforçando a necessidade da existência de informação nutricional em restaurantes (YAMAMOTO et al., 2005).

Os consumidores consideram que a alimentação fora de casa é um hábito ocasional que não tem o mesmo efeito sobre a dieta como os alimentos consumidos em casa e isto torna-se barreira para uma mudança de atitude positiva sobre a escolha de alimentos saudáveis consumidos fora de casa (LIN et al., 1998).

O impacto de programas de informação e educação nutricional pode depender de “se” e “como” o comportamento do consumidor é afetado pelo desejo de uma dieta saudável e pelo próprio conhecimento do consumidor sobre saúde e nutrição (STEWART et al., 2006).

Para possibilitar um resultado efetivo, é necessário que a informação nutricional veiculada nos restaurantes seja acompanhada por outros tipos de intervenções. Um exemplo simples é o uso do Guia Alimentar da Pirâmide como uma ferramenta educacional para ajudar os consumidores a colocar as “normas dietéticas” em prática (WEIMER, 1999).

A oferta de informação nutricional em restaurantes não significa necessariamente um efeito sobre a mudança de comportamento do consumidor, mas a literatura especializada mostra resultados positivos, sustentando que esse público alvo deva ser cada vez mais conscientizado da importância do uso da informação nutricional em restaurantes em sua escolha alimentar e, por outro lado, estimulando um número cada vez maior de restaurantes para aderir à essa política.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABELL, M.A. The implementation and benefits of nutritious menu items for restaurants. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.93, n.9, Supplement 1, p.A53, Oct. 1993.

ABREU, E.S.; TORRES, E.A.F.S. Restaurante “por quilo”: vale o quanto pesa? Uma avaliação do padrão alimentar em restaurantes de São Paulo, SP. **Nutrire**, São Paulo, v.25, p.7-22, jun. 2003.

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA – ANVISA. (2005). **Alimentos com alegações de propriedades funcionais e ou de saúde, novos alimentos/ingredientes, substâncias bioativas e probióticos**. Lista das alegações aprovadas. Disponível em: <<http://www.anvisa.gov.br>>. Acesso em: 25 agosto 2005.

\_\_\_\_\_. (1999). **Resolução nº 18, de 30 de abril de 1999**. Diretrizes básicas para análise e comprovação de propriedades funcionais e ou de saúde alegadas em rotulagem de alimentos. Disponível em: <<http://www.anvisa.gov.br>>. Acesso em: 25 agosto 2005.

\_\_\_\_\_. (2003). **Resolução RDC nº 360, de 23 de dezembro de 2003**. Aprova regulamento técnico sobre rotulagem nutricional de alimentos embalados, tornando obrigatória a rotulagem nutricional. Disponível em: <<http://www.anvisa.gov.br>>. Acesso em: 25 agosto 2005.

ALBRIGHT, C.L.; FLORA, J.A.; FORTMANN, S.P. Restaurant menu labeling: impact of nutrition information on entree sales and patron attitudes. **Health Education & Behavior**, Thousand Oaks, v.17, n.2, p.157-167, 1990.

ALMANZA, B.A.; NELSON, D.; CHAI, S. Obstacles to nutrition labeling in restaurants. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.97, n.2, p.157-161, Feb. 1997.

ALVES, A.K.L. Comer fora: como fazer a escolha certa. **Nutriweb**, São Paulo, v.1, n.2, nov./dez. 1999. Disponível em: <<http://www.epub.org.br>>. Acesso em: 02 julho 2003.

AMERICAN DIETETIC ASSOCIATION – ADA. (2002). **Nutrition and you: trends 2002**. Disponível em: <<http://www.eatright.org>>. Acesso em: 19 outubro 2004.

AMORIM, M.M.A.; JUNQUEIRA, R.G.; JOKL, L. Adequação nutricional do almoço *self-service* de uma empresa de Santa Luzia, MG. **Revista de Nutrição**, Campinas, v.18, n.1, p.145-156, jan./fev. 2005.

ANDERSON, J.; HAAS, M.H. Impact of a nutrition education program on food sales in restaurants. **Journal of Nutrition Education**, Philadelphia, v.22, n.5, p.232-238, Oct. 1990.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DA ALIMENTAÇÃO - ABIA. **A nova distribuição para o food service brasileiro**, 2005. 156p.

AUSTIN, S.B., et al. Clustering of fast-food restaurants around schools: a novel application of spatial statistics to the study of food environments. **American Journal of Public Health**, Washington, D.C., v.95, n.9, p.1575-1581, Sep. 2005.

BENSON, W. Strategies and willingness of rural restaurateurs to promote healthy foods. **Canadian Journal of Public Health**, Ottawa, v.86, n.3, p.181-184, May/June 1995.

BOWMAN, S.A., et al. Effects of fast-food consumption on energy intake and diet quality among children in a national household survey. **Pediatrics**, Elk Grove Village, v.113, n.1, p.112-118, Jan. 2004.

BOWMAN, S.A.; VINYARD, B.T. Fast food consumption of U.S. adults: impact on energy and nutrient intakes and overweight status. **Journal of the American College of Nutrition**, Clearwater, v.23, n.2, p.163-168, Sep. 2004.

BRASIL. Ministério da Saúde. (2006). **Portaria Interministerial nº 1.010 de 8 de Maio de 2006**. Disponível em: <<http://www.saude.gov.br>>. Acesso em: 19 junho 2006.

\_\_\_\_\_. Secretaria de Atenção à Saúde. Coordenação-Geral da Política de Alimentação e Nutrição. **Guia alimentar para a população brasileira: promovendo a alimentação saudável**. Brasília: Ministério da Saúde, 2005. 236p.

CENTER FOR SCIENCE IN THE PUBLIC INTEREST. **Anyone's guess: the need for nutrition labeling at fast-food and other chain restaurants**, 2003. 31p.

CODE OF FEDERAL REGULATIONS. (2002). **Nutrition labeling of food**. 21 CFR § 101.9. Disponível em: <<http://www.gpoaccess.gov>>. Acesso em: 11 abril 2005.

\_\_\_\_\_. (2003). **Nutrition labeling of restaurant foods**. 21 CFR § 101.10. Disponível em: <<http://www.gpoaccess.gov>>. Acesso em: 11 abril 2005.

DILIBERTI, N., et al. Increased portion size leads to increased energy intake in a restaurant meal. **Obesity Research**, Silver Spring, v.12, n.3, p.562-568, Mar. 2004.

ELDER, J., et al. Factors affecting selection of restaurants by anglo- and mexican-american families. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.99, n.7, p.856-858, July 1999.

ESKIN, S.B.; HERMANSON, S. AARP Public Policy Institute. (2004). **Nutrition labeling at fast-food and other chain restaurants**. Disponível em: <<http://www.ers.usda.gov>>. Acesso em: 12 agosto 2004.

EUROPEAN MODERN RESTAURANT ASSOCIATION – EMRA. (2004). **Roundtable on obesity**. Disponível em: <<http://www.emrarestaurants.com>>. Acesso em: 22 setembro 2005.

FAUSTO, M.A. et al. Determinação do perfil dos usuários e da composição química e nutricional da alimentação oferecida no restaurante universitário da Universidade Estadual Paulista, Araraquara, Brasil. **Revista de Nutrição**, Campinas, v.14, n.3, p.171-176, set./dez. 2001.

FITZPATRICK, M.P; CHAPMAN, G.E.; BARR, S.I. Lower-fat menu items in restaurants satisfy customers. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.97, n.5, p.510-514, May 1997.

FRENCH, S.A.; HARNACK, L.; JEFFERY, R.W. Fast food restaurant use among women in the pound prevention study: dietary, behavioral and demographic correlates. **International Journal of Obesity**, Cambridge, v.24, n.10, p.1353-1359, June 2000.

GILLIS, L.J.; BAR-OR, O. Food away from home, sugar-sweetened drink consumption and juvenile obesity. **Journal of the American College of Nutrition**, Clearwater, v.22, n.6, p.539-545, July 2003.

GLANZ, K., et al. Why americans eat what they do: taste, nutrition, cost, convenience, and weight control concerns as influences on food consumption. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.98, n.10, p.1118-1126, Oct. 1998.

HUDSON, J.K.; CLUSKEY, M.M. Nutrient-content and health claims labeling on Oregon restaurant menus. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.99, n.9, Supplement 1, p.A59, Sep. 1998.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR – IDEC. (2006). **Embalagem leva Idec a notificar redes de *fast food***. Disponível em: <<http://www.idec.org.br>>. Acesso em: 22 setembro 2006.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. (2002). **Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE Fiscal)**. Disponível em: <<http://www.cnae.ibge.gov.br>>. Acesso em: 04 agosto 2003.

JEFFERY, R.W. et al. Are fast food restaurants an environmental risk factor for obesity? **International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity**, London, v.3, n.2, 2006. Disponível em: <<http://www.ijbnpa.org/content/3/1/2>>. Acesso em: 28 janeiro 2006.

JEFFERY, R.W.; FRENCH, S.A. Epidemic obesity in the United States: are fast food and television viewing contributing? **American Journal of Public Health**, Washington, D.C., v.88, p.277-280, Feb. 1998.

JEKANOWSKI, M.D. **Causes and consequences of fast food sales growth**. (1999). Disponível em: <<http://www.ers.usda.gov>>. Acesso em: 15 agosto 2003.

KRISBERG, K. (2003). **D.C. restaurants may have to provide information**. Disponível em: <<http://www.apha.org/tnh>>. Acesso em: 10 maio 2004.

\_\_\_\_\_. (2004). **Legislative effort calls for nutrition listing at restaurants**. Disponível em: <<http://www.apha.org/tnh>>. Acesso em: 02 fevereiro 2005.

KRUKOWSKI, R.A. et al. Consumers may not use or understand calorie labeling in restaurants. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.106, n.6, p.917-920, June 2006.

KUBENA, K.S.; CARSON, D.E. Nutrition promotion in a university foodservice: reduced fat, sodium, and energy content of menus. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v. 88, n.11, p.1412-1416, Nov. 1988.

KURTZWEIL, P. (1997). Center for Food Safety and Applied Nutrition. **Today's special:** nutrition information. Disponível em: <<http://www.cfsan.fda.gov>>. Acesso em: 15 abril 2004.

LIN, B., et al. (1998). **Popularity of dining out presents barrier to dietary improvements**. Disponível em: <<http://www.ers.usda.gov>>. Acesso em: 09 abril 2004.

LIN, B.; GUTHRIE, J.; FRAZAO, E. Nutrient contribution of food away from home. In: FRAZAO, E. (ed.). **America's eating habits:** changes and consequences. Washington, D.C.: United States Department of Agriculture – USDA/Economic Research Service – ERS, 1999. Agriculture Information Bulletin, n.750, p.213-242.

MADDOCK, J. The relationship between obesity and the prevalence of fast food restaurants: state-level analysis. **American Journal of Health Promotion**, Cleveland, v.19, n.2, p.137-143, Nov./Dec. 2004.

MAGNÉE, H.M. **Manual do Self-service**. São Paulo: Varela, 1996. 242p.

MATHIOS, A.D.; IPPOLITO, P. Health claims in food advertisement and labeling. In: FRAZAO, E. (ed.). **America's Eating Habits:** changes and consequences. Washington, D.C.: United States Department of Agriculture – USDA/Economic Research Service – ERS, 1999. Agriculture Information Bulletin , n.750, p.189-212.

MERMELSTEIN, N.H. Nutrition labeling in foodservice. **Food Technology**, Chicago, v.47, n.4, p.65-68, Apr. 1993.

MARTINS FILHO, J.M. Restaurante “Balanceado” - perfeito equilíbrio entre nutrição e gastronomia no Rio de Janeiro e Restaurante Delight – importante contribuição para a reeducação alimentar. **Nutrição, Saúde & Performance**, São Paulo, v.4, n.17, p.25-26, jun./jul. 2002.

NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES. Food and Nutrition Board, Institute of Medicine. **Improving america's diet and health:** from recommendation to action. Washington, D.C.: National Academy Press, 1991. 256p.

NATIONAL RESTAURANT ASSOCIATION – NRA (2006). **Increased restaurant industry sales, employment growth predicted in 2007 by National Restaurant Association Economic Forecast**. Disponível em: <<http://www.restaurant.org>>. Acesso em: 20 dezembro 2006a.

\_\_\_\_\_. (2006). **State menu labeling legislation**. Disponível em: <<http://www.restaurant.org>>. Acesso em: 22 setembro 2006b.

NIELSEN, S.J.; POPKIN, B.M. Patterns and trends in food portion sizes, 1977-1998. **Journal of the American Medical Association**, Philadelphia, v.289, n.4, p.450-453, Jan. 2003.

NIELSEN, S.J.; SIEGA-RIZ, A.M.; POPKIN, B.M. Trends in food locations and sources among adolescents and young adults. **Preventive Medicine**, Philadelphia, v.35, n.2, p.107-112, Aug. 2002.

NUTRIVEG – Nutrição Vegetariana. (2003). **Selo vegetariano nutriVeg**. Disponível em: <<http://www.nutriveg.com.br>>. Acesso em: 08 outubro 2003.

PERLMUTTER, C.A.; CANTER, D.D.; GREGOIRE, M.B. Profitability and acceptability of fat- and sodium-modified hot entrees in a worksite cafeteria. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.97, n.4, p.391-395, Apr. 1997.

REICHLER, G.; DALTON, S. Chef's attitudes toward healthful food preparation are more positive than their food science knowledge and practices. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.98, n.2, p.165-169, Feb. 1998.

RENAUD, L.; DEMERS, A. Quelques enjeux d'une intervention de marketing nutritionnelle dans des restaurants de Montréal. **Canadian Journal of Public Health**, Ottawa, v.83, n.1, p.24-30, Jan./Feb. 1992.

ROLLS, B.J. (2001). **Fell full on fewer calories**. Disponível em: <<http://www.nal.usda.gov>>. Acesso em: 02 abril 2007.

ROLLS, B.J.; MORRIS, E.L.; ROE, L.S. Portion size of food affects energy intake in normal-weight and overweight men and women. **American Journal of Clinical Nutrition**, Bethesda, v.76, n.6, p.1207-1213, Dec. 2002.

RUGGLESS, R. (2004). **Brinker**: anti-fat lawsuits, labeling threats prompt new health tactic, advisory board. Disponível em: <<http://www.nrn.com>>. Acesso em: 07 setembro 2005.

SALAY, E. Hábitos alimenticios y aspectos nutricionales y la calidad de los alimentos. In: BELIK, W. (Org.). **Políticas de seguridad alimentaria y nutricion en America Latina**. São Paulo: Hucitec, 2004. p.83-201.

\_\_\_\_\_. Serviços de alimentação: crescimento acelerado. **Agroanalysis**, Rio de Janeiro, v.21, n.2, p.47-49, fev. 2001.

SAVIO, K.E.O. et al. Avaliação do almoço servido a participantes do programa de alimentação do trabalhador. **Revista de Saúde Pública**, São Paulo, v.39, n.2, p.148-155, abr. 2005.

SLOAN, M.E.; BELL, L.N. Fat content of restaurant meals: comparison between menu and experimental values. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.99, n.6, p.731-733, June 1999.

SNEED, J.; BURKHALTER, J.P. Marketing nutrition in restaurants: a survey of current practices and attitudes. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.91, n.4, p.459-462, Apr. 1991.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE CARDIOLOGIA/FUNDO DE APERFEIÇOAMENTO E PESQUISA EM CARDIOLOGIA - SBC/FUNCOR (2002). **Educação alimentar começa na infância**. Disponível em: <<http://www.cardiol.br>>. Acesso em: 08 outubro 2003.

STEWART, H.; BLISARD, N.; JOLLIFFE, D. (2006) United States Department of Agriculture – USDA. **Let's eat out**: americans weigh taste, convenience, and nutrition. Disponível em: <<http://www.ers.usda.gov>>. Acesso em: 18 agosto 2006.

STEWART, H., et al. (2004). United States Department of Agriculture – USDA. **The demand for food away from home**: full-service or fast food?. Disponível em: <<http://www.ers.usda.gov>>. Acesso em: 10 agosto 2003.

THOMAS, L.J.R.; MILLS, J.E. Consumer knowledge and expectations of restaurant menus and their governing legislation: a qualitative assessment. **Journal of Foodservice**, Ames, v.17, n.1, p.6-22, Feb. 2006.

TOTTEN, J.W.; MCKAY, S. Consumer's ratings of quick service restaurant meals in the 21st century. **Journal of Foodservice Business Research**, Haworth, v.6, n.4, 2003. Disponível em: <<http://www.haworthpress.com/web/JFBR>>. Acesso em: 02 março 2004.

VIGILÂNCIA SANITÁRIA DO MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO. (2003). **Informação nutricional nas redes de *fast-food***. Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/vigilanciasanitaria>>. Acesso em: 20 outubro 2005.

WALKUP, C. (2004). **Bob Evans tests 'Fit for You' menu to see how low-cab, low fat fare fits in with chain's goals**. Disponível em: <<http://www.nrn.com>>. Acesso em: 07 setembro 2003.

WEIMER, J. Accelerating the trend toward healthy eating. In: FRAZAO, E. (ed.) **America's Eating Habits: changes and consequences**. Washington, D.C.: United States Department of Agriculture – USDA/Economic Research Service – ERS, 1999. Agriculture Information Bulletin, n.750, p.385-401.

WOOTAN, M.G.; OSBORN, M. Availability of nutrition information from chain restaurants in the United States. **American Journal of Preventive Medicine**, Philadelphia, v.30, n.3, p.266-268, Mar. 2006.

YAMAMOTO, J.A. et al. Adolescent fast food and restaurant ordering behavior with and without calorie and fat content menu information. **Journal of Adolescent Health**, Philadelphia, v.37, n.5, p.397-402, Nov. 2005.

## **CAPÍTULO 2**

**IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DAS INFORMAÇÕES  
NUTRICIONAIS E DE SAÚDE DISPONIBILIZADAS AOS CONSUMIDORES POR  
RESTAURANTES COMERCIAIS, TIPO *FAST FOOD* E *FULL SERVICE*,  
CAMPINAS-SP**

**IDENTIFICATION AND CHARACTERIZATION OF NUTRITIONAL AND  
HEALTH INFORMATION RELEASED TO CONSUMERS BY COMMERCIAL  
FAST FOOD AND FULL SERVICE RESTAURANTS, CAMPINAS, SP, BRAZIL**

## RESUMO

### Objetivos

O objetivo principal deste estudo foi identificar e caracterizar o oferecimento de informação nutricional e de saúde em restaurantes comerciais do tipo *fast food* e *full service* do município de Campinas-SP. Além disso, foi analisada a associação entre variáveis que representam a caracterização dos restaurantes e aquelas relativas ao provimento das informações.

### Métodos

Com a utilização de questionários previamente testados foram entrevistados, entre outubro e dezembro de 2005, 20 gerentes de restaurantes do tipo *fast food* e 94, do tipo *full service*, localizados nas cinco regiões de Campinas. Após a coleta das informações, foi construído um banco de dados utilizando o *software* Excel. Para o tratamento estatístico, utilizou-se o teste do qui-quadrado e o teste *t* de Student. O *software* estatístico utilizado nas análises foi o *MINITAB* versão 14.2.

### Resultados

Entre os principais resultados destaca-se que 25,4% dos restaurantes fazem uso de informação nutricional e/ou de saúde. O tipo de informação nutricional mais empregado é a “declaração de nutrientes”, com relevância para a informação do valor energético e de macronutrientes de alguns pratos. A fonte mais citada para a disposição da informação nutricional foi o cardápio, com 48,3% das citações. A frequência de oferecimento dessas informações é significativamente maior entre as redes de *fast food* do que entre os restaurantes *full service*.

**Conclusões/Considerações finais**

Aponta-se a necessidade de se estudar formas de regulamentação dessas informações pelo poder público.

**Palavras-chave:** serviços de alimentação, rotulagem nutricional, legislação, informação ao consumidor.

## **ABSTRACT**

### **Objectives**

The main objective of this study was to identify and characterize nutritional and health information made available in commercial fast food and full service restaurants in the municipality of Campinas, SP, Brazil. In addition the association between the variables that represent the characterizing the restaurants and those relative ones to the supply of information was analyzed.

### **Methods**

Tested questionnaires were used to interview twenty managers of fast food and ninety-four of full service restaurants, between October and December of 2005, located in the five administrative regions of Campinas. After collecting the information, a data bank was constructed using the Excel software. The chi-square and t-Student tests and the statistical software *MINITAB* version 14.2 were used for the statistical treatment and the data.

### **Results**

Among the main results, the fact that 25.4% of the restaurants provided nutritional and/or health information, stood out. The most frequently provided type of nutritional information was a “nutrient declaration”, highlighting the energy value and macronutrients of some dishes. The source most cited for the disposal of the nutritional information was the menu, with 48,3% of citations. The frequency with which this information was furnished was significantly higher in the fast food networks than amongst the full service restaurants.

### **Conclusions/Final considerations**

The need for public authorities to study ways of regulating such information was pointed out.

**Keywords:** catering services, nutritional labeling, legislation, consumer information.

## INTRODUÇÃO

Uma tendência da prática alimentar nos últimos anos é o crescimento da frequência do consumo de refeições realizadas fora do domicílio (STEWART et al., 2006).

Segundo a Pesquisa de Orçamento Familiar (POF) de 2003-2004, o percentual de despesas com alimentação fora do domicílio entre a população residente em áreas urbanas (25,7%) é praticamente o dobro daquele observado nas áreas rurais (13,1%). Além disso, a Região Sudeste é onde a população mais gasta com alimentação fora do domicílio (26,9%) e a maior parte da despesa destina-se ao almoço e ao jantar (10,1% do total gasto com alimentos) (IBGE, 2004).

De acordo com a ABIA (2005), dentre os canais operadores do serviço de alimentação, existem os canais comerciais. Estes têm como objetivo principal da operação a lucratividade com a comercialização de refeições. Os restaurantes comerciais compreendem a maior fatia da receita anual dos canais operadores do serviço de alimentação, cujo faturamento do setor em 2001 foi de 23,0%, seguido pelas padarias (15%) e bares (14,4%).

Atualmente observam-se iniciativas nos serviços de alimentação em informar a qualidade nutricional das refeições (Salay, 2001). Um exemplo desse tipo de iniciativa no Brasil é mostrado pela Sociedade Brasileira de Cardiologia/Fundo de Aperfeiçoamento e Pesquisa em Cardiologia - SBC/FUNCOR. A instituição desenvolveu o selo de Aprovação de Qualidade SBC/FUNCOR, instituído em 1991, que tem como parâmetros fundamentais os níveis de gordura e colesterol contidos nos alimentos. O restaurante Biosfera da cidade de São Paulo, recebeu o selo de aprovação pelo SBC/FUNCOR para quatro pratos (SBC/FUNCOR, 2002).

A rede McDonald's<sup>TM</sup> no Brasil também elaborou um folder chamado Guia Nutricional que, além de enfatizar o conteúdo energético e nutricional dos produtos oferecidos, visa incentivar atitudes saudáveis no dia-a-dia por meio do estímulo à adoção da prática de exercícios físicos.

Todavia, não se conhece a proporção de restaurantes que veiculam algum tipo de informação nutricional e de saúde no Brasil. Este dado, no entanto, pode servir como valioso subsídio para a elaboração de programas envolvendo a informação nutricional e de saúde, incluindo a regulamentação.

Em nível internacional, a trajetória da rotulagem nutricional em restaurantes teve início em 1993, quando a *Food and Drug Administration* - FDA editou as regulamentações de acordo com a *Nutrition Labeling and Education Act* - NLEA que exigiu aos restaurantes a concordância e o atendimento às regulamentações elaboradas sobre as informações nutricionais e alegações de saúde que aparecessem em quadros ou placas de anúncio. Em 1996 ocorreu a regulamentação que os restaurantes devem seguir para o oferecimento de informação nutricional e de saúde sobre os itens listados no cardápio. Cabe esclarecer que a FDA estimula mas não obriga a disponibilidade dessas informações nos alimentos comercializados pelos restaurantes (KURTZWEIL, 1997).

Segundo o *Code of Federal Regulations* – CFR (2002), a “rotulagem nutricional” é um termo que pode ser empregado em restaurantes para se referir às informações nutricionais e deve estar disponível de forma clara no ponto de compra através de cardápios, apostilas, folders, entre outros veículos.

Atualmente, com base nas regulamentações da FDA, a *National Restaurant Association* – NRA possui vários estabelecimentos alimentícios associados, como por

exemplos: Burger King™, McDonald's™, Sodexo™, Subway™ e KFC™ que fornecem informações relativas ao conteúdo energético e de nutrientes dos itens do cardápio (NRA, 2006). Na Europa, a *European Modern Restaurant Association* – EMRA também possui vários restaurantes associados fornecendo informação calórica e nutricional de seus produtos como a Pizza Hut™ na França e o KFC™ na Alemanha. Porém, essas informações estão em processo de regulamentação, tendo como referencial dados da *British Food Standards Agency's* (EMRA, 2004).

Nota-se que segundo Weimer (1999) um programa de informação nutricional visa incrementar o conhecimento do consumidor sobre nutrição, melhorando o ambiente geral de informação.

Sloan e Bell (1999) e Kurtzweil (1997), alegam que a rotulagem nutricional em restaurantes, por meio das informações nutricionais e de saúde nos cardápios, podem ajudar o consumidor a entender melhor o papel da dieta para a promoção da saúde e a efetuar escolhas de alimentos que contribuam para uma refeição saudável.

A presente pesquisa teve como objetivos conhecer as iniciativas de oferecimento de informação nutricional e de saúde em restaurantes comerciais do tipo *fast food* e *full service* do município de Campinas-SP. Serão identificados os tipos de informação e de veículos de disseminação. Procurou-se, por meio de testes estatísticos, identificar a associação entre variáveis que representam as características dos estabelecimentos e aquelas relativas ao provimento das informações.

## METODOLOGIA

A população de estudo foi composta por gerentes de serviços de alimentação comerciais da cidade de Campinas – SP. Estes estabelecimentos foram divididos em serviços rápidos, de conveniência (*fast food*) e serviços completos (de mesa), em geral com cardápios mais variados (*full service*), conforme classificação empregada por Stewart et al. (2004).

Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2005) mostram que Campinas possuía, na época, uma população estimada em 1.045.706 habitantes. Segundo a Associação Comercial e Industrial de Campinas – ACIC (2004), o tamanho de Campinas representa 42,0% do PIB da Região Metropolitana de Campinas – RMC, que gerou bens e serviços na ordem de R\$78,2 bilhões em 2004. Segundo a *Target Marketing* (2006), Campinas alcançou o nono lugar no Índice da Potencialidade de Consumo – IPC, entre os 500 maiores municípios estudados.

Devido à inexistência de um cadastro único e atualizado dos restaurantes do município de Campinas, obteve-se a listagem dos serviços de alimentação comerciais através de consultas em páginas da internet (Listas Oesp – [www.listao.com.br](http://www.listao.com.br), Prefeitura de Campinas – [www.campinas.sp.gov.br](http://www.campinas.sp.gov.br), Portal dos Restaurantes de Campinas – [www.portaldosrestaurantes.com.br](http://www.portaldosrestaurantes.com.br), Restaurantes do Ceasa - [www.ceasacampinas.com.br](http://www.ceasacampinas.com.br), Guia EPTV – [www.eptv.globo.com/guia2004](http://www.eptv.globo.com/guia2004), *sites* específicos de *shopping centers* do município, em busca dos seus respectivos serviços de alimentação, e *sites* específicos das grandes redes de *fast food*), além de consulta em listas das Páginas Amarelas 2003/2004, Listel Campinas 2003 e panfletos comerciais, resultando em 107 restaurantes *fast food* e

507 restaurantes *full service* listados. Contatos por telefone foram realizados para a confirmação do tipo de linha de atuação do serviço de alimentação e endereço completo.

Para a realização do dimensionamento da amostra, primeiramente foi definida uma probabilidade de confiança de 95% (erro amostral de 5%), utilizando-se a metodologia de Cochran (1977).

Em seguida, definiu-se o sorteio aleatório entre os restaurantes listados, tendo por base as 5 regiões (Leste, Norte, Sul, Noroeste e Sudoeste) de Campinas. Tal procedimento permitiu a obtenção de amostragem aleatória estratificada, totalizando 114 restaurantes, sendo 20 do tipo *fast food* e 94 do tipo *full service* (ver anexo A).

A coleta de dados foi realizada por meio de entrevista com os gerentes dos restaurantes, no período de outubro a dezembro de 2005, com a aplicação de um questionário (ver anexo B) contendo questões abertas, semi-estruturadas e estruturadas e que foi pré-testado. O pré-teste foi realizado em setembro de 2005 e possibilitou o aprimoramento do instrumento.

O pré-teste serve para avaliar, segundo Mattar (2005), o tempo despendido com a entrevista, a compreensão das questões pelos respondentes, a necessidade de se completar as opções das questões fechadas, entre outros objetivos.

Separadamente do questionário, foi elaborado um material explicativo (ver anexo C) sobre a elaboração de informação nutricional e de saúde em restaurantes para auxiliar os gerentes a responderem as questões da entrevista.

O referido material baseou-se nas informações sobre rotulagem de alimentos da Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA (1999) e ANVISA (2003). Segundo esse órgão, as declarações podem ser de dois tipos: a “declaração de nutrientes” (informação nutricional que se refere à declaração do conteúdo de energia e/ou nutrientes

de um alimento) e a “declaração de propriedades nutricionais” (refere-se à declaração de propriedades nutricionais particulares do alimento: livre, *light*, fonte de, etc.). Pode-se também utilizar dois tipos de alegações: a “alegação de propriedade funcional e/ou a alegação de propriedade de saúde” (refere-se ao papel metabólico ou fisiológico do nutriente para as funções normais do organismo humano e/ou sugere a existência da relação entre o alimento ou ingrediente com doença ou condição relacionada à saúde).

O levantamento de dados foi realizado de forma criteriosa (tempo de entrevista de no máximo meia hora, sem influenciar o entrevistado com opiniões pessoais e esclarecendo possíveis dúvidas durante o preenchimento do questionário) pela primeira autora deste artigo e por três alunos do Grupo de Estudos e Projetos em Engenharia de Alimentos - GEPEA da Universidade Estadual de Campinas devidamente treinados através do uso de um manual do entrevistador (ver anexo D), elaborado especificamente para a pesquisa.

Após a aplicação do questionário, foi construído um banco de dados utilizando o *software* Excel (2000). Para o tratamento estatístico, utilizou-se o teste do qui-quadrado e o teste *t* de Student.

O *software* estatístico utilizado nas análises foi o *MINITAB* versão 14.2 (2005).

## RESULTADOS

Na Tabela 1 estão descritas algumas características dos restaurantes comerciais e do perfil dos gerentes integrantes da amostra. Quase a metade (48,3%) do total de gerentes entrevistados apresenta escolaridade até o segundo grau completo e apenas 2,6% concluíram cursos de pós-graduação. Entre os entrevistados, mais da metade (57,6%) possui curso na área de ciências exatas e engenharias. É interessante frisar que somente 20,3% dos gerentes concluíram cursos relacionados à área de nutrição ou alimentos e

bebidas. Quanto aos estabelecimentos, a maioria classifica-se como microempresa (63,2%), que atuam em *full service* (82,5%), na região leste de Campinas (69,3%) e com forma jurídica de sociedade (47,4%).

**Tabela 1.** Características dos restaurantes e perfil dos gerentes entrevistados. Campinas-SP, 2005.

| Características               | Categoria                                      | Frequência<br>(n) | Porcentagem<br>(%) |
|-------------------------------|------------------------------------------------|-------------------|--------------------|
| Escolaridade do gerente       | Fundamental incompleto                         | 4                 | 3,5                |
|                               | Fundamental completo                           | 10                | 8,8                |
|                               | Médio incompleto                               | 0                 | 0,0                |
|                               | Médio completo                                 | 41                | 36,0               |
|                               | Curso técnico - nível médio incompleto         | 0                 | 0,0                |
|                               | Curso técnico - nível médio completo           | 3                 | 2,6                |
|                               | Superior incompleto                            | 16                | 14,0               |
|                               | Superior completo                              | 36                | 31,6               |
|                               | Pós-graduação incompleta                       | 1                 | 0,9                |
|                               | Pós-graduação completa                         | 3                 | 2,6                |
| Área do curso                 | Ciências humanas e sociais                     | 10                | 17,0               |
|                               | Ciências exatas e engenharias                  | 34                | 57,6               |
|                               | Ciências da vida                               | 3                 | 5,1                |
|                               | Cursos envolvendo alimentos e bebidas/nutrição | 12                | 20,3               |
| Linha de atuação              | <i>Fast food</i>                               | 20                | 17,5               |
|                               | <i>Full service</i>                            | 94                | 82,5               |
| Número médio de refeições/dia | <i>Fast food</i>                               | 416               | N/A*               |
|                               | <i>Full service</i>                            | 236               | N/A*               |
| Região de Campinas            | Leste                                          | 79                | 69,3               |
|                               | Norte                                          | 18                | 15,8               |
|                               | Sul                                            | 14                | 12,2               |
|                               | Noroeste                                       | 1                 | 0,9                |
|                               | Sudoeste                                       | 2                 | 1,8                |
| Tipo de estrutura             | Microempresa                                   | 72                | 63,2               |
|                               | Pequena empresa                                | 30                | 26,3               |
|                               | Média empresa                                  | 11                | 9,6                |
|                               | Grande empresa                                 | 1                 | 0,9                |
| Forma jurídica                | Individual                                     | 44                | 38,6               |
|                               | Sociedade                                      | 54                | 47,4               |
|                               | Rede: Franquia                                 | 12                | 10,5               |
|                               | Rede: Filial                                   | 4                 | 3,5                |

\*N/A: não aplicável.

Nota-se que a média dos números de refeições servidas por dia nos restaurantes com linha de atuação *fast food* foi significativamente superior à média do número de refeições servidas pela linha de atuação *full service* (teste *t* de Student;  $p = 0,013$ ).

Na Tabela 2 verifica-se que apenas 29 das 114 empresas disponibilizam informação nutricional e/ou de saúde no serviço de alimentação, correspondendo a 25,4% da amostra. Desses 29 restaurantes, 14 são do tipo *fast food* e 15, do tipo *full service*. Cabe frisar que do total de restaurantes que não fornecem essas informações, apenas 7,1% são do tipo *fast food*, enquanto 92,9% são do tipo *full service*.

**Tabela 2.** Disponibilidade de informação nutricional e/ou de saúde de acordo com a linha de atuação do estabelecimento. Campinas-SP, 2005.

| Linha de atuação    | Disponibilidade |              |             |
|---------------------|-----------------|--------------|-------------|
|                     | Sim             | Não          | Total       |
| <i>Fast Food</i>    | 14<br>(48,3)    | 06<br>(7,1)  | 20 [17,5]   |
| <i>Full Service</i> | 15<br>(51,7)    | 79<br>(92,9) | 94[82,5]    |
| Total               | 29 [25,4]       | 85 [74,6]    | 114 [100,0] |

$\chi^2$ :  $p < 0,001$ , significativo a 5%.

Nota: - os números entre colchetes são os percentuais em relação ao número de restaurantes ( $n = 114$ ) que compõem a amostra.

- os números entre parênteses são os percentuais em relação ao total observado em cada coluna.

Houve uma associação significativa entre o oferecimento de informação nutricional e/ou de saúde e a linha de atuação. Percebe-se que a frequência de oferecimento dessas informações é maior entre as redes de *fast food* do que entre os restaurantes *full service*.

Não houve associação significativa entre o oferecimento de informação nutricional e/ou de saúde e o tipo de estrutura do estabelecimento (qui-quadrado;  $p = 0,201$ ).

Dos 29 restaurantes da pesquisa que oferecem informação nutricional e/ou de saúde, 15 estabelecimentos utilizam a “declaração de nutrientes”, 19, a “declaração de propriedades

nutricionais” e apenas dois, a “alegação de propriedade funcional e/ou de saúde”, correspondendo a 51,7%, 65,5% e 6,9% dos valores, respectivamente.

Nas Tabelas 3, 4 e 5, a seguir, estão especificados cada um dos tipos de declaração e alegação citadas.

**Tabela 3.** Distribuição dos tipos de “declaração de nutrientes” e “declaração de propriedades nutricionais” disponibilizadas por restaurantes comerciais. Campinas-SP, 2005.

| Tipos de “declaração de nutrientes”                |              |      |                |      |
|----------------------------------------------------|--------------|------|----------------|------|
| Atributos                                          | <i>n</i>     |      | %*             |      |
| Valor energético                                   | 14           |      | 93,3           |      |
| Proteínas                                          | 11           |      | 73,3           |      |
| Carboidratos                                       | 11           |      | 73,3           |      |
| Gorduras totais                                    | 10           |      | 66,7           |      |
| Gorduras saturadas                                 | 8            |      | 53,3           |      |
| Colesterol                                         | 7            |      | 46,7           |      |
| Fibra alimentar                                    | 8            |      | 53,3           |      |
| Cálcio                                             | 6            |      | 40,0           |      |
| Ferro                                              | 5            |      | 33,3           |      |
| Sódio                                              | 6            |      | 40,0           |      |
| Outros: Zinco                                      | 1            |      | 6,7            |      |
| Tipos de “declaração de propriedades nutricionais” |              |      |                |      |
| Atributos                                          | Livre**      |      | Light***       |      |
|                                                    | <i>n</i>     | %*   | <i>n</i>       | %*   |
| Valor energético                                   | 1            | 5,3  | 15             | 78,9 |
| Gorduras totais                                    | 1            | 5,3  | 4              | 21,1 |
| Gorduras saturadas                                 | 0            | 0,0  | 1              | 5,3  |
| Colesterol                                         | 0            | 0,0  | 1              | 5,3  |
| Açúcares                                           | 5            | 26,3 | 0              | 0,0  |
| Atributos                                          | Fonte de**** |      | Alto Teor***** |      |
|                                                    | <i>n</i>     | %*   | <i>n</i>       | %*   |
| Fibra alimentar                                    | 1            | 5,3  | 0              | 0,0  |
| Cálcio                                             | 1            | 5,3  | 0              | 0,0  |
| Ferro                                              | 1            | 5,3  | 0              | 0,0  |
| Outros: Potássio                                   | 1            | 5,3  | 0              | 0,0  |
| Vitamina A                                         | 1            | 5,3  | 0              | 0,0  |
| Vitamina C                                         | 1            | 5,3  | 0              | 0,0  |

\*Nota: - os valores percentuais correspondem ao número de gerentes ( $n = 15$ ) e ( $n = 19$ ) que citaram a “declaração de nutrientes” e a declaração de propriedades nutricionais”, respectivamente.

\*\*Sinônimos do atributo “livre”: não contém, sem, zero, isento de

\*\*\*Sinônimos do atributo *light*: baixo, leve, reduzido, pobre

\*\*\*\*Sinônimos do atributo fonte de: fonte

\*\*\*\*\*Sinônimos do atributo alto teor: rico em, alto conteúdo

Os dados da Tabela 3 revelam que, entre os gerentes de restaurantes que citaram disponibilizar a “declaração de nutrientes”, a maioria deles oferece informação nutricional referente ao valor energético dos alimentos e de seus macronutrientes (proteínas, carboidratos e gorduras). Os minerais e as vitaminas apresentaram, em geral, apenas uma citação em relação ao atributo “fonte de” e nenhuma citação para o atributo “alto teor”.

Observa-se na Tabela 3 que o tipo de “declaração de propriedades nutricionais” mais citado foi em relação à redução do valor energético dos pratos (*light* em calorias). Em segundo lugar, com cinco citações, correspondendo a 26,3%, estão os alimentos livre de açúcares de adição, ou seja, as sobremesas *diet*. As gorduras totais apresentaram um número aproximado de citações ( $n = 4$ ), correspondendo a 21,1%.

O percentual de citações (5,3%) foi igual para o conteúdo de colesterol, gordura saturada, fibras, vitaminas e sais minerais, independentemente dos respectivos atributos (livre, *light*, fonte de ou alto teor). Observa-se, também, que o referido percentual foi muito inferior quando comparado aos valores apontados no parágrafo acima.

De acordo com a Tabela 4 podemos afirmar que a “alegação de propriedade funcional e/ou de saúde” está presente em menor proporção nos restaurantes, sendo a fibra alimentar o atributo mais citado.

**Tabela 4.** Distribuição dos tipos de “alegações de propriedade funcional e/ou de saúde” citados pelos gerentes dos restaurantes que disponibilizam a informação nutricional. Campinas-SP, 2005.

| Atributos             | <i>n</i> | %*    |
|-----------------------|----------|-------|
| Ácidos graxos ômega 3 | 1        | 50,0  |
| Licopeno              | 1        | 50,0  |
| Fibra alimentar       | 2        | 100,0 |
| Proteína de Soja      | 1        | 50,0  |
| Outros: Flavonóides   | 1        | 50,0  |

\*Nota: - os valores percentuais correspondem ao número de gerentes ( $n = 2$ ) que citaram a “alegação de propriedade funcional e/ou de saúde”.

Um exemplo de “alegação de propriedade de saúde” aplicado em um restaurante da pesquisa é: “As fibras auxiliam contra a constipação intestinal”.

Com relação ao tipo de cálculo nutricional, 10 dos 29 gerentes entrevistados responderam que fazem análise bromatológica realizada em laboratórios de análise de alimentos, 7 fazem o cálculo com tabelas de composição química de alimentos e 12 responderam que não há cálculo nutricional.

Os motivos pelos quais não há cálculo nutricional para 11 das 12 empresas foram um ou mais fatores a seguir: prato composto por carne, aves, peixes, embutidos ou queijos naturalmente magros ou *light*; prato composto por carne, aves ou peixes grelhado/cozido/assado; prato composto por hortaliças folhosas e/ou legumes. Duas empresas relataram sobremesas isentas de açúcares adicionados e uma empresa relatou sobremesas compostas por ingredientes *light*.

Apenas 6 das 29 empresas que oferecem informação nutricional e/ou de saúde oferecem também a adequação nutricional o que corresponde a 20,7%. Uma delas baseia-se em valores diários de referência para adultos e crianças e quatro, somente para adultos. A adequação nutricional nos restaurantes foi feita tanto para as opções de pratos como

também para produtos alimentícios como salgados, sobremesas, bebidas. A sexta empresa ofereceu adequação nutricional com base na pirâmide alimentar.

Na Tabela 5 verifica-se que a fonte mais citada para a disponibilidade da informação nutricional e/ou de saúde foi o cardápio, com 48,3% das citações, seguido pela página eletrônica e apostila, ambos com 20,7% das citações.

**Tabela 5.** Veículos utilizados por restaurantes comerciais para disponibilizar informação nutricional e/ou de saúde. Campinas-SP, 2005.

| Veículos                                                             | <i>n</i> | %*   |
|----------------------------------------------------------------------|----------|------|
| Cardápio                                                             | 14       | 48,3 |
| Cartazes                                                             | 2        | 6,9  |
| Quadros                                                              | 2        | 6,9  |
| Folders                                                              | 3        | 10,3 |
| Anúncios em jornal                                                   | 0        | 0,0  |
| SAC (Serviço de Atendimento ao Consumidor) - Ligação gratuita (0800) | 0        | 0,0  |
| Página eletrônica                                                    | 6        | 20,7 |
| <i>Banner</i>                                                        | 2        | 6,9  |
| Apostila                                                             | 6        | 20,7 |
| Placas                                                               | 1        | 3,4  |
| Display de balcão                                                    | 2        | 6,9  |
| Expositor de fotos                                                   | 1        | 3,4  |
| Lâmina de bandeja                                                    | 1        | 3,4  |
| Embalagem do produto                                                 | 1        | 3,4  |

\*Nota: - os valores percentuais estão relacionados com o número de restaurantes (*n* = 29) que oferecem informação nutricional e/ou de saúde.

## DISCUSSÃO

O tipo de informação nutricional mais empregado nos restaurantes comerciais estudados é a “declaração de nutrientes”, com destaque para a informação do valor energético e de macronutrientes de alguns pratos.

Uma possível explicação para este fato é que os gerentes captaram o interesse dos comensais em conhecer o valor energético, de gorduras totais e de açúcares das refeições.

Na verdade estes elementos têm sido intensamente tratados por fontes públicas de informação como a mídia , ou privadas, como as propagandas de alimentos.

Por outro lado, supõe-se, também, que valores referentes a certos componentes, como o conteúdo de colesterol e gordura saturada possam ser informações de mais difícil entendimento pelos consumidores.

Uma pesquisa conduzida pelo *National Heart, Lung, and Blood Institute* – NHLBI, de 1982 a 1995, a respeito do conhecimento dos consumidores sobre os fatores dietéticos e sua relação com doenças cardíacas, foi analisada e comentada por Guthrie et al. (1999). De acordo com estes autores, a referida pesquisa revelou que poucos consumidores mencionaram a gordura saturada como um importante fator de risco da dieta e, segundo os mesmos, a interpretação para isto é a tentativa dos indivíduos de simplificar a “norma dietética”, ou seja, o público pode estar menos interessado em informações nutricionais mais detalhadas, pois isso complica sua tarefa na seleção de alimentos.

Uma pesquisa realizada na Pensilvânia (EUA), envolveu 150 consumidores de um restaurante universitário e teve como objetivos disponibilizar informações nutricionais em alguns pratos quentes de entrada e verificar sua influência no comportamento dos indivíduos durante a escolha das refeições (CRANAGE et al., 2004). As informações nutricionais, por porção, consideradas mais importantes, e portanto, mais lidas entre os consumidores dizem respeito ao valor energético, gorduras totais e kilocalorias provenientes das gorduras em detrimento dos valores de colesterol, sódio, carboidratos totais e proteínas.

De acordo com os referidos autores, os pratos quentes de entrada (torta de queijo com espinafre, quiche de brócolis com queijo, rolo primavera vegetariano, etc.) com conteúdo maior de gordura foram escolhidos com menor frequência e vice-versa quando a

informação nutricional foi disponibilizada aos consumidores, o que não ocorria em situação anterior, a qual se caracterizava pela inexistência de informação nutricional no restaurante. Outro aspecto importante foi que o oferecimento desse tipo de informação ampliou o consumo de legumes e verduras e reduziu o consumo de batatas fritas e de sobremesas entre os consumidores.

O tipo de “alegação de propriedade funcional e/ou de saúde” mais citado pelos gerentes de restaurantes foi relativo à fibra alimentar. Na verdade, houve um aumento da disponibilidade e das propagandas de produtos alimentícios com alto teor de fibras no Brasil em anos recentes.

A existência de informação nutricional foi maior nos restaurantes *fast food*. Provavelmente o ocorrido se deva ao fato das franquias possuírem uma política facilitadora desse tipo de iniciativa, pois geralmente estabelecem convênios com laboratórios de análise nutricional e o custo é cotizado entre as empresas. Outro fator importante é que a maioria das franquias de *fast food* possui um responsável técnico que pode elaborar os cálculos nutricionais usando as tabelas de composição química dos alimentos, sem custo adicional para a empresa.

Cabe ainda ressaltar a pressão social em países cuja população possui maiores rendimentos sobre as cadeias de *fast food* para a produção de alimentos mais saudáveis e sua divulgação ao consumidor. Em Nova York, por exemplo, várias dessas cadeias têm processos arquivados alegando que os alimentos industrializados de baixo valor nutricional tem contribuído para a existência de doenças como o diabetes, doenças cardiovasculares e a obesidade (COESTIER et al., 2005).

Entre os veículos de informação nutricional e/ou de saúde, o cardápio revelou-se como o mais freqüente (14 citações), seguido pela apostila (disponibilizada ao cliente

somente quando solicitada) e pela página da internet, ambas com seis citações. A disposição da informação no cardápio, à vista do consumidor, atua como uma estratégia de *marketing*. O uso de página eletrônica foi o único veículo de informação externa ao restaurante para informar os consumidores o valor nutricional de suas preparações.

Uma pesquisa de Sneed e Burkhalter (1991) teve por base entrevista com 70 dos 400 diretores de pesquisa e desenvolvimento de grandes corporações de serviços de alimentação, listadas no periódico *Restaurants & Institutions* de 1993, apontou que das 27 empresas que ofereciam informação nutricional, apenas duas utilizavam o cardápio para disseminar a informação, ao passo que 15 companhias usavam uma apostila que era mostrada ao consumidor de acordo com sua solicitação.

O uso de apostilas pode não ser a opção mais adequada para informar sobre nutrição aos consumidores, pois não é uma alternativa prontamente acessível. Almanza e Hsieh (1995), em entrevista com 86 indivíduos, alunos e funcionários de um restaurante universitário em Purdue, diagnosticou que depois do atributo atratividade, a facilidade de uso da informação nutricional foi um dos segundos maiores atributos que serviam de estímulo aos consumidores para se informarem sobre nutrição.

Destaca-se, nesta pesquisa, o número muito pequeno de restaurantes que disponibilizam informação nutricional e/ou de saúde nos restaurantes. Estudo conduzido nos Estados Unidos por meio de entrevista com 65 dos 400 diretores de pesquisa e desenvolvimento de grandes corporações de serviços de alimentação, listadas no periódico *Restaurants & Institutions* de 1993, diagnosticou que somente 23 deles (35,4%) disponibilizavam informação nutricional nos restaurantes (ALMANZA et al., 1997).

Salay (2003) afirma que o mercado pode não suprir adequadamente a informação nutricional necessária ao consumidor justamente porque o mesmo está pouco preocupado

com alguns atributos nutricionais dos alimentos. Conseqüentemente, as empresas terão pouco estímulo para oferecer essas informações.

Os dados levantados apontam a necessidade de se elaborar algum tipo de regulamentação em relação ao oferecimento dessas informações e que sejam coerentes com a realidade socioeconômica do setor.

Quase a metade dos restaurantes que oferece informação nutricional não realiza nenhum tipo de cálculo de nutrientes em relação à alegação “declaração de propriedades nutricionais”, principalmente em relação ao atributo *light* em calorias devido à utilização de ingredientes com teor de gordura reduzido como, por exemplo, os queijos brancos, ausência de fritura, presença de saladas ou uso de produtos industrializados *light*. Esse tipo de procedimento aplicado nos pratos dos restaurantes é aleatório. O correto é realizar o cálculo energético de um prato convencional, informando sua composição e usá-lo como padrão de comparação com os demais pratos *light*, apontando claramente uma redução de no mínimo 25% das calorias desse prato em relação ao outro.

A “declaração de propriedades nutricionais” é uma das mais complexas em termos de análise nutricional, pois para cada nutriente (proteína, gordura, ferro, vitamina A, entre outros) existem vários atributos (baixo, não contém, etc.) e cada um deles com um referencial diferente do teor de nutrientes para o cálculo.

Outra preocupação relevante que pode gerar muita confusão é atribuir ao alimento uma declaração de propriedade funcional e/ou de saúde que ele não tem, como por exemplo, o auxílio na cura ou prevenção de doenças. É devido a essa preocupação que a ANVISA (2005) estabelece uma lista dos alimentos aprovados que apresentam alegação de propriedade funcional e/ou de saúde que podem ser colocadas nos rótulos dos alimentos e a forma de como podem ser citados.

Vale também chamar a atenção para o pequeno percentual de restaurantes (20,7%) que disponibilizam a adequação nutricional dos produtos oferecidos.

Um levantamento do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor– IDEC verificou que várias redes de *fast food* não informam a adequação nutricional de seus produtos, comercializando sanduíches com conteúdo de gordura e sal que se aproximam da quantidade diária total recomendada pela Organização Mundial de Saúde (IDEC, 2005).

Atualmente, algumas iniciativas em âmbito nacional, estadual ou municipal estão emergindo a respeito de políticas que regulamentam e fiscalizam o uso responsável de informação nutricional nas embalagens dos alimentos vendidos em redes de *fast food*.

A ANVISA, por exemplo, é incumbida de regulamentar e fiscalizar a rotulagem nutricional dos alimentos preparados e embalados em restaurantes e estabelecimentos comerciais, como sanduíches e sobremesas, somente no caso de serem comercializados para outros estabelecimentos. Provavelmente, no futuro, poderá se tornar responsável também pela informação nutricional e de saúde em restaurantes, englobando todos os seus tipos e veículos pelos quais essas informações podem ser disponibilizadas.

O Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor – IDEC está solicitando que as redes de *fast food* do país disponham informações nutricionais nas embalagens dos alimentos. Segundo o Instituto, a não adoção dessas informações pelas empresas implica no recebimento de uma notificação devido ao descumprimento da resolução nº 360 de 2003 da ANVISA e do Código de Defesa do Consumidor (IDEC, 2006).

Em âmbito municipal, a prefeitura do Rio de Janeiro editou um decreto nº 23.148 de 17/07/03 estabelecendo que as redes de *fast food* adotem uma tabela legível e visível ao público contendo a informação nutricional de todos os produtos oferecidos com base na legislação vigente para rotulagem nutricional de produtos industrializados. O órgão

responsável pela fiscalização e notificação é a Vigilância Sanitária do município (VIGILÂNCIA SANITÁRIA DO MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO, 2003).

Em âmbito nacional, também estão surgindo iniciativas de políticas de saúde dirigidas aos serviços de alimentação das escolas. O Ministro de Estado da Saúde e o Ministro de Estado da Educação instituíram a portaria nº 1.010 de 08/05/06 cujas diretrizes visam a promoção da alimentação saudável nas escolas de educação infantil, fundamental e nível médio das redes públicas e privadas. A referida portaria restringe, por exemplo, a oferta e a venda de alimentos com alto teor de gordura, açúcar e sal e estimula o aumento da oferta e consumo de frutas, legumes e verduras (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2006).

## CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tipo de informação nutricional mais disponibilizado nos restaurantes refere-se à “declaração de nutrientes”, principalmente em relação ao conteúdo energético e de macronutrientes das preparações. O cardápio foi o veículo mais citado para disponibilizar essas informações.

A informação nutricional é oferecida com maior frequência nos restaurantes do tipo *fast food*. Observa-se que a política empresarial desse tipo de estabelecimento contribui para o ocorrido, enquanto os restaurantes do tipo *full service* não possuem nenhuma estratégia facilitadora e estimulante para esse tipo de medida.

No município de Campinas, com base na amostra estudada, nota-se que é pequena a disponibilidade de informação sobre o valor nutricional dos alimentos oferecidos ao consumidor em restaurantes e que existem estabelecimentos que não realizam cálculo nutricional para o atributo *light*.

Desta maneira, os dados obtidos por esta pesquisa apontam para a necessidade de se elaborar critérios de regulamentação e fiscalização dessas informações pelo poder público.

Ressalta-se que será um desafio muito grande, principalmente para os restaurantes do tipo *full service*, oferecer, de forma criteriosa, produtos diferenciados no teor de nutrientes como uma sobremesa sem adição de açúcares ou um prato *light* em calorias, por exemplo, pois isso envolve cálculos nutricionais fidedignos, que seguramente demandam custos.

As diferenças entre os restaurantes, tais como o tipo, tamanho, estilo de operação, volume de venda anual, entre outras, torna a padronização do oferecimento de informação nutricional e de saúde uma tarefa difícil.

Diante dessa realidade, faz-se necessária a criação de políticas públicas facilitadoras, como o oferecimento de cursos e treinamentos aos funcionários dos restaurantes, que estimulem a disposição de informações nutricionais claras e confiáveis aos consumidores a fim de que estes tenham elementos para escolhas mais saudáveis.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA – ANVISA. (2005). **Alimentos com alegações de propriedades funcionais e ou de saúde, novos alimentos/ingredientes, substâncias bioativas e probióticos**. Lista das alegações aprovadas. Disponível em: <<http://www.anvisa.gov.br>>. Acesso em: 25 agosto 2005.

\_\_\_\_\_. (1999). **Resolução nº 18, de 30 de abril de 1999**. Diretrizes básicas para análise e comprovação de propriedades funcionais e ou de saúde alegadas em rotulagem de alimentos. Disponível em: <<http://www.anvisa.gov.br>>. Acesso em: 25 agosto 2005.

\_\_\_\_\_. (2003). **Resolução RDC nº 360, de 23 de dezembro de 2003**. Aprova regulamento técnico sobre rotulagem nutricional de alimentos embalados, tornando obrigatória a rotulagem nutricional. Disponível em: <<http://www.anvisa.gov.br>>. Acesso em: 25 agosto 2005.

ALMANZA, B.A.; HSIEH, H.M. Consumer preferences among nutrition labeling formats in a restaurant. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.95, n.1, p.83-85, Jan. 1995.

ALMANZA, B.A.; NELSON, D.; CHAI, S. Obstacles to nutrition labeling in restaurants. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.97, n.2, p.157-161, Feb. 1997.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DA ALIMENTAÇÃO - ABIA. **A nova distribuição para o food service brasileiro**, 2005. 156p.

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE CAMPINAS - ACIC. (2004). **Relatório Econômico/2004**. Disponível em: <<http://www.acicnet.org.br>>. Acesso em: 18 julho 2006.

BRASIL. Ministério da Saúde. (2006). **Portaria Interministerial nº 1.010 de 8 de Maio de 2006**. Disponível em: <<http://www.saude.gov.br>>. Acesso em: 19 junho 2006.

COCHRAN, W.G. **Sampling Techniques**. 3<sup>rd</sup> ed. New York: J. Wiley, 1977. 428p.

CODE OF FEDERAL REGULATIONS. (2002). **Nutrition labeling of food**. 21 CFR § 101.9. Disponível em: <<http://www.gpoaccess.gov>>. Acesso em: 11 abril 2005.

COESTIER, B.; GOZLAN, E.; MARETTE, S. On food companies liability for obesity. **American Agricultural Economics Association**, Ames, v.87, n.1, p.1-14, Feb. 2005.

CRANAGE, D.A.; CONKLIN, M.T.; LAMBERT, C.U. Effect of nutrition information in perceptions of food quality, consumption behavior and purchase intentions. **Journal of Foodservice Business Research**, Haworth, v.7, n.1, p.43-61, 2004.

EUROPEAN MODERN RESTAURANT ASSOCIATION – EMRA. (2004). **Roundtable on obesity**. Disponível em: <<http://www.emrarestaurants.com>>. Acesso em: 22 setembro 2005.

GUTHRIE, J.F.; DERBY, B.M.; LEVY, A.S. What people know and do not know about nutrition. In: FRAZAO, E. (ed.) **America's Eating Habits: changes and consequences**. Washington, D.C.: United States Department of Agriculture – USDA/Economic Research Service – ERS, 1999. Agriculture Information Bulletin, n.750, p.243-280.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR – IDEC. (2006). **Embalagem leva Idec a notificar redes de *fast food***. Disponível em: <<http://www.idec.org.br>>. Acesso em: 22 setembro 2006.

\_\_\_\_\_. (2005). **Sal, gorduras e fast food**. Disponível em: <<http://www.idec.org.br>>. Acesso em: 22 setembro 2006.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. (2005). **Cidades@: o Brasil município por município**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 18 julho 2006.

\_\_\_\_\_. **Pesquisa de orçamentos familiares 2002/2003: primeiros resultados – Brasil e grandes regiões**, 2004. 276p.

KURTZWEIL, P. (1997). Center for Food Safety and Applied Nutrition. **Today's special: nutrition information**. Disponível em: <<http://www.cfsan.fda.gov>>. Acesso em: 15 abril 2004.

MATTAR, N.M. **Pesquisa de Marketing: Metodologia - Planejamento**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2005. 347p.

MINITAB Institute Inc. **The MINITAB System** (*software*). version 14.2, 2005.

NATIONAL RESTAURANT ASSOCIATION – NRA. (2006). **State menu labeling legislation**. Disponível em: <<http://www.restaurant.org>>. Acesso em: 22 setembro 2006.

SALAY, E. (2003). **Informação nutricional e mercado**: um desafio para o governo e a universidade. Disponível em: <<http://www.unicamp.br/imprensa>>. Acesso em: 28 novembro 2003.

\_\_\_\_\_. Serviços de alimentação: crescimento acelerado. **Agroanalysis**, Rio de Janeiro, v.21, n.2, p.47-49, fev. 2001.

SLOAN, M.E.; BELL, L.N. Fat content of restaurant meals: comparison between menu and experimental values. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.99, n.6, p.731-733, June 1999.

SNEED, J.; BURKHALTER, J.P. Marketing nutrition in restaurants: a survey of current practices and attitudes. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.91, n.4, p.459-462, Apr. 1991.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE CARDIOLOGIA/FUNDO DE APERFEIÇOAMENTO E PESQUISA EM CARDIOLOGIA - SBC/FUNCOR (2002). **Educação alimentar começa na infância**. Disponível em: <<http://www.cardiol.br>>. Acesso em: 08 outubro 2003.

STEWART, H.; BLISARD, N.; JOLLIFFE, D. (2006) United States Department of Agriculture – USDA. **Let's eat out**: americans weigh taste, convenience, and nutrition. Disponível em: <<http://www.ers.usda.gov>>. Acesso em: 18 agosto 2006.

STEWART, H., et al. (2004). United States Department of Agriculture – USDA. **The demand for food away from home**: full-service or fast food?. Disponível em: <<http://www.ers.usda.gov>>. Acesso em: 10 agosto 2003.

*TARGET MARKETING*. (2006). **Brasil em Foco – IPC TARGET 2006**. Disponível em: <<http://www.targetmark.com.br>>. Acesso em: 26 julho 2006.

VIGILÂNCIA SANITÁRIA DO MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO. (2003). **Informação nutricional nas redes de *fast-food***. Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/vigilanciasanitaria>>. Acesso em: 20 outubro 2005.

WEIMER, J. Accelerating the trend toward healthy eating. In: FRAZAO, E. (ed.) **America's Eating Habits: changes and consequences**. Washington, D.C.: United States Department of Agriculture – USDA/Economic Research Service – ERS, 1999. Agriculture Information Bulletin, n.750, p.385-401.

### **CAPÍTULO 3**

**OPINIÃO DE GERENTES DE RESTAURANTES SOBRE OS BENEFÍCIOS E  
OBSTÁCULOS DEVIDO À ADOÇÃO DA INFORMAÇÃO NUTRICIONAL E DE  
SAÚDE, MUNICÍPIO DE CAMPINAS, SP.**

**OPINION OF RESTAURANT MANAGERS ON BENEFITS AND OBSTACLES  
DUE TO ADOPTION OF THE NUTRITIONAL INFORMATION AND HEALTH,  
MUNICIPALITY OF CAMPINAS, SP, BRAZIL**

## RESUMO

### Objetivos

Esta pesquisa foi implementada no município de Campinas-SP e teve como objetivo avaliar os benefícios e obstáculos observados por restaurantes comerciais do tipo *fast food* e *full service* que adotam a informação nutricional e/ou de saúde. Além disso, foi analisada a associação entre variáveis de caracterização dos restaurantes com variáveis relativas ao provimento de informações nutricionais.

### Métodos

Questionários previamente testados foram aplicados entre outubro e dezembro de 2005. Do total de 107 restaurantes *fast food* e 507 restaurantes *full service*, divididos segundo as cinco regiões de Campinas, foram entrevistados, com base em amostragem aleatória estratificada, 20 e 94 gerentes de cada tipo de estabelecimento, respectivamente. Após a coleta das informações, foi construído um banco de dados utilizando o *software* Excel. Para o tratamento estatístico, utilizou-se o teste *t* de Student e o teste ANOVA seguida do teste de médias de LSD. Os *softwares* estatísticos utilizados nas análises foram o *XLSTAT* versão 2006.06 e o *MINITAB* versão 14.2.

### Resultados

Somente 25,4% dos restaurantes adotam a informação nutricional e/ou de saúde. Na opinião dos gerentes, em relação ao grau de importância dos benefícios e obstáculos decorrentes do oferecimento dessas informações, o fator “aumentar o faturamento” não diferiu significativamente em relação aos fatores “aumentar ou manter clientes” e “melhorar a imagem do serviço de alimentação”. Em relação aos obstáculos, podemos citar, por exemplo, que os fatores “aumento de custo de operação dos serviços”, “funcionários

sem capacitação” e “ausência de peso padronizado das porções oferecidas” foram significativamente mais importantes em relação ao fator “ausência de nutricionista na empresa”.

### **Conclusões/Recomendações**

O aumento do faturamento é relatado pelos gerentes como um dos benefícios menos importantes devido ao oferecimento de informação nutricional nos restaurantes e entre os obstáculos, a falta de um receituário padrão está entre os obstáculos de maior preocupação.

O poder público deve criar incentivos para os estabelecimentos adotarem a informação nutricional.

**Palavras-chave:** serviços de alimentação, informação nutricional, consumidor, rotulagem nutricional.

## **ABSTRACT**

### **Objectives**

This survey was implemented in the municipality of Campinas, SP, Brazil, with the objective of evaluating the benefits and obstacles observed by commercial restaurants of the fast food and full service types, who had adopted the policy of providing nutritional and/or health information. In addition, the association between the restaurant characterization variables and the variables related to the supply of nutritional information was analyzed.

### **Methods**

Tested questionnaires were applied between October and December of 2005. From a total of 107 fast food restaurants and 507 full service restaurants, divided according to the five administrative regions in Campinas, on the basis of stratified random sampling, twenty and ninety-four managers from each type of establishment, respectively, were interviewed. After collecting the information, a data bank was constructed using the Excel software. The Student t-test and ANOVA test followed by the LSD means test were performed using for the statistical treatment, with the aid of the *XLSTAT* version 2006.06 and *MINITAB* version 14.2 statistical software.

### **Results**

Only 25.4% of the restaurants had adopted the policy of providing nutritional and/or health information. In the opinion of managers, in relation to the level of importance of benefits and obstacles decurrently from the offering of these information, the factor “increase revenue” did not differ significantly from the factors “increase or maintain clients” and “improve the image of the catering service”. With respect to the obstacles, one could cite,

for example, that the factors “increase in operational costs of the service”, “non-capacitated employees” and “absence of a standard weight for the portions offered” were significantly more important than “absence of a nutritionist in the firm”.

### **Conclusions/Recommendations**

The cost increase is stated by the managers as one of the benefits less important due to the nutritional information offered in restaurants and among the obstacles, the lack of a standard recipe book is among the obstacles of higher concern. The public authorities should create incentives for the establishments to adopt the nutritional information.

**Keywords:** catering service, nutritional information, consumer, nutritional labeling.

## INTRODUÇÃO

Em 1996, a *Food and Drug Administration* (FDA) decretou as regulamentações com base na *Nutrition Labeling and Education Act* (NLEA) de 1990 para os restaurantes, exigindo que os estabelecimentos deveriam fornecer informação nutricional específica para itens do cardápio que apresentassem alguma alegação sobre o conteúdo nutricional do alimento ou de benefícios à saúde (KURTZWEIL, 1997).

O serviço de alimentação deve ser capaz de apresentar informações que tenham fundamento, apoiadas, por exemplo, no uso da avaliação de receitas por meio de uma base de dados, *softwares* ou livro de receitas confiáveis e não necessariamente realizar análises nutricionais laboratoriais. Além disso, o responsável pela administração do restaurante deve provar que usa métodos de preparação dos alimentos que sustentam as informações nutricionais e de saúde disponibilizadas ao consumidor (CODE OF FEDERAL REGULATIONS, 2003).

O termo “rotulagem nutricional” pode ser empregado em restaurantes para referir-se às informações sobre o conteúdo nutricional dos itens do cardápio. A rotulagem nutricional pode ser transmitida pelo uso de outros tipos de veículos, como as apostilas, e deve estar disponível ao consumidor quando ele requisitar (CODE OF FEDERAL REGULATIONS, 2002).

A rotulagem nutricional em restaurantes com a disponibilidade de itens saudáveis no cardápio está sendo considerada uma estratégia popular com vistas a encorajar o consumidor a realizar uma alimentação saudável (RICHARD et al., 1999).

As unidades produtoras de refeições são um canal prático para atividades de promoção à saúde devido a estarem aptas a essa ação na medida em que alcançam um

grande número de pessoas e porque podem satisfazer os desejos dos consumidores pela informação nutricional, desde que essas mensagens tenham uma visualização adequada e atinjam a população alvo, permitindo alcançar um custo-efetividade satisfatório (GLANZ et al., 1992).

De acordo com Kurtzweil (1997), a frequência com que os estabelecimentos de alimentação têm optado em elaborar a rotulagem nutricional sobre os itens do cardápio não é bem conhecida.

Numerosos obstáculos ao oferecimento de informação nutricional em restaurantes têm sido relatados (ALBRIGHT et al., 1990; NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES, 1991; SNEED; BURKHALTER, 1991; ALMANZA et al., 1997). Dentre eles são registrados: cardápio muito variado, perda de flexibilidade na alteração dos itens do cardápio, dificuldade de treinamento dos funcionários e de modificar as receitas já existentes, falta de tempo para a implementação da rotulagem nutricional. Outra grande preocupação dos donos de restaurantes é o custo do oferecimento de informação nutricional. O custo aproximado da análise nutricional de uma receita é de \$50 (apenas para a análise do conteúdo de energia) a \$220 para a informação nutricional completa (CENTER FOR SCIENCE IN THE PUBLIC INTEREST, 2003).

No Brasil, o processo de informação sobre os alimentos ao consumidor em restaurantes é pouco freqüente, apesar de ser importante, por exemplo, para pessoas que sofrem de alergias alimentares (SALAY, 2001).

Porém, percebe-se uma preocupação cada vez mais constante dos agentes do setor de serviços de alimentação em oferecer ao consumidor uma refeição saudável e, ainda, informar a qualidade nutricional da mesma.

Alguns restaurantes comerciais apresentam o valor energético dos pratos oferecidos. Essas iniciativas são incipientes e com certeza o poder público terá que conceber formas inovadoras de regulamentação dos serviços de alimentação, a fim de que o consumidor tenha informações disponíveis para selecionar um estabelecimento de acordo com a qualidade desejada e ao mesmo tempo sem prejudicar a eficiência econômica das empresas (SALAY, 2001).

Na literatura brasileira, são escassas as pesquisas que avaliam os benefícios e obstáculos encontrados pelos gerentes de restaurantes devido ao oferecimento de informação nutricional. Visando preencher essa lacuna, conduziu-se esta pesquisa exploratória no município de Campinas-SP. Serão identificados os restaurantes comerciais do tipo *fast food* e *full service* que aplicam a rotulagem nutricional. Procurou-se, por meio de testes estatísticos, identificar a associação entre características dos estabelecimentos com as variáveis relativas às informações.

## **METODOLOGIA**

A população de estudo foi composta por gerentes de serviços de alimentação comerciais da cidade de Campinas – SP. Estes estabelecimentos foram divididos em serviços rápidos, de conveniência (*fast food*) e serviços completos (de mesa), em geral com cardápios mais variados (*full service*), conforme classificação empregada por Stewart et al. (2004).

Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2005) mostram que Campinas possuía, na época, uma população estimada em 1.045.706 habitantes. Segundo a Associação Comercial e Industrial de Campinas – ACIC (2004), o tamanho de Campinas

representa 42,0% do PIB da Região Metropolitana de Campinas – RMC, que gerou bens e serviços na ordem de R\$78,2 bilhões em 2004. Segundo a *Target Marketing* (2006), Campinas alcançou o nono lugar no Índice da Potencialidade de Consumo – IPC, entre os 500 maiores municípios estudados.

Devido à inexistência de um cadastro único e atualizado dos restaurantes do município de Campinas, obteve-se a listagem dos serviços de alimentação comerciais através de consultas em páginas da internet (Listas Oesp – [www.listao.com.br](http://www.listao.com.br), Prefeitura de Campinas – [www.campinas.sp.gov.br](http://www.campinas.sp.gov.br), Portal dos Restaurantes de Campinas – [www.portaldosrestaurantes.com.br](http://www.portaldosrestaurantes.com.br), Restaurantes do Ceasa - [www.ceasacampinas.com.br](http://www.ceasacampinas.com.br), Guia EPTV - [www.eptv.globo.com/guia2004](http://www.eptv.globo.com/guia2004), *sites* específicos de *shopping centers* do município, em busca dos seus respectivos serviços de alimentação, e *sites* específicos das grandes redes de *fast food*), além de consulta em listas das Páginas Amarelas 2003/2004, Listel Campinas 2003 e panfletos comerciais, resultando em 107 restaurantes *fast food* e 507 restaurantes *full service* listados. Contatos por telefone foram realizados para a confirmação do tipo de linha de atuação do serviço de alimentação e endereço completo.

Para a realização do dimensionamento da amostra, primeiramente foi definida uma probabilidade de confiança de 95% (erro amostral de 5%), utilizando-se a metodologia de Cochran (1977).

Em seguida, definiu-se o sorteio aleatório entre os restaurantes listados, tendo por base as 5 regiões (Leste, Norte, Sul, Noroeste e Sudoeste) de Campinas. Tal procedimento permitiu a obtenção de amostragem aleatória estratificada, totalizando 114 restaurantes, sendo 20 do tipo *fast food* e 94 do tipo *full service*.

A coleta de dados foi realizada por meio de entrevista com os gerentes dos restaurantes, no período de outubro a dezembro de 2005, com a aplicação de um

questionário contendo questões abertas, semi-estruturadas e estruturadas e que foi pré-testado. O pré-teste foi realizado em setembro de 2005 e possibilitou o aprimoramento do instrumento.

O pré-teste serve para verificar se o questionário aplicado necessitará ser modificado, se o entrevistado entende com clareza as questões abordadas pelo entrevistador, se há necessidade de incluir ou retirar alguma questão, entre outras funções (MATTAR, 2005).

O levantamento de dados foi realizado de forma criteriosa (tempo de entrevista de no máximo meia hora, sem influenciar o entrevistado com opiniões pessoais e esclarecendo possíveis dúvidas durante o preenchimento do questionário) pela primeira autora deste artigo e por três alunos do Grupo de Estudos e Projetos em Engenharia de Alimentos - GEPEA da Universidade Estadual de Campinas devidamente treinados através do uso de um manual do entrevistador, elaborado especificamente para a pesquisa.

Após a aplicação do questionário, foi construído um banco de dados utilizando o *software* Excel (2000). Para o tratamento estatístico, utilizou-se o teste *t* de Student e o teste ANOVA seguida do teste de médias de LSD (*Least Square Difference*).

Os *softwares* estatísticos utilizados nas análises foram o *XLSTAT* versão 2006.06 (2006) e o *MINITAB* versão 14.2 (2005).

## RESULTADOS

Na Tabela 1 estão apresentadas algumas características dos restaurantes comerciais e do perfil dos gerentes que compõem a amostra. Quase a metade (48,3%) do total de gerentes entrevistados apresenta escolaridade até o segundo grau completo e apenas 2,6% concluíram cursos de pós-graduação. Quanto aos estabelecimentos, a maioria classifica-se como microempresa (63,2%) cuja atuação enquadra-se em restaurantes do tipo *full service* (82,5%).

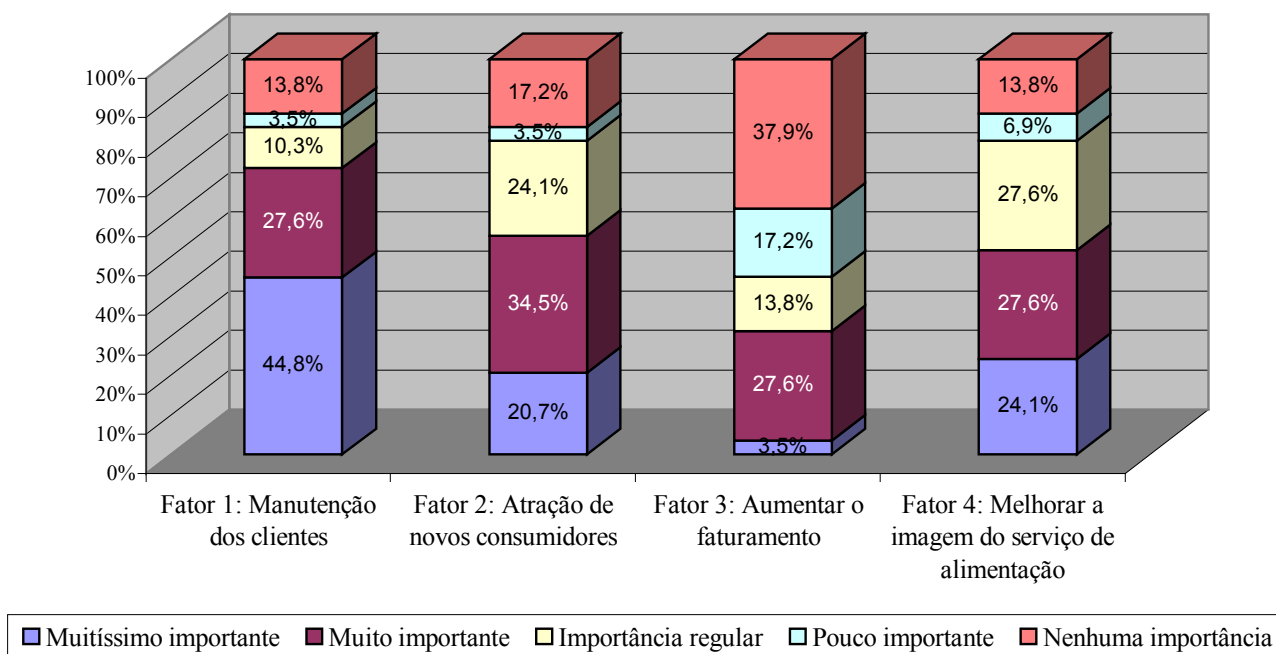
**Tabela 1.** Características dos restaurantes e perfil dos gerentes entrevistados. Campinas-SP, 2005.

| Características                                         | Categoria                              | Frequência<br>(n) | Porcentagem<br>(%) |
|---------------------------------------------------------|----------------------------------------|-------------------|--------------------|
| Escolaridade do<br>gerente                              | Fundamental incompleto                 | 4                 | 3,5                |
|                                                         | Fundamental completo                   | 10                | 8,8                |
|                                                         | Médio incompleto                       | 0                 | 0,0                |
|                                                         | Médio completo                         | 41                | 36,0               |
|                                                         | Curso técnico - nível médio incompleto | 0                 | 0,0                |
|                                                         | Curso técnico - nível médio completo   | 3                 | 2,6                |
|                                                         | Superior incompleto                    | 16                | 14,0               |
|                                                         | Superior completo                      | 36                | 31,6               |
|                                                         | Pós-graduação incompleta               | 1                 | 0,9                |
|                                                         | Pós-graduação completa                 | 3                 | 2,6                |
| Linha de atuação                                        | <i>Fast food</i>                       | 20                | 17,5               |
|                                                         | Full service                           | 94                | 82,5               |
| Número médio de<br>refeições por dia                    | <i>Fast food</i>                       | 416               | N/A*               |
|                                                         | Full service                           | 236               | N/A*               |
| Oferecimento de<br>informação nutricional<br>e de saúde | Fast food                              | 14                | 17,5               |
|                                                         | Full service                           | 15                | 82,5               |
| Tipo de estrutura                                       | Microempresa                           | 72                | 63,2               |
|                                                         | Pequena empresa                        | 30                | 26,3               |
|                                                         | Média empresa                          | 11                | 9,6                |
|                                                         | Grande empresa                         | 1                 | 0,9                |

\*N/A: não aplicável.

Apenas 29 das 114 empresas oferecem informação nutricional no serviço de alimentação, correspondendo a 25,4% da amostra. De acordo com a Tabela 1, desses 29 restaurantes, 14 são do tipo *fast food* e 15, do tipo *full service*.

Os dados da Figura 1 mostram o grau de importância dos benefícios relativos ao oferecimento de informação nutricional, cujos valores percentuais correspondem ao número de restaurantes ( $n = 29$ ) que oferecem informação nutricional.

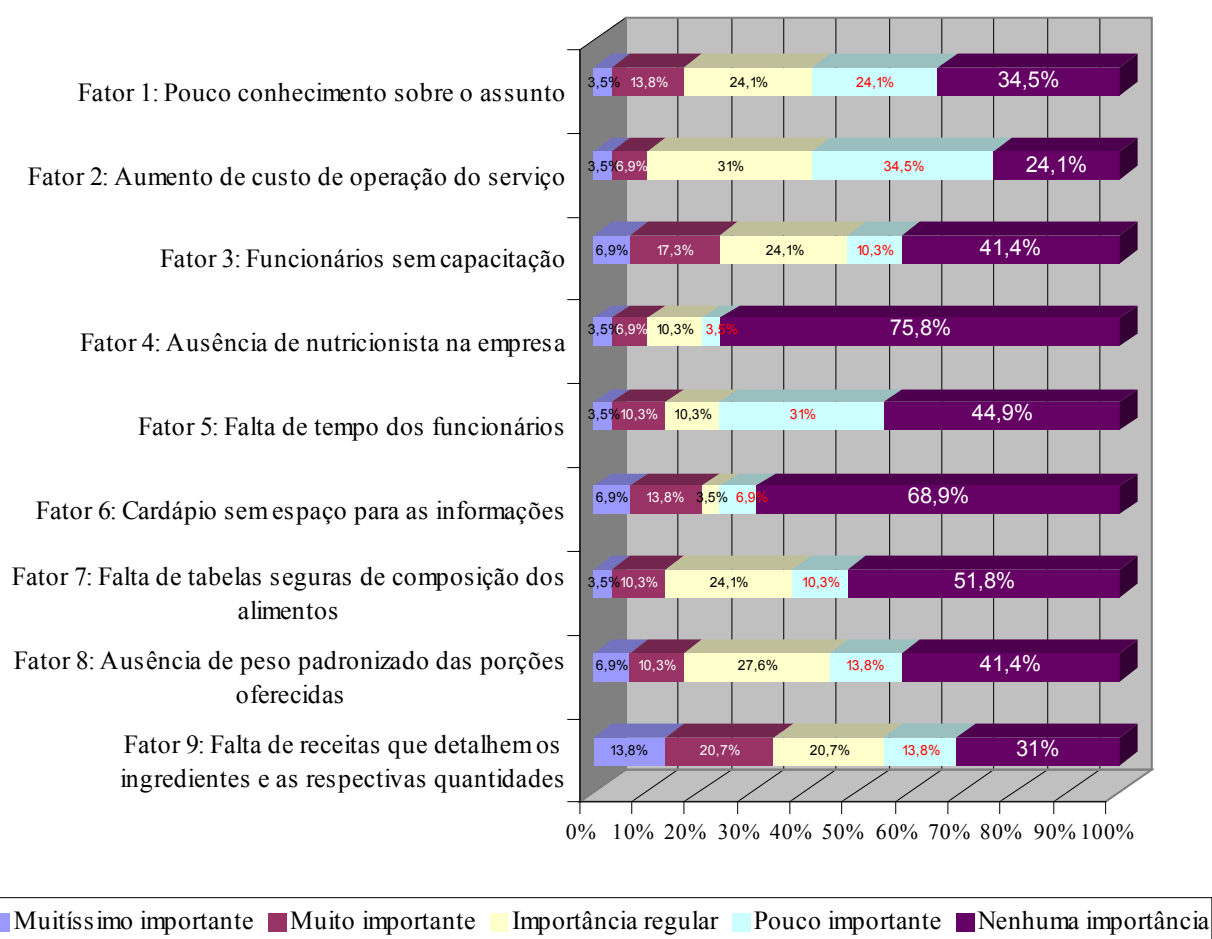


**Figura 1.** Distribuição do grau de importância dos benefícios observados pelos gerentes devido ao oferecimento de informação nutricional nos restaurantes. Campinas-SP, 2005.

Na Figura 1 são observadas diferenças significativas entre a pontuação dos fatores com relação ao grau de importância dos benefícios observados devido ao oferecimento de informação nutricional no serviço de alimentação (ANOVA;  $p = 0,001$ , significativo a 5%). Os fatores “manutenção de clientes”, “atração de novos consumidores” e “melhorar a

imagem do serviço de alimentação” foram mais importantes que o fator “aumentar o faturamento”.

Não foram identificadas diferenças significativas entre as linhas de atuação ou tipos de estrutura para nenhum dos 4 fatores sobre o grau de importância dos benefícios devido ao oferecimento de informação nutricional no serviço de alimentação (teste *t* de Student;  $p > 0,05$ ).



**Figura 2.** Distribuição do grau de importância dos obstáculos identificados pelos gerentes devido ao oferecimento de informação nutricional nos restaurantes. Campinas-SP, 2005.

A Figura 2, a seguir, mostra os dados sobre o grau de importância dos obstáculos encontrados pelos gerentes devido ao oferecimento de informação nutricional, cujos valores percentuais também correspondem ao número de restaurantes ( $n = 29$ ) que oferecem informação nutricional.

Foram observadas diferenças significativas entre as variáveis (ANOVA;  $p = 0,039$ , significativo a 5%). O fator “falta de receitas que detalhem os ingredientes e as respectivas quantidades” foi significativamente mais importante que os fatores “ausência de nutricionista na empresa”, “falta de tempo dos funcionários”, “cardápio sem espaço para as informações” e “falta de tabelas seguras de composição dos alimentos”. Os fatores “aumento de custo de operação do serviço”, “funcionários sem capacitação” e “ausência de peso padronizado das porções oferecidas” foram significativamente mais importantes que o fator “ausência de nutricionista na empresa”.

Não foram observadas diferenças significativas entre as linhas de atuação para nenhum dos 9 fatores sobre o grau de importância dos obstáculos encontrados devido ao oferecimento de informação nutricional no serviço de alimentação (teste  $t$  de Student;  $p > 0,05$ ).

Para o fator “cardápio sem espaço para as informações” foram identificadas diferenças significativas entre o tipo de estrutura da empresa com relação ao grau de importância dos obstáculos encontrados devido ao oferecimento de informação nutricional no serviço de alimentação (ANOVA;  $p = 0,049$ ). As microempresas indicaram que a falta de espaço no cardápio têm um menor grau de importância comparado as pequenas empresas com relação aos obstáculos encontrados no oferecimento de informação nutricional.

Para todos os demais fatores não foram observadas diferenças significativas entre o tipo de estrutura da empresa com relação ao grau de importância dos obstáculos encontrados devido ao oferecimento de informação nutricional no serviço de alimentação (ANOVA;  $p > 0,05$ ).

## DISCUSSÃO

O número de restaurantes ( $n = 29$ ) que oferece a informação nutricional e/ou de saúde é baixo, correspondendo a aproximadamente 30% dos estabelecimentos integrantes da pesquisa. Tal percentual era esperado, uma vez que as iniciativas do oferecimento de informação nutricional em restaurantes fazem parte de uma política recente. Neste sentido, a amostra analisada foi pequena e, portanto, o presente estudo tem o caráter exploratório.

Estudo conduzido nos Estados Unidos por meio de entrevista com 65 dos 400 diretores de pesquisa e desenvolvimento de grandes corporações de serviços de alimentação, listadas no periódico *Restaurants & Institutions* de 1993, também diagnosticaram que somente 23 deles (35,4%) disponibilizavam informação nutricional nos restaurantes (ALMANZA et al., 1997).

Trabalho mais recente envolvendo as 287 maiores cadeias de restaurantes dos Estados Unidos também selecionadas com base no periódico *Restaurants & Institutions* de 2002, revelou proporção considerada reduzida (44%) de estabelecimentos que disponibilizavam algum tipo de informação nutricional (WOOTAN; OSBORN, 2006).

Ainda de acordo com a pesquisa de Wootan e Osborn (2006), também não foi encontrada diferença significativa na disponibilidade de informação nutricional com base no tamanho da cadeia do restaurante.

O ponto chave para que a informação nutricional em restaurantes seja uma realidade é a demanda do consumidor (LIN et al., 1998).

O público está mais consciente da existência de relação entre gordura dietética e doença cardíaca e estão atentos a escolhas de alimentos mais saudáveis como medida preventiva contra esta doença (SLOAN; BELL, 1999).

Os proprietários de restaurantes estão conscientes dessa tendência e muitos estão tentando fornecer alternativas de refeições mais saudáveis aos seus clientes. Os chefes de cozinha também estão mais atentos ao conteúdo de gordura dos alimentos e acreditam que a informação nutricional deve ser fornecida aos consumidores (REICHLER; DALTON, 1998).

Cabe também ressaltar que recentemente, a noção de que os alimentos de conveniência processados estão contribuindo para a epidemia da obesidade, tem conduzido a uma demanda de processos contra o McDonald's™. Ao mesmo tempo, um número de companhias de *fast food* e fabricantes de alimentos têm revisado os conteúdos de gordura e açúcar de seus produtos (SCHRÖDER; MCEACHERN, 2005).

Ainda segundo os referidos autores, novas estratégias de *marketing* pelos *fast foods* estão surgindo como as “opções saudáveis” (por exemplo, pratos à base de salada e frutas de sobremesa) que passaram a ser oferecidas no McDonald's™ e KFC™ assim como a informação nutricional de suas refeições que podem ser acessadas pela página eletrônica das companhias.

Devido ao impacto dos *fast foods* sobre a saúde, muitas autoridades na área de saúde pública e grupos de advogados de consumidores defendem maior disponibilidade de informação nutricional para estes alimentos (ESKIN; HERMANSON, 2004).

No presente estudo verificou-se que em relação aos benefícios percebidos pelos gerentes de restaurantes ao adotar a informação nutricional, o fator “aumentar o faturamento” não diferiu significativamente com relação a importância de aumentar ou manter clientes e de melhorar a imagem do serviço de alimentação.

Estudo que envolveu entrevista com 70 diretores de pesquisa e desenvolvimento de grandes companhias de serviços de alimentação listadas no periódico *Restaurants & Institutions* de 1987, verificou que 46 deles afirmaram que as opções de refeição com informação nutricional representaram somente até 10% das vendas (SNEED; BURKHALTER, 1991).

É importante ressaltar que existem restaurantes que conseguiram ampliar seus faturamentos devido à adoção de rotulagem nutricional. Um exemplo é uma pesquisa com quatro restaurantes no estado da Califórnia. Dois deles tiveram um aumento significativo nas vendas com a disponibilidade da rotulagem nutricional nos cardápios (ALBRIGHT et al., 1990).

Outro estudo envolvendo 53 restaurantes do Colorado, cuja informação nutricional foi disponibilizada nos pontos de compra, verificou que houve um aumento significativo na venda de 52 entradas nomeadas como saudáveis ao coração. Essas informações referem-se a apenas nove restaurantes que forneceram os dados antes e após a intervenção (ANDERSON; HAAS, 1990).

Em uma pesquisa com 160 proprietários de restaurante localizados em Oregon, 45% usavam a rotulagem nutricional em restaurantes e apontaram como um dos benefícios associados o aumento das vendas (HUDSON; CLUSKEY, 1998).

Em relação aos obstáculos enfrentados pelos gerentes dos restaurantes em razão da adoção de informação nutricional, observa-se diferenças significativas entre os graus de

importância tanto para itens relativos ao cardápio, como também para itens relativos ao custo e aos funcionários.

Segundo opinião do *Center for Science in the Public Interest* (2003) as grandes cadeias de *fast food* que fornecem informação nutricional têm conduzido as análises nutricionais necessárias com custos relativamente baixos pois os gastos são comumente planejados de modo a serem cotizados entre os proprietários da mesma cadeia.

Pesquisa de Almanza et al. (1997) registrou que itens relativos ao cardápio estão entre os principais obstáculos que os serviços de alimentação enfrentam a respeito da adoção de rotulagem nutricional. Um destes obstáculos mais citado refere-se às “muitas variações de cardápio”.

Na presente pesquisa, o fator referido no parágrafo anterior (o qual não aparece na figura pois não pôde ser comparado estatisticamente com os demais fatores) foi citado por apenas um dos 29 restaurantes que oferecem informação nutricional. Cabe frisar que a informação nutricional não precisa ser calculada para todos os itens do cardápio.

Entretanto, observa-se uma grande preocupação dos gerentes de restaurantes com outros itens que também estão relacionados ao cardápio. A “falta de receitas que detalhem os ingredientes e as respectivas quantidades” e “ausência de peso padronizado das porções oferecidas” foram significativamente mais importantes que fatores relativos a pessoal como “a ausência de nutricionista na empresa”.

A padronização do peso das refeições é complicada principalmente para os restaurantes *full service* pois é realizada pelos funcionários do restaurante e muitas vezes influenciada pelo próprio cliente que frequenta o estabelecimento. Por outro lado, as companhias de restaurantes *fast food* têm a vantagem de receber os ingredientes para a elaboração de seus produtos já porcionados ou contar com o uso de máquinas que

porcionam a quantidade exata do alimento para dentro da embalagem que será vendido ao público (BOGER, 1995).

Outro obstáculo considerado como significativamente importante para a adoção da rotulagem nutricional em restaurantes, registrado na pesquisa de Almanza et al. (1997), foi referente ao espaço limitado dos cardápios para a disponibilidade da informação nutricional.

Na atual pesquisa, registrou-se o contrário. Observa-se na Tabela 4 que do total de 29 restaurantes que aplicam a informação nutricional, 20 responderam “nenhuma importância” para o fator “cardápio sem espaço para as informações”.

Outros dois grandes obstáculos registrados pela presente pesquisa que mostraram-se mais importantes que a ausência de nutricionista no restaurante é em relação ao custo envolvido na elaboração da informação nutricional, seja através de análise laboratorial ou pela contratação de um profissional ou empresa de consultoria especializada nesse tipo de serviço, e ainda a falta de funcionários capacitados para colaborar nessa ação, o que implica em maiores gastos para o restaurante pois precisariam receber um treinamento por profissional especializado, caso não o tenham.

Em relação ao custo como obstáculo para a rotulagem nutricional, pesquisa de Almanza et al. (1997) mostrou que esse fator não foi o mais importante identificado entre as respostas de 68 diretores entrevistados de grandes companhias de serviços de alimentação. Os fatores significativamente mais importantes foram em relação ao cardápio e aos funcionários.

A capacitação dos funcionários também é muito importante, pois a falta de conhecimento da composição dos alimentos pode contribuir para a seleção de itens alimentícios e métodos de preparação de alimentos que aumentem o conteúdo de gordura.

Essas foram as conclusões de uma pesquisa realizada com 100 administradores de restaurantes *fast foods* localizados em áreas metropolitanas dos Estados Unidos. Ressalta-se a falta de informação sobre nutrição identificada entre os gerentes, pois 41 deles selecionaram o açúcar como sendo mais calórico que o óleo vegetal e 65 desconheciam qualquer informação sobre os ácidos graxos *trans* (BEDNAR et al., 1998).

Dados de uma pesquisa de Sneed e Burkhalter (1991) mostraram que o treinamento dos funcionários sobre nutrição era limitado, registrando que das 70 companhias de serviço de alimentação pesquisadas, 40 não tinham treinamento nutricional para chefes ou líderes de cozinha.

## **CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES**

Observou-se na presente pesquisa que, segundo a opinião dos gerentes, o benefício menos importante em decorrência da disponibilização de informação nutricional nos restaurantes é o aumento do faturamento.

Em relação aos obstáculos encontrados pelos gerentes de restaurantes, a falta de um receituário padrão e de funcionários devidamente capacitados estão entre os mais importantes na manutenção do oferecimento de informação nutricional e de saúde nos estabelecimentos.

Diante do exposto, nota-se que é preciso gerar estímulos visando a adoção deste tipo de intervenção. Um exemplo de intervenção governamental cabível seria a promoção de treinamento para os funcionários do setor, em relação aos diferentes aspectos envolvidos no provimento de informação nutricional, como a elaboração de um receituário padrão, cálculo da composição dos alimentos, da adequação nutricional, entre outros aspectos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBRIGHT, C.L.; FLORA, J.A.; FORTMANN, S.P. Restaurant menu labeling: impact of nutrition information on entree sales and patron attitudes. **Health Education & Behavior**, Thousand Oaks, v.17, n.2, p.157-167, 1990.

ALMANZA, B.A.; NELSON, D.; CHAI, S. Obstacles to nutrition labeling in restaurants. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.97, n.2, p.157-161, Feb. 1997.

ANDERSON, J.; HAAS, M.H. Impact of a nutrition education program on food sales in restaurants. **Journal of Nutrition Education**, Philadelphia, v.22, n.5, p.232-238, Oct. 1990.

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE CAMPINAS - ACIC. (2004). **Relatório Econômico/2004**. Disponível em: <<http://www.acicnet.org.br>>. Acesso em: 18 julho 2006.

BEDNAR, C.; CZAJKA-NARINS, D.; ELAHI, F. Knowledge of fats/oils and fat content of foods by fast food restaurant managers. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.98, n.9, Supplement 1, p.A106, Sep. 1998.

BOGER, C.A. Food labeling for restaurants. **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, Ithaca, v.36, n.3, p.62-70, June 1995.

CENTER FOR SCIENCE IN THE PUBLIC INTEREST. **Anyone's guess**: the need for nutrition labeling at fast-food and other chain restaurants, 2003. 31 p.

COCHRAN, W.G. **Sampling Techniques**. 3<sup>rd</sup> ed. New York: J. Wiley, 1977. 428p.

CODE OF FEDERAL REGULATIONS. (2002). **Nutrition labeling of food**. 21 CFR § 101.9. Disponível em: <<http://www.gpoaccess.gov>>. Acesso em: 11 abril 2005.

\_\_\_\_\_. (2003). **Nutrition labeling of restaurant foods**. 21 CFR § 101.10. Disponível em: <<http://www.gpoaccess.gov>>. Acesso em: 11 abril 2005.

ESKIN, S.B.; HERMANSON, S. AARP Public Policy Institute. (2004). **Nutrition labeling at fast-food and other chain restaurants**. Disponível em: <<http://www.ers.usda.gov>>. Acesso em: 12 agosto 2004.

GLANZ, K.; HEWITT, A.M.; RUDD, J. Consumer behavior and nutrition education: an integrative review. **Journal of Nutrition Education**, Philadelphia, v.24, n.5, p.267-276, Sep./Oct. 1992.

HUDSON, J.K.; CLUSKEY, M.M. Nutrient-content and health claims labeling on Oregon restaurant menus. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.99, n.9, Supplement 1, p.A59, Sep. 1998.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. (2005). **Cidades@:** o Brasil município por município. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 18 julho 2006.

KURTZWEIL, P. (1997). Center for Food Safety and Applied Nutrition. **Today's special:** nutrition information. Disponível em: <<http://www.cfsan.fda.gov>>. Acesso em: 15 abril 2004.

LIN, B.; GUTHRIE, J.; FRAZAO, E. (1998). **Popularity of dining out presents barrier to dietary improvements**. Disponível em: <<http://www.ers.usda.gov>>. Acesso em: 09 abril 2004.

MATTAR, N.M. **Pesquisa de Marketing:** Metodologia - Planejamento. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2005. 347p.

MINITAB Institute Inc. **The MINITAB System** (*software*). version 14.2, 2005.

NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES. Food and Nutrition Board, Institute of Medicine. **Improving america's diet and health:** from recommendation to action. Washington, D.C.: National Academy Press, 1991. 256p.

REICHLER, G.; DALTON, S. Chef's attitudes toward healthful food preparation are more positive than their food science knowledge and practices. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.98, n.2, p.165-169, Feb. 1998.

RICHARD, L., et al. Healthy menu intervention in restaurants in low-income neighbourhoods: a field experience. **Journal of Nutrition Education**, Philadelphia, v.31, n.1, p.54-59, Jan./Feb. 1999.

SALAY, E. Serviços de alimentação: crescimento acelerado. **Agroanalysis**, Rio de Janeiro, v.21, n.2, p.47-49, fev. 2001.

SCHRÖDER, M.J.A.; MCEACHERN, M.G. Fast foods and ethical consumer value: a focus on McDonald's and KFC. **British Food Journal**, Bradford, v.107, n.4, p.212-224, Apr. 2005.

SLOAN, M.E.; BELL, L.N. Fat content of restaurant meals: comparison between menu and experimental values. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.99, n.6, p.731-733, June 1999.

SNEED, J.; BURKHALTER, J.P. Marketing nutrition in restaurants: a survey of current practices and attitudes. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.91, n.4, p.459-462, Apr. 1991.

STEWART, H., et al. (2004). United States Department of Agriculture – USDA. **The demand for food away from home: full-service or fast food?**. Disponível em: <<http://www.ers.usda.gov>>. Acesso em: 10 agosto 2003.

**TARGET MARKETING**. (2006). **Brasil em Foco – IPC TARGET 2006**. Disponível em: <<http://www.targetmark.com.br>>. Acesso em: 26 julho 2006.

WOOTAN, M.G.; OSBORN, M. Availability of nutrition information from chain restaurants in the United States. **American Journal of Preventive Medicine**, Philadelphia, v.30, n.3, p.266-268, Mar. 2006.

XLSTAT Institute Inc. **The XLSTAT System** (*software*). version 2006.06. Paris: Addinsoft, 2006.

## **CAPÍTULO 4**

### **OFERECIMENTO DA INFORMAÇÃO NUTRICIONAL E DE SAÚDE EM RESTAURANTES DO MUNICÍPIO DE CAMPINAS-SP: EXPECTATIVA DOS GERENTES QUANTO AOS BENEFÍCIOS E OBSTÁCULOS**

### **PROVIDING NUTRITIONAL AND HEALTH INFORMATION IN RESTAURANTS IN THE MUNICIPALITY OF CAMPINAS, SP, BRAZIL: EXPECTATIONS OF THE MANAGERS WITH RESPECT TO BENEFITS AND OBSTACLES**

## RESUMO

### Objetivos

Avaliou-se os fatores positivos e negativos esperados pelos gerentes de serviços de alimentação em oferecer informação nutricional e de saúde e o grau de interesse dos mesmos em aplicar tal medida futuramente. Também analisou-se a associação entre estas variáveis com alguns dados referentes à categorização dos restaurantes.

### Métodos

Foram aplicados questionários previamente testados, entre outubro e dezembro de 2005. De uma amostra de 107 restaurantes do tipo *fast food* e 507 restaurantes do tipo *full service*, divididos segundo as cinco regiões de Campinas, foram entrevistados, com base em amostra estratificada aleatória, 20 e 94 gerentes de cada tipo de estabelecimento, respectivamente. O tratamento estatístico utilizou o teste do qui-quadrado, o teste *t* de Student e o teste ANOVA, seguida do teste de médias de LSD, cujos *softwares* aplicados foram o *XLSTAT* versão 2006.06 e o *MINITAB* versão 14.2.

### Resultados

A informação nutricional e de saúde não é disponibilizada em 74,6% dos restaurantes. Entre os benefícios esperados, o fator “melhorar a imagem do serviço de alimentação” foi significativamente mais importante que fatores como “aumentar o faturamento”. Entre os obstáculos, o fator “aumento do custo de operacionalização” foi significativamente mais importante que fatores como “falta de conhecimento” e “falta de tempo dos funcionários”.

### Conclusions/Recommendations

Para maior adesão dos restaurantes na adoção de informação nutricional é preciso a criação de alternativas de baixo custo para a implementação dessa atividade.

**Palavras-chave:** restaurantes, rotulagem nutricional, política de nutrição.

## **ABSTRACT**

### **Objectives**

The positive and negative factors expected by catering service managers on offering nutritional and health information was evaluated, together with the level of interest in applying such norm in the future. It was also analyzed the association among these variables with some of the data referring to the categories of the restaurants.

### **Methods**

Tested questionnaires were applied, between October and December of 2005. From a sample of 107 fast food restaurants and 507 full service restaurants, divided according to the five administrative regions in Campinas, on the basis of stratified random sampling, twenty and ninety-four managers from each type of establishment, respectively, were interviewed. The statistical analyses were performed using the chi-square and Student t-tests, plus the ANOVA test, followed by the LSD means test, with the aid of the *XLSTAT* version 2006.06 and *MINITAB* version 14.2 statistical software.

### **Results**

The provision of nutritional and health information had not been adopted in 74.6% of the restaurants. Amongst the expected benefits, the factor “improve the image of the catering service” was significantly more important than factors such as “increase revenue”. Among the obstacles, the factor “increase in operational costs” was significantly more important than factors such as “lack of knowledge” and “lack of time by the employees”.

**Conclusions/Recommendations**

For greater adherence to the policy of providing nutritional information in restaurants, low cost alternatives for the implementation of this activity must be created.

**Keywords:** restaurants, nutritional labeling, nutrition policy.

## INTRODUÇÃO

No Brasil, atualmente é incipiente a iniciativa do setor de serviços de alimentação em oferecer ao consumidor informação nutricional nos cardápios (SALAY, 2003).

Os restaurantes são ambientes excelentes para iniciar a promoção de estilos de vida mais saudáveis (JONES et al., 2004). Os consumidores estão cada vez mais conscientes do papel da nutrição na prevenção de doenças e isso está levando a uma maior demanda dos mesmos por alternativas de cardápios mais saudáveis em restaurantes (SNEED; BURKHALTER, 1991).

Os consumidores devem ser encorajados a solicitar informação nutricional nos restaurantes que deve ser correta, padronizada e compreensível ao público alvo (FDA, 2004), pois ela é importante para influenciar na aquisição de atitudes saudáveis pelos clientes, gerando educação nutricional e promoção da saúde (FITZPATRICK et al., 1997; KOZUP et al., 2003). O estudo de Fitzpatrick et al. (1997) abrangeu nove restaurantes canadenses, o qual ofereceu no cardápio opções de refeições saudáveis ao coração, a fim de determinar a satisfação e a reação dos consumidores. Os itens do cardápio com baixo teor de gordura foram significativamente preferidos pelos consumidores que outros itens regulares do cardápio. A satisfação dos clientes com os itens do cardápio, traz vantagem para o empreendedor como também para o próprio consumidor: o retorno do consumidor ao estabelecimento, querendo experimentar o produto novamente e a disposição do gerente do restaurante em continuar as promoções que têm demonstrado satisfazer sua clientela, respectivamente.

Enquanto, por um lado, existem restaurantes oferecendo informação nutricional e obtendo resultados positivos, ainda existem muitos serviços de alimentação relutantes com

a adoção dessa prática devido à percepção de que as regulamentações para tal medida são frustrantes e confusas, além de dispendiosas (BOGER, 1995).

Para minimizar o impacto econômico sobre os restaurantes nos Estados Unidos, a FDA permite uma certa flexibilidade aos estabelecimentos a fim de que ofereçam a informação nutricional, que pode ser realizada por um nutricionista ou empresa de consultoria especializada por meio de tabela de composição química dos alimentos e não obrigatoriamente, através de análises laboratoriais. Todavia, os restaurantes têm que provar que a receita foi preparada por um grupo de profissionais de saúde reconhecidos ou que os valores nutricionais foram calculados usando uma base de dados confiáveis (FOULKE, 1996). Além disso, segundo a FDA (1995), o número de pratos para os quais a informação nutricional será disponibilizada fica a critério do dono do restaurante.

Para maior adesão dos proprietários de restaurantes à política de disponibilização de informação nutricional, há a necessidade de estudos sobre o custo-efetividade da aplicabilidade dessas ações em restaurantes, especialmente nos estabelecimentos do tipo *full service*, que oferecem maior variedade de preparações a um custo mais alto quando comparado às redes de *fast food*, como também nos pequenos restaurantes cujo volume de venda anual é limitado (NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES, 2005).

Todavia são escassas as pesquisas que avaliam os benefícios e obstáculos esperados pelos gerentes de restaurantes devido ao oferecimento de informação nutricional e sua influência na propensão dos mesmos em adotar tal medida (ALBRIGHT et al., 1990; ANDERSON; HAAS, 1990; BENSON, 1995; ALMANZA et al., 1997). E vale destacar que não se encontrou na revisão bibliográfica nenhum artigo abordando este tema específico no Brasil. Visando preencher essa lacuna, conduziu-se esta pesquisa no

município de Campinas, Estado de São Paulo. Também foram levantadas algumas informações de caracterização dos restaurantes e gerentes entrevistados para associação posterior com os demais dados obtidos.

## **METODOLOGIA**

A população de estudo foi composta por gerentes de serviços de alimentação comerciais da cidade de Campinas – SP. Estes estabelecimentos foram divididos em serviços rápidos, de conveniência (*fast food*) e serviços completos (de mesa), em geral com cardápios mais variados (*full service*), conforme classificação empregada por Stewart et al. (2004).

Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2005) mostram que Campinas possuía, na época, uma população estimada em 1.045.706 habitantes. Segundo a Associação Comercial e Industrial de Campinas – ACIC (2004), o tamanho de Campinas representa 42,0% do PIB da Região Metropolitana de Campinas – RMC, que gerou bens e serviços na ordem de R\$78,2 bilhões em 2004. Segundo a *Target Marketing* (2006), Campinas alcançou o nono lugar no Índice da Potencialidade de Consumo – IPC, entre os 500 maiores municípios estudados.

Devido à inexistência de um cadastro único e atualizado dos restaurantes do município de Campinas, obteve-se a listagem dos serviços de alimentação comerciais através de consultas em páginas da internet (Listas Oesp – [www.listao.com.br](http://www.listao.com.br), Prefeitura de Campinas – [www.campinas.sp.gov.br](http://www.campinas.sp.gov.br), Portal dos Restaurantes de Campinas – [www.portaldosrestaurantes.com.br](http://www.portaldosrestaurantes.com.br), Restaurantes do Ceasa - [www.ceasacampinas.com.br](http://www.ceasacampinas.com.br),

Guia EPTV - [www.eptv.globo.com/guia2004](http://www.eptv.globo.com/guia2004), *sites* específicos de *shopping centers* do município, em busca dos seus respectivos serviços de alimentação, e *sites* específicos das grandes redes de *fast food*), além de consulta em listas das Páginas Amarelas 2003/2004, Listel Campinas 2003 e panfletos comerciais, resultando em 107 restaurantes *fast food* e 507 restaurantes *full service* listados. Contatos por telefone foram realizados para a confirmação do tipo de linha de atuação do serviço de alimentação e endereço completo.

Para a realização do dimensionamento da amostra, primeiramente foi definida uma probabilidade de confiança de 95% (erro amostral de 5%), utilizando-se a metodologia de Cochran (1977).

Em seguida, definiu-se o sorteio aleatório entre os restaurantes listados, tendo por base as 5 regiões (Leste, Norte, Sul, Noroeste e Sudoeste) de Campinas. Tal procedimento permitiu a obtenção de amostragem aleatória estratificada, totalizando 114 restaurantes, sendo 20 do tipo *fast food* e 94 do tipo *full service*.

A coleta de dados foi realizada por meio de entrevista com os gerentes dos restaurantes, no período de outubro a dezembro de 2005, com a aplicação de um questionário contendo questões abertas, semi-estruturadas e estruturadas e que foi pré-testado. O pré-teste foi realizado em setembro de 2005 e possibilitou o aprimoramento do instrumento.

O pré-teste serve para detectar as dificuldades práticas do questionário: avaliar a compreensão das questões dirigidas aos entrevistados, contabilizar o tempo gasto com a entrevista, verificar a necessidade de se obter mais informações sobre o assunto estudado, entre outras funções (MATTAR, 2005).

O levantamento de dados foi realizado de forma criteriosa (tempo de entrevista de no máximo meia hora, sem influenciar o entrevistado com opiniões pessoais e esclarecendo

possíveis dúvidas durante o preenchimento do questionário) pela primeira autora deste artigo e por três alunos do Grupo de Estudos e Projetos em Engenharia de Alimentos - GEPEA da Universidade Estadual de Campinas devidamente treinados através do uso de um manual do entrevistador, elaborado especificamente para a pesquisa.

Após a aplicação do questionário, foi construído um banco de dados utilizando o *software* Excel (2000). Para o tratamento estatístico, utilizou-se o teste do qui-quadrado, o teste *t* de Student e o teste ANOVA seguida do teste de médias de LSD (*Least Square Difference*).

Os *softwares* estatísticos utilizados nas análises foram o *XLSTAT* versão 2006.06 (2006) e o *MINITAB* versão 14.2 (2005).

## RESULTADOS

Tendo por base os dados da Tabela 1, que apresenta algumas características dos restaurantes comerciais e do perfil dos gerentes integrantes da amostra, observa-se que quase a metade (48,3%) do total de gerentes entrevistados possui escolaridade até o segundo grau completo e apenas 2,6% concluíram cursos de pós-graduação. Nota-se que apenas 20,3% dos gerentes concluíram cursos relacionados à área de alimentos e bebidas ou nutrição. É interessante observar que 75,0% dos restaurantes *fast food* possuem responsável técnico, ao passo que proporção um pouco inferior à metade (45,7%) dos restaurantes *full service* revelam a mesma condição. A maioria dos estabelecimentos classifica-se como microempresa (63,2%), que atuam em *full service* (82,5%).

**Tabela 1.** Características dos restaurantes e perfil dos gerentes entrevistados. Campinas-SP, 2005.

| Características            | Categoria                                      | Frequência<br>(n) | Porcentagem<br>(%) |
|----------------------------|------------------------------------------------|-------------------|--------------------|
| Escolaridade<br>do gerente | Fundamental incompleto                         | 4                 | 3,5                |
|                            | Fundamental completo                           | 10                | 8,8                |
|                            | Médio incompleto                               | 0                 | 0,0                |
|                            | Médio completo                                 | 41                | 36,0               |
|                            | Curso técnico - nível médio incompleto         | 0                 | 0,0                |
|                            | Curso técnico - nível médio completo           | 3                 | 2,6                |
|                            | Superior incompleto                            | 16                | 14,0               |
|                            | Superior completo                              | 36                | 31,6               |
|                            | Pós-graduação incompleta                       | 1                 | 0,9                |
|                            | Pós-graduação completa                         | 3                 | 2,6                |
| Área do curso              | Ciências humanas e sociais                     | 10                | 17,0               |
|                            | Ciências exatas e engenharias                  | 34                | 57,6               |
|                            | Ciências da vida                               | 3                 | 5,1                |
|                            | Cursos envolvendo alimentos e bebidas/nutrição | 12                | 20,3               |
| Linha de<br>atuação        | <i>Fast food</i>                               | 20                | 17,5               |
|                            | <i>Full service</i>                            | 94                | 82,5               |
| Responsável<br>Técnico     | <i>Fast food</i>                               | 15                | 75,0*              |
|                            | <i>Full service</i>                            | 43                | 45,7*              |
| Tipo de<br>estrutura       | Microempresa                                   | 72                | 63,2               |
|                            | Pequena empresa                                | 30                | 26,3               |
|                            | Média empresa                                  | 11                | 9,6                |
|                            | Grande empresa                                 | 1                 | 0,9                |

\* Os valores percentuais correspondem ao número total de restaurantes da amostra de acordo com a linha de atuação.

Na Tabela 2 são apresentados os resultados relativos ao oferecimento de informação nutricional em relação à existência de responsável técnico nas empresas.

Apenas 29 (25,4%) das 114 empresas integrantes da amostra oferecem informação nutricional por meio do serviço de alimentação.

**Tabela 2.** Distribuição dos restaurantes de acordo com a existência de responsável técnico e o oferecimento de informação nutricional. Campinas-SP, 2005.

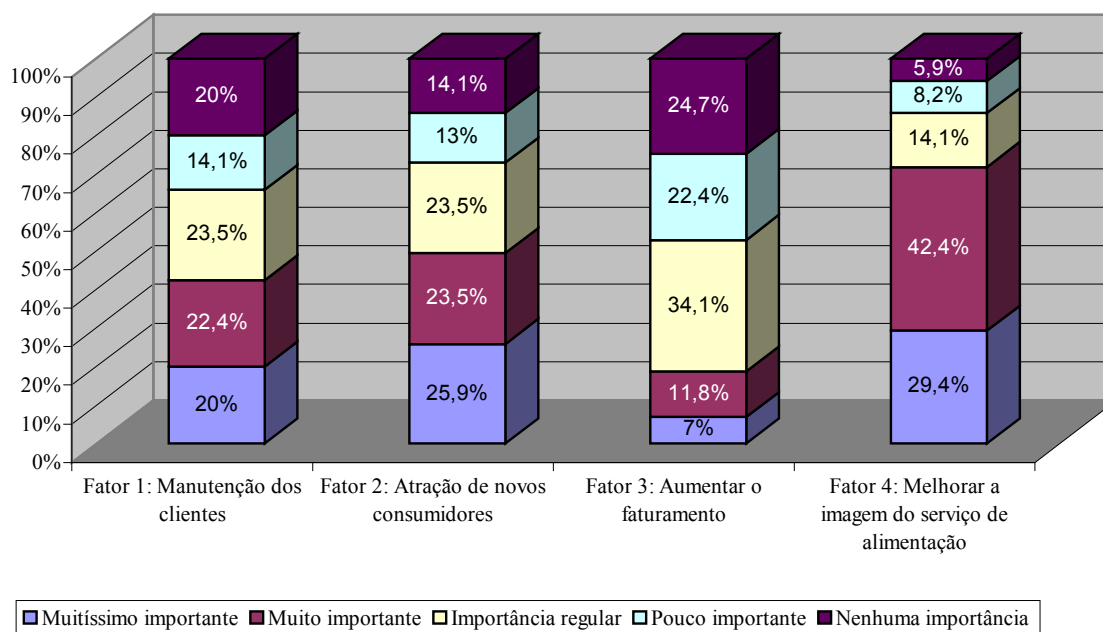
| Oferecimento de informação nutricional | Existência de responsável técnico |      |          |      |
|----------------------------------------|-----------------------------------|------|----------|------|
|                                        | Sim                               |      | Não      |      |
|                                        | <i>n</i>                          | %*   | <i>n</i> | %*   |
| Sim                                    | 23                                | 79,3 | 6        | 20,7 |
| Não                                    | 35                                | 41,2 | 50       | 58,2 |

\*Os valores percentuais estão relacionados com o oferecimento ou não de informação nutricional nos restaurantes ( $n = 29$ ) e ( $n = 85$ ), respectivamente.

Foi identificada associação entre o oferecimento de informação nutricional e a existência de responsável técnico (qui-quadrado;  $p < 0,001$ ). Destaca-se que, entre os restaurantes que oferecem a informação nutricional, aproximadamente 80% possuem um responsável técnico em sua unidade. Cabe frisar que do total ( $n = 58$ ) de responsáveis técnicos, 41 deles são profissionais de nutrição.

Foi observada uma associação significativa entre a linha de atuação e a existência de responsável técnico (qui-quadrado;  $p = 0,017$ ). A proporção de empresas com responsável técnico foi maior para as redes de *fast food*.

Na Figura 1 são apresentados os dados sobre os benefícios esperados pelos gerentes dos serviços de alimentação, decorrentes do oferecimento de informação nutricional, cujos valores percentuais correspondem ao número de restaurantes ( $n = 85$ ) que não oferecem informação nutricional.



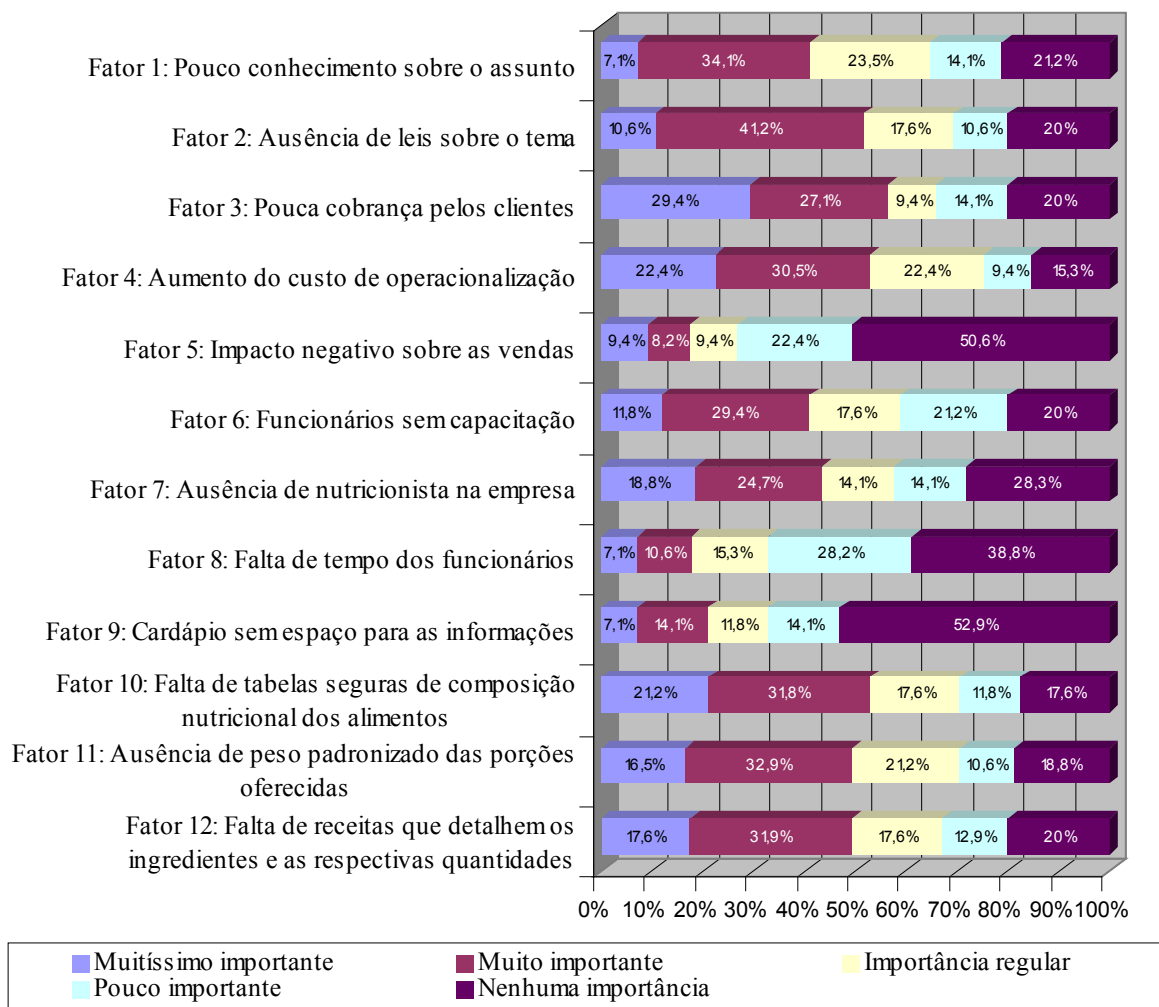
**Figura 1.** Distribuição do grau de importância dos benefícios esperados pelos gerentes decorrentes da adoção de informação nutricional. Campinas-SP, 2005.

Foram observadas diferenças significativas entre a pontuação dos fatores com relação ao grau de importância dos benefícios esperados devido ao oferecimento de informação nutricional no serviço de alimentação (ANOVA;  $p < 0,001$ , significativo a 5%). O fator “melhorar a imagem do serviço de alimentação” foi significativamente mais importante que os fatores “manutenção dos clientes” e “aumentar o faturamento”. O fator “atração de novos consumidores” foi significativamente mais importante que o fator “aumentar o faturamento”.

Com relação ao grau de importância dos benefícios esperados decorrentes da adoção de informação nutricional com relação à linha de atuação, as redes de *fast food* relataram uma importância maior para o fator “melhorar a imagem do serviço de alimentação”

comparado à linha de atuação *full service* (teste *t* de Student;  $p = 0,021$ ). Para os demais fatores não foram identificadas diferenças significativas entre as linhas de atuação.

Na Figura 2 são apresentados os obstáculos esperados pelos gerentes de serviços de alimentação decorrentes do oferecimento de informação nutricional, cujos valores percentuais também correspondem ao número de restaurantes ( $n = 85$ ) que não oferecem informação nutricional.



**Figura 2.** Distribuição do grau de importância das razões citadas pelos gerentes para a não adoção do oferecimento de informação nutricional. Campinas-SP, 2005.

Foram identificadas diferenças significativas entre os fatores (ANOVA;  $p < 0,001$ , significativo a 5%). O fator “aumento do custo de operacionalização” foi significativamente mais importante do que os fatores “pouco conhecimento sobre o assunto”, “impacto negativo sobre as vendas”, “funcionários sem capacitação”, “ausência de nutricionista”, “falta de tempo dos funcionários” e “cardápio sem espaço para as informações”. Os fatores “ausência de lei sobre o tema”, “pouca cobrança pelos clientes”, “falta de tabelas seguras de composição nutricional dos alimentos”, “ausência de peso padronizado das porções oferecidas” e “falta de receitas que detalhem os ingredientes e as respectivas quantidades” foram significativamente mais importantes que os fatores “impacto negativo sobre as vendas”, “falta de tempo dos funcionários” e “cardápio sem espaço para as informações”.

Com relação ao grau de importância das razões para a não adoção do oferecimento de informação nutricional com relação à linha de atuação, as redes de *fast food* relataram uma importância maior para o fator “pouco conhecimento sobre o assunto” e uma importância menor para o fator “falta de receitas que detalhem os ingredientes e as respectivas quantidades” comparados à linha de atuação *full service* (teste *t* de Student;  $p = 0,041$ ).

Para os demais fatores não foram identificadas diferenças significativas entre as linhas de atuação.

A comparação com relação ao tipo de estrutura foi significativa apenas para o fator “aumento do custo de operacionalização”, onde as microempresas consideraram esse fator mais importante do que as médias empresas (ANOVA;  $p = 0,048$ ).

Analisando-se os dados da Tabela 3, nota-se que a diferença na distribuição entre a proporção de gerentes com grande e nenhum interesse em adotar a informação nutricional é

de apenas uma empresa e entre os graus de interesse regular e pequeno, de somente duas empresas.

**Tabela 3.** Distribuição do grau de interesse da empresa em adotar informação nutricional. Campinas-SP, 2005.

| Nível de interesse | <i>n</i> | %*   |
|--------------------|----------|------|
| Grande             | 23       | 27,1 |
| Regular            | 16       | 18,8 |
| Pequeno            | 18       | 21,2 |
| Sem interesse      | 24       | 28,2 |
| Não soube opinar   | 4        | 4,7  |

\*Nota = - os valores percentuais estão relacionados com o número de restaurantes (*n* = 85) que não oferecem informação nutricional.

## DISCUSSÃO

Do total de restaurantes (*n* = 114) da presente pesquisa, aproximadamente a metade (58) possui responsável técnico em seus estabelecimentos, número inferior ao esperado. Encontrou-se apenas 29 restaurantes que adotam a informação nutricional, porém, a maioria, 26 deles, possui um responsável técnico em seu estabelecimento, enquanto observou-se o contrário para os restaurantes que não oferecem a informação nutricional.

Destaca-se, também, dentre os restaurantes da atual pesquisa, que as redes de *fast food* são as que mais possuem responsável técnico. Provavelmente, uma das justificativas é que as mesmas têm uma política que ampara o empresário, na medida que oferece treinamento aos funcionários para que haja a padronização de seus produtos e qualidade constante dos alimentos oferecidos.

Estudo de Cavalli (2003) detectou que dos 46 restaurantes de Campinas e 62 restaurantes de Porto Alegre, integrantes da amostra, somente 21,7% e 16,1%, respectivamente, possuíam responsável técnico.

Quanto às iniciativas de emprego de informação nutricional em restaurantes, nota-se também em outros estudos, que ainda são pequenas. Um exemplo é uma pesquisa realizada nos Estados Unidos com 65 diretores de pesquisa e desenvolvimento de grandes corporações de serviços de alimentação, a qual diagnosticou que somente 23 deles (35,4%) adotavam informação nutricional nos restaurantes (ALMANZA et al., 1997).

Em relação aos benefícios esperados devido ao oferecimento de informação nutricional, a presente pesquisa aponta que melhorar a imagem do serviço de alimentação e atrair novos clientes são expectativas significativamente mais importantes para a maioria dos gerentes do que o aumento de lucro. Podemos inferir que isso se deva ao fato dos gerentes, em geral, considerarem que o aumento nos gastos relativos ao cardápio e contratação/treinamento de pessoal capacitado, ser maior que o aumento esperado na movimentação do público. Seguem abaixo alguns dos comentários de gerentes de restaurantes:

(...) “fiz tabela nutricional de três produtos antes, expus ao consumidor e não deu aumento do faturamento”

“Aumentaria os custos, o aluguel do shopping é caro”

(...) “em geral somente as mulheres se preocupam com o tipo de alimentação, comem mais saladas, servem-se de grelhados. Além disso, em geral, os clientes que freqüentam o estabelecimento estão preocupados com o preço e, fazer isso, aumentaria muito o custo e, portanto, aumentaria o preço da refeição, pois teria de contratar nutricionista”

“os clientes não se interessam, nunca perguntam”

(...) “será só um detalhe a mais: não afetará de maneira boa ou ruim as vendas.”

(...) “porque quem procura o restaurante não está interessado em fazer dieta. Quem quer fazer dieta geralmente vai em restaurante vegetariano, macrobiótico...”

Várias pesquisas demonstram que a opinião dos consumidores influencia grandemente os donos de restaurantes a adotar ou não preparações mais saudáveis nos restaurantes assim como a sua informação nutricional.

Entretanto, técnicas usadas para encorajar os clientes a escolher itens mais saudáveis, incluindo questionários, informações em apostila, etc. têm trazido resultados variados. Assim, a disponibilidade de alimento saudável pode não ter nenhuma influência sobre os consumidores para a escolha de itens mais saudáveis (PALMER; LEONTOS, 1995).

Entrevista realizada com 27 donos de restaurantes rurais em Calgary, Canadá, diagnosticou que uma das dificuldades para servir alimentos saudáveis (designados com base no *Heart Smart Food Choices Program for Restaurants*) é a falta de demanda do consumidor (BENSON, 1995).

No entanto, pesquisa de Dougherty et al. (2005) a respeito das atitudes de 70 consumidores em relação à rotulagem nutricional de *fast foods*, revelou que 57,9% dos participantes avaliaram a nutrição como um fator importante ao comprar no *fast food*. Quase 2/3 (62%) apoiaram a existência de uma lei sobre rotulagem nutricional para os cardápios de restaurantes.

Entrevistas com 105 diretores de pesquisa e desenvolvimento de grandes corporações de serviços de alimentação dos Estados Unidos, apontaram que entre os principais fatores que influenciam a decisão de alterar o cardápio, introduzindo itens mais saudáveis estão: tendência de *marketing* (85,1%), exigência do consumidor (84,2%) e testes de desenvolvimento e pesquisas de produtos (84,2%). Estes resultados indicam que os desejos e preferências dos consumidores são os ímpetus primários para mudanças no cardápio (CLAY et al., 1995).

Um estudo muito interessante que comparou alterações de preço e intervenções de informação de saúde na promoção de escolhas de alimentos saudáveis em um restaurante dos Estados Unidos, levantou a possibilidade de que a diminuição isolada do preço pode ser mais efetiva que uma combinação de ambos (diminuição do preço e informação de saúde) para o aumento nas vendas de alguns alimentos. O estudo ainda sugere que os consumidores podem assumir que um alimento descrito como “saudável” pode não ser saboroso (HORGAN; BROWNELL, 2002).

Na verdade constitui-se um dilema para os donos de restaurantes aplicar informação nutricional e de saúde no serviço de alimentação pois eles não sabem se os consumidores selecionariam os itens devido a essas informações ou com base na aparência ou gosto percebidos (THOMAS; MILLS, 2006).

Diante do exposto acima, cabe ressaltar que existem pesquisas que apontam uma maior preocupação de chefes de cozinha a respeito da produção de refeições saudáveis e ao mesmo tempo saborosas. Um exemplo é o estudo de Reichler e Dalton (1998) o qual relata que os chefes de cozinha estão mais atentos ao teor de gordura dos alimentos e apóiam que a informação nutricional seja oferecida aos consumidores.

A atual pesquisa também aponta que os gerentes têm uma preocupação maior com o custo que será gerado na elaboração da informação nutricional e com fatores relativos ao pessoal (como por exemplo, falta de conhecimento e tempo dos funcionários) e com fatores relativos ao cardápio (falta de espaço para as informações).

Também verifica-se que a falta de legislação sobre informação nutricional em restaurantes assim como a pouca cobrança pelos clientes somada a fatores relativos ao cardápio, como a falta de um receituário padrão, são razões mais preocupantes para os

gerentes não oferecerem informação nutricional do que problemas relativos à diminuição das vendas ou a falta de tempo dos funcionários.

Estudo conduzido por Almanza et al. (1997) constatou que dos 65 diretores de pesquisa e desenvolvimento de serviços de alimentação entrevistados, apenas 21 acreditavam ter a responsabilidade de fornecer aos consumidores informação nutricional no restaurante. Descobriu-se que 43 deles acreditavam que a rotulagem nutricional não teria efeito sobre as vendas e 16 achavam que a rotulagem nutricional diminuiria as vendas, mas a falta de tempo dos funcionários foi um dos principais obstáculos que afetava a prontidão em oferecer informação nutricional assim como o custo, a falta de peso padronizado das porções oferecidas e a pouca cobrança pelo governo (ausência de legislação sobre o assunto).

Outra pesquisa que entrevistou 70 diretores de pesquisa e desenvolvimento de serviços de alimentação, registrou que 44 deles pretendiam futuramente acrescentar informações nutricionais nos cardápios (SNEED; BURKHALTER, 1991).

Um estudo sobre estratégias e disponibilidade de 27 donos de restaurantes rurais em promover opções saudáveis foi administrada em Calgary, Canadá, durante o almoço. Os dados revelaram que 76% dos donos de restaurantes opinaram que era de média a alta prioridade servir alimentos saudáveis em seu estabelecimento e para atingir esse objetivo, 84% deles estavam dispostos a introduzir novas receitas e 88%, treinar seus funcionários. Além disso, 76% estavam dispostos a inserir essas informações no cardápio e 72% alegaram que gostariam de contar com um nutricionista para auxiliar e implementar estratégias para aumentar as vendas de alimentos saudáveis nos restaurantes (BENSON, 1995).

Na verdade, percebe-se que os gerentes de restaurantes da presente pesquisa estão inseguros quanto ao retorno financeiro que irão obter com as vendas dos pratos ou produtos que apresentem a informação nutricional e vários não acreditam em um retorno financeiro compensador. Porém, verifica-se nas pesquisas que serão relatadas abaixo, resultados positivos em relação à adoção deste tipo de estratégia.

Um programa desenvolvido pela *American Heart Association* com o objetivo de garantir que os consumidores de restaurantes tenham a oportunidade de escolher alimentos saudáveis através de rotulagem nutricional nos cardápios foi aplicado em 53 restaurantes do Colorado. O estudo verificou que das 58 entradas nomeadas saudáveis ao coração, houve um aumento significativo na venda de 52 delas, para quatro entradas a venda permaneceu a mesma e para 2 entradas a venda diminuiu. Essas informações referem-se a apenas nove restaurantes que forneceram os dados antes e após a intervenção (ANDERSON; HAAS, 1990).

Uma pesquisa com quatro restaurantes no estado da Califórnia, mostrou que em dois deles houve um aumento significativo nas vendas de alimentos designados com baixo teor de gordura e colesterol, mas nos outros dois restaurantes não ocorreu aumento nas vendas. É interessante comentar que nos restaurantes em que a intervenção mostrou-se positiva, a proporção de homens foi maior e também houve predominância de uma clientela mais jovem e também que o gosto foi a primeira razão mencionada pelos clientes para a escolha dos pratos, independentemente se apresentavam ou não rotulagem nutricional (ALBRIGHT et al., 1990).

Outro estudo interessante realizado por Cranage et al. (2004), que envolveu 150 consumidores de um restaurante universitário na Pensilvânia (EUA), mostrou que a

informação nutricional no ponto de venda foi associada com maior satisfação dos clientes com a qualidade do alimento e com a intenção de comprá-lo novamente.

Pesquisa realizada em sete restaurantes estilo cafeteria em Minnesota, cuja intervenção baseou-se em introduzir no cardápio alimentos com baixo teor de gordura ( $< 10,5\text{g}$  de gordura para sanduíches, saladas e pizzas, e  $< 3\text{g}$  de gordura para salgados e sobremesas), obteve um aumento significativo no total de vendas para todos os itens, exceto a salada e o *frozen yogurt* que permaneceram constantes nas vendas (ELDRIDGE et al., 1997).

Nota-se que há uma demanda dos consumidores americanos para a rotulagem nutricional de preparações de restaurantes e que os mesmos estão cada vez mais exigentes quanto aos padrões de qualidade e atendimento. As empresas podem se beneficiar desse tipo de política de nutrição mas para isso precisam estar dispostas a realizar um investimento inicial para o seu desenvolvimento.

Expressiva parcela dos consumidores nos Estados Unidos consideram que é responsabilidade social do restaurante informá-los do conteúdo nutricional de alimentos que pode prejudicar ou ser benéfico a sua saúde. Além disso, os consumidores relataram que esperam dos cardápios de restaurantes uma lista exata dos ingredientes das receitas, informação nutricional correta, disponibilidade de pessoal qualificado para explicar as dúvidas surgidas, entre outras expectativas (THOMAS; MILLS, 2006).

Ainda segundo os autores citados anteriormente, o desafio inicial de oferecer a informação nutricional de itens do cardápio e garantir a correta preparação desses itens podem representar um aumento dos custos e dificuldades, mas os benefícios incluem aumento da confiança do consumidor e ampliação das vendas.

## CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

A presente pesquisa revelou que os gerentes de restaurantes manifestaram uma grande preocupação com o custo do oferecimento de informação nutricional em seus estabelecimentos. Os entrevistados também acreditam que esse tipo de informação não ampliará a lucratividade da empresa.

Embora os gerentes estejam divididos em sua opinião, observa-se que vários deles têm um grande interesse em adotar futuramente a informação nutricional nos restaurantes.

Assim, constitui-se num desafio a criação de um sistema de informação nutricional que seja de fácil implementação, com a inclusão de alimentos saudáveis e que agradem o paladar dos clientes e que sejam de custo acessível aos gerentes para que haja maior número de restaurantes interessados em oferecer esse tipo de informação.

É importante destacar também que a demanda do consumidor por informação nutricional nos restaurantes é um fator chave para que as empresas intensifiquem a adesão a esse tipo de informação.

Para tanto, é preciso que a sociedade (governo, mídia, escolas, empresas) cumpra o seu papel, por meio de um trabalho contínuo e de longo prazo, de informar e também educar o consumidor sobre a relação entre dieta e saúde.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBRIGHT, C.L.; FLORA, J.A.; FORTMANN, S.P. Restaurant menu labeling: impact of nutrition information on entree sales and patron attitudes. **Health Education & Behavior**, Thousand Oaks, v.17, n.2, p.157-167, 1990.

ALMANZA, B.A.; NELSON, D.; CHAI, S. Obstacles to nutrition labeling in restaurants. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.97, n.2, p.157-161, Feb. 1997.

ANDERSON, J.; HAAS, M.H. Impact of a nutrition education program on food sales in restaurants. **Journal of Nutrition Education**, Philadelphia, v.22, n.5, p.232-238, Oct. 1990.

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE CAMPINAS - ACIC. (2004). **Relatório Econômico/2004**. Disponível em: <<http://www.acicnet.org.br>>. Acesso em: 18 julho 2006.

BENSON, W. Strategies and willingness of rural restaurateurs to promote healthy foods. **Canadian Public Health Journal**, Ottawa, v.86, n.3, p.181-184, May/June 1995.

BOGER, C.A. Food labeling for restaurants. **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, Ithaca, v.36, n.3, p.62-70, June 1995.

CAVALLI, S.B. **Sistemas de controle de qualidade e segurança do alimento, processo produtivo e recursos humanos em unidades de alimentação comercial de Campinas (SP) e Porto Alegre (SP)**. 2003. 238f. Tese (Doutorado em Alimentos e Nutrição) – Faculdade de Engenharia de Alimentos, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2003.

CLAY, J.M.; EMENHEISER, D.A.; BRUCE, A.R. Healthful menu offerings in restaurants: a survey of major U.S. chains. **Journal of Foodservice Systems**, Trumbull, v.8, n.2, p.91-101, Feb. 1995.

COCHRAN, W.G. **Sampling Techniques**. 3<sup>rd</sup> ed. New York: J. Wiley, 1977. 428p.

CRANAGE, D.A.; CONKLIN, M.T.; LAMBERT, C.U. Effect of nutrition information in perceptions of food quality, consumption behavior and purchase intentions. **Journal of Foodservice Business Research**, Haworth, v.7, n.1, p.43-61, 2004.

DOUGHERTY, M.O., et al. Nutrition labeling and value size pricing at fast-food restaurants: a consumer perspective. **American Journal of Health Promotion**, Cleveland, v.20, n.4, p.247-250, Mar./Apr. 2005.

ELDRIDGE, A.L; SNYDER, P.A.; FAUS, N.G.; KOTZ, K. Development and evaluation of a labeling program for low-fat foods in a discount department store foodservice area. **Journal of Nutrition Education**, Philadelphia, v.29, n.3, p.159-161, Mar./Apr. 1997.

FITZPATRICK, M.P; CHAPMAN, G.E.; BARR, S.I. Lower-fat menu items in restaurants satisfy customers. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.97, n.5, p.510-514, May 1997.

FOOD AND DRUG ADMINISTRATION – FDA. (2004). Center for Food Safety and Applied Nutrition. **Calories Count**. Report of the working group on obesity. Disponível em: <<http://www.cfsan.fda.gov>>. Acesso em: 18 abril 2004.

\_\_\_\_\_. (1995). U.S. Department of Health and Human Services. **Food Labeling: questions and answers volume II; a guide for restaurants and other retail establishments**. Disponível em: <<http://www.cfsan.fda.gov>>. Acesso em: 15 abril 2005.

FOULKE, J. (1996). Center for Food Safety and Applied Nutrition. **Nutrition information on restaurant menus**. FDA Talk Papers. Disponível em: <<http://www.cfsan.fda.gov>>. Acesso em: 15 abril 2005.

HORGEN, K.B.; BROWNELL, K.D. Comparison of price change and health message interventions in promoting healthy food choices. **Health Psychology**, Washington, D.C., v.21, n.5, p.505-512, Sep. 2002.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. (2005). **Cidades@: o Brasil município por município**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 18 julho 2006.

JONES, J.L., et al. The prevalence of heart-healthy menu items in West Virginia restaurants. **American Journal of Health Behavior**, Star City, v.28, n.4, p.328-334, Jul./Aug. 2004.

KOZUP, J.C.; CREYER, E.H.; BURTON, S. Making healthful food choices: the influence of health claims and nutrition information on consumer's evaluations of packaged food products and restaurants menu items. **Journal of Marketing**, Chicago, v.67, n.2, p.19-34, Apr. 2003.

MATTAR, N.M. **Pesquisa de Marketing: Metodologia - Planejamento**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2005. 347p.

MINITAB Institute Inc. **The MINITAB System** (*software*). version 14.2, 2005.

NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES. Food and Nutrition Board, Institute of Medicine. **Preventing Childhood Obesity: Health in the Balance**. Washington, D.C.: National Academy Press, 2005. 414p.

PALMER, J.; LEONTOS, C. Nutrition training for chefs: taste as an essential determinant of choice. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.95, n.12, p.1418-1421, Dec. 1995.

REICHLER, G.; DALTON, S. Chef's attitudes toward healthful food preparation are more positive than their food science knowledge and practices. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.98, n.2, p.165-169, Feb. 1998.

SALAY, E. (2003). **Informação nutricional e mercado: um desafio para o governo e a universidade**. Disponível em: <<http://www.unicamp.br/imprensa>>. Acesso em: 28 novembro 2003.

SNEED, J.; BURKHALTER, J.P. Marketing nutrition in restaurants: a survey of current practices and attitudes. **Journal of the American Dietetic Association**, Philadelphia, v.91, n.4, p.459-462, Apr. 1991.

STEWART, H., et al. (2004). United States Department of Agriculture – USDA. **The demand for food away from home: full-service or fast food?**. Disponível em: <<http://www.ers.usda.gov>>. Acesso em: 10 agosto 2003.

*TARGET MARKETING*. (2006). **Brasil em Foco – IPC TARGET 2006**. Disponível em: <<http://www.targetmark.com.br>>. Acesso em: 26 julho 2006.

THOMAS, L.J.R.; MILLS, J.E. Consumer knowledge and expectations of restaurant menus and their governing legislation: a qualitative assessment. **Journal of Foodservice**, Ames, v.17, n.1, p.6-22, Feb. 2006.

XLSTAT Institute Inc. **The XLSTAT System** (*software*). version 2006.06. Paris: Addinsoft, 2006.

## CONCLUSÕES GERAIS

Por meio da análise dos dados levantados pela presente pesquisa, pode-se concluir que é reduzida a parcela de restaurantes que atualmente disponibiliza informação nutricional e de saúde (25,4%), sendo esta proporção significativamente maior entre as redes de *fast food* do que entre os restaurantes *full service*. A fonte mais citada pelos gerentes para a disposição da informação nutricional foi o cardápio.

Dos 29 restaurantes que adotam a informação nutricional, a maioria, ( $n = 26$ ), possui um responsável técnico em seu estabelecimento. Destaca-se que a proporção de empresas com responsável técnico foi maior entre os integrantes das redes de *fast food*.

Observou-se também que o tipo de informação nutricional mais empregado nos restaurantes é a “declaração de nutrientes”, e, dentre essas, o valor energético e de macronutrientes de alguns pratos foram disponibilizados com maior frequência. Ressalta-se que é preocupante o fato da maioria dos restaurantes, que oferece prato *light*, ter como base para essa alegação a presença de saladas, utilização de ingredientes com teor de gordura reduzido como os queijos brancos, ausência de fritura ou uso de produtos industrializados *light*, ao invés da realização de cálculo nutricional.

Para os gerentes que aplicam a informação nutricional, o aumento do faturamento foi considerado o benefício menos importante. Não foram observadas diferenças significativas entre as linhas de atuação ou tipos de estrutura para nenhum dos fatores analisados sobre o grau de importância dos benefícios devido ao oferecimento de informação nutricional no serviço de alimentação.

A falta de receitas que registrem detalhadamente os ingredientes e as respectivas quantidades foi o obstáculo considerado mais importante pelos gerentes, em virtude do oferecimento de informação nutricional no restaurante, seguido pela falta de capacitação

dos funcionários e o aumento dos custos. Não foram identificadas diferenças significativas entre as linhas de atuação para nenhum dos fatores analisados sobre o grau de importância dos obstáculos encontrados devido ao oferecimento de informação nutricional no serviço de alimentação.

Em relação aos benefícios esperados pelos gerentes que não adotam a informação nutricional, a presente pesquisa aponta que melhorar a imagem do serviço de alimentação é o benefício eleito como o mais importante. Entre os obstáculos, os gerentes apresentam uma preocupação maior com o custo de se oferecer esse tipo de informação em seus estabelecimentos.

O número de gerentes ( $n = 23$ ) que manifestaram grande interesse em adotar a informação nutricional se aproximou muito do número de gerentes ( $n = 24$ ) que não tem interesse em adotar futuramente esta informação, deixando claro que eles estão divididos, quando se considera a opinião sobre o tema, em sua opinião.

## **RECOMENDAÇÕES**

Aponta-se a necessidade de se estudar formas de regulamentação e fiscalização das informações nutricionais e/ou de saúde providas em restaurantes.

Além disso, considera-se necessária a criação de políticas facilitadoras que estimulem a disponibilidade de informações nutricionais claras e confiáveis aos consumidores a fim de que estes tenham subsídios para escolhas alimentares mais saudáveis. Uma das ações governamentais seria a promoção de treinamento para o setor a fim de que a informação nutricional seja uma prática crescente entre os serviços de alimentação.

## **ANEXOS**

## ANEXO A

### PROCEDIMENTOS PARA A OBTENÇÃO E ESTRATIFICAÇÃO DA AMOSTRA DA PESQUISA

O total ( $n = 114$ ) de restaurantes foi calculado considerando uma amostragem aleatória simples. A fórmula foi a seguinte :

$$n = \frac{\frac{p^*(1-p)}{V}}{1 + \left( \frac{\frac{p^*(1-p)}{V}}{N} \right)}$$

onde:

$p$  = frequência populacional estimada previamente

$V$  = máxima variância da frequência amostral

$N$  = tamanho da população

A estimação da variância  $V$  seria a margem de erro sobre a abscissa da curva normal.

### TABELA COM OS DADOS USADOS PARA O CÁLCULO DA AMOSTRA

| Estratos            | $N$ | $P$      | $Q$      | $nh$     | Amostra<br>Final |
|---------------------|-----|----------|----------|----------|------------------|
| <i>fast food</i>    | 107 | 0,174267 | 0,825733 | 40,58927 | 20               |
| <i>full service</i> | 507 | 0,825733 | 0,174267 | 192,3249 | 94               |
|                     | 614 |          |          | 232,9141 | 114              |
| $n =$               | 114 |          |          |          |                  |

Os estratos foram calculados baseados no tamanho total de restaurantes em cada região, seguindo a seguinte fórmula :

$$n_h = N_h \times \sqrt{P_h \times Q_h}$$

onde:

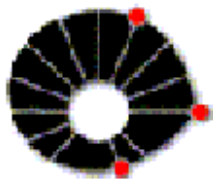
$h$  = estrato (região)

$P_h$  = proporção de restaurantes na região  $h$ .

$Q_h = 1 - P_h$ .

**TABELA COM OS DADOS USADOS PARA O CÁLCULO DO NÚMERO TOTAL DE RESTAURANTES POR REGIÃO**

| <b>Estratos</b> | $N$ | $P$      | $Q$      | $nh$     | <b>Amostra Final</b> |
|-----------------|-----|----------|----------|----------|----------------------|
| Leste           | 378 | 0,615635 | 0,384365 | 183,8761 | 80                   |
| Sul             | 89  | 0,144951 | 0,855049 | 31,33259 | 14                   |
| Norte           | 108 | 0,175896 | 0,824104 | 41,119   | 18                   |
| Noroeste        | 14  | 0,022801 | 0,977199 | 2,089774 | 1                    |
| Sudoeste        | 25  | 0,040717 | 0,959283 | 4,940823 | 2                    |
|                 | 614 |          |          | 263,3583 | 114                  |
| $n=$            | 114 |          |          |          |                      |

**ANEXO B**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS  
FACULDADE DE ENGENHARIA DE ALIMENTOS  
DEPARTAMENTO DE ALIMENTOS E NUTRIÇÃO**

**Pesquisa:** Análise do oferecimento da informação nutricional e de saúde em restaurantes comerciais do município de Campinas-SP

**Orientadora:** Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Elisabete Salay

**Doutoranda:** Vanessa Maestro

Caro entrevistado(a), venho pedir sua colaboração para o preenchimento desse questionário e desde já agradeço a atenção dispensada. As informações aqui prestadas serão usadas exclusivamente para fins acadêmicos e serão publicadas de modo agregado, não identificando individualmente as empresas.

Questionário nº: \_\_\_\_\_

Entrevistador(a): \_\_\_\_\_

Data da entrevista: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

Nome do gerente responsável pelo fornecimento da informação: \_\_\_\_\_

Nível de escolaridade: \_\_\_\_\_

Telefone do restaurante: \_\_\_\_\_

**INSTRUMENTO PARA COLETA DE DADOS – QUESTIONÁRIO**  
**SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO COMERCIAIS:**  
**RESTAURANTES *FAST-FOOD* E *FULL-SERVICE***

**I - CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA**

**Razão social:** \_\_\_\_\_

**Endereço:** \_\_\_\_\_

**E-mail:** \_\_\_\_\_

**1. Linha de atuação**

**Tipo:** \_\_\_\_\_

**2. Região:** \_\_\_\_\_

**3. Tipo de estrutura (legislação fiscal):**

- ( ) Microempresa
- ( ) Pequena empresa
- ( ) Média empresa
- ( ) Grande empresa

**4. Forma Jurídica:**

- ( ) Individual
- ( ) Sociedade
- ( ) Rede:     ( ) Franquia   ( ) Filial
- ( ) Outra. Qual? \_\_\_\_\_

**5. Número médio de refeições servidas por dia:**

Desjejum: \_\_\_\_\_

Almoço: \_\_\_\_\_

Café da tarde: \_\_\_\_\_

Jantar: \_\_\_\_\_

Outra(s): \_\_\_\_\_

**6. As refeições são preparadas no próprio restaurante da empresa?**

( ) Não, a empresa possui cozinha centralizada

( ) Sim

Em caso afirmativo,

A totalidade das refeições são preparadas no restaurante? ( ) sim ( ) não

Em caso negativo, cite qual(is) é(são) essa(s) preparação(ões): \_\_\_\_\_

**7. A refeição disponibilizada para os consumidores é (são):**

( ) por quilo

( ) prato feito (PF)

( ) por quilo (misto)

( ) *a la carte*

( ) preço único

( ) prato rápido (*fast food*)

( ) marmitex

( ) outro(s). Qual(is)? \_\_\_\_\_

**II. SEGURANÇA DO ALIMENTO E INFORMAÇÃO NUTRICIONAL E/OU DE SAÚDE  
EM SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO**

**8. O serviço de alimentação oferece algum tipo de informação nutricional e/ou de saúde para os clientes?**

( ) Sim

( ) Não

Se a resposta foi afirmativa, responder as questões 9 a 15 e 19 a 21, se a resposta for negativa, responder as questões 16 a 21.

**9. Qual o tipo de informação nutricional e/ou de saúde disponibilizada para os clientes?**

1. ( ) Declaração de nutrientes (é o relato do conteúdo energético e/ou nutrientes de um alimento).

2. ( ) Declaração de propriedades nutricionais (é qualquer relato que informe que um produto possui propriedades nutricionais particulares. Exemplos: “*light*”, “não contém”).

3. ( ) Declaração de propriedade funcional e/ou de saúde (é aquela relativa ao papel metabólico ou fisiológico do nutriente para as funções normais do organismo humano e/ou que sugere a existência da relação entre o alimento com doença ou condição relacionada à saúde).

Se você escolheu a opção 1, assinale abaixo qual(is) o(s) nutriente(s) declarado(s) aos clientes:

- |                                             |                                                    |
|---------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Valor Energético   | <input type="checkbox"/> Fibra Alimentar           |
| <input type="checkbox"/> Proteínas          | <input type="checkbox"/> Cálcio                    |
| <input type="checkbox"/> Carboidratos       | <input type="checkbox"/> Ferro                     |
| <input type="checkbox"/> Gorduras Totais    | <input type="checkbox"/> Sódio                     |
| <input type="checkbox"/> Gorduras Saturadas | <input type="checkbox"/> Outro(s). Qual(is)? _____ |
| <input type="checkbox"/> Colesterol         |                                                    |

Se você escolheu a opção 2, assinale abaixo qual(is) (s) declaração(ões) de propriedade(s) nutricional(is) informada(s) aos clientes:

| Atributos                     | Livre*      | Light**       | Outro(s).<br>Qual(is)? _____ |
|-------------------------------|-------------|---------------|------------------------------|
| Valor Energético              |             |               |                              |
| Gorduras Totais               |             |               |                              |
| Gorduras saturadas            |             |               |                              |
| Colesterol                    |             |               |                              |
| Açúcares                      |             |               |                              |
| Outro(s).<br>Qual (is)? _____ |             |               |                              |
| Atributos                     | Fonte de*** | Alto teor**** | Outro(s).<br>Qual(is)? _____ |
| Fibras alimentares            |             |               |                              |
| Cálcio                        |             |               |                              |
| Ferro                         |             |               |                              |
| Outro(s).<br>Qual(is)? _____  |             |               |                              |

\*Sinônimos do atributo “livre”: não contém, sem, zero, isento de

\*\*Sinônimos do atributo *light*: baixo, leve, reduzido, pobre

\*\*\*Sinônimos do atributo fonte de: fonte

\*\*\*\*Sinônimos do atributo alto teor: rico em, alto conteúdo

Se você escolheu a opção 3, assinale abaixo qual(is) (s) declaração(ões) de propriedade(s) funcionais(is) e/ou de saúde informada(s) aos clientes:

- ☐ Ácidos graxos ômega 3
- ☐ Fitoesteróis
- ☐ Licopeno
- ☐ Probióticos (alimentos com microorganismos vivos que equilibram a flora intestinal)
- ☐ *Psyllium*
- ☐ Fibras Alimentares
- ☐ Beta Glucana
- ☐ Proteína da soja
- ☐ Outro(s). Qual(is)? \_\_\_\_\_

**10. A informação nutricional é calculada para:**

- ☐ \*porção composta
- ☐ \*\*porção individual
- ☐ outro(s). Qual(is)? \_\_\_\_\_

\*A informação nutricional deve referir-se a soma da quantidade de cada tipo de alimento presente no prato.

Exemplo: prato feito.

\*\*A informação nutricional deve referir-se à porção do alimento em individual. Exemplos: arroz ou feijão ou bife bovino ou alface, etc.

**11. O cálculo nutricional é realizado com base em:**

- ☐ análise bromatológica realizada em laboratórios de análise de alimentos
- ☐ tabelas de composição química de alimentos.
- ☐ outro método. Qual? \_\_\_\_\_

**12. Há existência de cálculo de adequação nutricional? (é o número, em percentual, do valor energético e de nutrientes que a porção do alimento fornece e que contribui para atingir parte das necessidades diárias de um adulto e/ou criança saudável)**

☐ sim

☐ não

Em caso afirmativo, a(s) fonte(s) de referência utilizada(s) é (são):

☐ RDA (*Recommended Dietary Allowance*)

☐ DRI (*Dietary Recommended Intake*)

☐ VDR (Valor Diário de Referência) e/ou Ingestão Diária Recomendada (IDR) da ANVISA

☐ Pirâmide alimentar

☐ Outra(s). Qual(is)? \_\_\_\_\_

**13. De qual forma a informação nutricional e/ou de saúde são disponibilizadas?**

1. ☐ Cardápio

2. ☐ Cartazes

3. ☐ Quadros

4. ☐ Folders

5. ☐ Anúncios em jornal

6. ☐ SAC (Serviço de Atendimento ao Consumidor) - Ligação gratuita (0800)

7. ☐ Site na internet

8. ☐ Outro(s). Qual(is)? \_\_\_\_\_

**14. Qual o grau de importância dos benefícios observados devido ao oferecimento de informação nutricional e/ou de saúde no restaurante (para cada fator escolha uma das cinco opções abaixo):**

| <b>FATORES</b>                                 | <b>MUITÍSSIMO<br/>IMPORTANTE</b> | <b>MUITO<br/>IMPORTANTE</b> | <b>IMPORTÂNCIA<br/>REGULAR</b> | <b>POUCO<br/>IMPORTANTE</b> | <b>NENHUMA<br/>IMPORTÂNCIA</b> |
|------------------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|
| 1. Manutenção dos clientes                     |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 2. Atração de novos consumidores               |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 3. Aumentar o faturamento                      |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 4. Melhorar a imagem do serviço de alimentação |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 5. Outro(s). Qual(is)? _____                   |                                  |                             |                                |                             |                                |

Se o Sr. ou Sr.<sup>a</sup> não respondeu algum(ns) item(ns) da questão acima, registre a seguir qual(is) o(s) motivo(s):

---

**15. Qual o grau de importância dos obstáculos identificados para a adoção da informação nutricional e/ou de saúde no restaurante (para cada fator escolha uma das oito opções abaixo):**

| <b>FATORES</b>                                                                 | <b>MUITÍSSIMO<br/>IMPORTANTE</b> | <b>MUITO<br/>IMPORTANTE</b> | <b>IMPORTÂNCIA<br/>REGULAR</b> | <b>POUCO<br/>IMPORTANTE</b> | <b>NENHUMA<br/>IMPORTÂNCIA</b> |
|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|
| 1. Pouco conhecimento sobre o assunto                                          |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 2. Aumento de custo de operação do serviço                                     |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 3. Funcionários sem capacitação                                                |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 4. Ausência de nutricionista na empresa                                        |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 5. Falta de tempo dos funcionários                                             |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 6. Cardápio sem espaço para as informações                                     |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 7. Falta de tabelas seguras de composição nutricional dos alimentos            |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 8. Ausência de peso padronizado das porções oferecidas                         |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 9. Falta de receitas que detalhem os ingredientes e as respectivas quantidades |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 10. Outro(s). Qual(is)? _____                                                  |                                  |                             |                                |                             |                                |

Se o Sr. ou Sr.<sup>a</sup> não respondeu algum(ns) item(ns) da questão acima, registre a seguir qual(is) o(s) motivo(s):

---

**16. No caso de não adotar qualquer tipo de informação nutricional e/ou de saúde no restaurante, qual o grau de importância das razões para a não adoção (para cada fator escolha uma das oito opções abaixo):**

| <b>FATORES</b>                                                                  | <b>MUITÍSSIMO<br/>IMPORTANTE</b> | <b>MUITO<br/>IMPORTANTE</b> | <b>IMPORTÂNCIA<br/>REGULAR</b> | <b>POUCO<br/>IMPORTANTE</b> | <b>NENHUMA<br/>IMPORTÂNCIA</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|
| 1. Pouco conhecimento sobre o assunto                                           |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 2. Ausência de lei sobre o tema                                                 |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 3. Pouca cobrança pelos clientes                                                |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 4. Aumento do custo de operacionalização                                        |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 5. Impacto negativo sobre as vendas                                             |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 6. Funcionários sem capacitação                                                 |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 7. Ausência de nutricionista na empresa                                         |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 8. Falta de tempo dos funcionários                                              |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 9. Cardápio sem espaço para as informações                                      |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 10. Falta de tabelas seguras de composição nutricional dos alimentos            |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 11. Ausência de peso padronizado das porções oferecidas                         |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 12. Falta de receitas que detalhem os ingredientes e as respectivas quantidades |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 13 .Outro(s). Qual(is)? _____                                                   |                                  |                             |                                |                             |                                |

Se o Sr. ou Sr.<sup>a</sup> não respondeu algum(ns) item(ns) da questão acima, registre a seguir qual(is) o(s) motivo(s):

---

**17. Qual o grau de importância dos benefícios esperados decorrentes da adoção de informação nutricional e/ou de saúde no restaurante (para cada fator escolha uma das cinco opções abaixo):**

| <b>FATORES</b>                                 | <b>MUITÍSSIMO<br/>IMPORTANTE</b> | <b>MUITO<br/>IMPORTANTE</b> | <b>IMPORTÂNCIA<br/>REGULAR</b> | <b>POUCO<br/>IMPORTANTE</b> | <b>NENHUMA<br/>IMPORTÂNCIA</b> |
|------------------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|
| 1. Manter os clientes                          |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 2. Atrair novos consumidores                   |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 3. Aumentar o faturamento                      |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 4. Melhorar a imagem do serviço de alimentação |                                  |                             |                                |                             |                                |
| 5.Outro(s). Qual(is)? _____                    |                                  |                             |                                |                             |                                |

Se o Sr. ou Sr.<sup>a</sup> não respondeu algum(ns) item(ns) da questão acima, registre a seguir qual(is) o(s) motivo(s):

---

**18. Atualmente, qual o grau de interesse da empresa em adotar algum tipo de informação nutricional destinado aos clientes do restaurante?**

1. ( ) Grande
2. ( ) Regular
3. ( ) Pequeno
4. ( ) Sem interesse
5. ( ) Não soube opinar

**19. O serviço de alimentação possui Responsável(is) Técnico(s) (profissional legalmente habilitado, responsável pela implantação do asseguração de qualidade e segurança do produto perante o órgão de vigilância sanitária) em relação aos aspectos de higiene e preparo das refeições?**

( ) Sim. Quantos?\_\_\_\_\_

( ) Não

Em caso afirmativo, qual(is) é(são) o(s) grau(s) de escolaridade:

( ) 2º grau incompleto

( ) 2º grau completo

( ) Curso técnico de nível médio incompleto. Cite o tipo de curso: \_\_\_\_\_

( ) Curso técnico de nível médio completo. Cite o tipo de curso: \_\_\_\_\_

( ) Curso superior incompleto. Cite o tipo de curso: \_\_\_\_\_

( ) Curso superior completo. Cite o tipo de curso: \_\_\_\_\_

( ) Outro(s). Qual(is)? \_\_\_\_\_

**20. A empresa tem algum selo ou certificado de qualidade?**

( ) Sim. Qual? \_\_\_\_\_

( ) Não

Muito obrigada!

## ANEXO C

### EXEMPLOS DE APLICAÇÃO DE INFORMAÇÃO NUTRICIONAL E DE PROPRIEDADE FUNCIONAL E DE SAÚDE EM RESTAURANTES

O que é informação nutricional?

Informação nutricional se refere à declaração do conteúdo de kilocalorias e/ou nutrientes de um alimento. Refere-se também à declaração de propriedades nutricionais particulares do alimento, como por exemplo, suco *light* de frutas, sanduíche livre de gordura saturada, etc.

O que é informação de saúde?

É a declaração de alguma propriedade funcional e/ou de saúde do alimento é aquela relativa ao papel metabólico ou fisiológico do nutriente para as funções normais do organismo humano e que sugere a existência da relação entre o alimento com doença ou condição relacionada à saúde.

Exemplo de declaração do conteúdo de kilocalorias e nutrientes dos alimentos:

| Torta de Banana  | g/mg | % VDR – Valor Diário de Referência (adulto) |
|------------------|------|---------------------------------------------|
| Proteínas        | 2    | 4                                           |
| Carboidratos     | 32   | 9                                           |
| Gorduras         | 8    | 10                                          |
| Gordura Saturada | 2    | 8                                           |
| Fibras           | 2    | 7                                           |
| Ferro            | 0,9  | 7                                           |
| Cálcio           | 22,7 | 3                                           |
| Colesterol       | 0    | 0                                           |
| Sódio            | 160  | 7                                           |
| Calorias (kcal)  | 210  | 8                                           |

Exemplos de declaração de propriedades nutricionais particulares do alimento:

| LIGHT                       | SEM<br>ADIÇÃO                  | LIVRE                               | POBRE                      | BAIXO                                    |
|-----------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|----------------------------|------------------------------------------|
| Suco <i>light</i> de frutas | Sorvete sem adição de açúcares | Sanduíche livre de gordura saturada | Sopa pobre em kilocalorias | Prato Feito com baixo teor de colesterol |

Exemplos de declaração de propriedade funcional e/ou de saúde:

|                       |                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ácidos graxos ômega 3 | “O consumo de <b>ácidos graxos ômega 3</b> auxilia na manutenção de níveis saudáveis de triglicerídeos, desde que associado a uma dieta equilibrada e hábitos de vida saudáveis”                     |
| Licopeno              | “O <b>licopeno</b> tem ação antioxidante que protege as células contra os radicais livres. Seu consumo deve estar associado a uma dieta equilibrada e hábitos de vida saudáveis”                     |
| Fibras alimentares    | “As <b>fibras alimentares</b> auxiliam o funcionamento do intestino. Seu consumo deve estar associado a uma dieta equilibrada e hábitos de vida saudáveis”                                           |
| Beta glucana          | “A <b>beta glucana</b> (fibra alimentar) auxilia na redução da absorção de colesterol. Seu consumo deve estar associado a uma dieta equilibrada e hábitos de vida saudáveis”                         |
| Psyllium              | “O <b>psyllium</b> (fibra alimentar) auxilia na redução da absorção de gordura. Seu consumo deve estar associado a uma dieta equilibrada e hábitos de vida saudáveis”                                |
| Fitoesteróis          | “Os <b>fitoesteróis</b> auxiliam na redução da absorção de colesterol. Seu consumo deve estar associado a uma dieta equilibrada e hábitos de vida saudáveis”                                         |
| Proteína da soja      | “O consumo diário de no mínimo 25 g de <b>proteína de soja</b> pode ajudar a reduzir o colesterol. Seu consumo deve estar associado a uma dieta equilibrada e hábitos de vida saudáveis”             |
| Probióticos           | “O (indicar a espécie do microrganismo) ( <b>probiótico</b> ) contribui para o equilíbrio da flora intestinal. Seu consumo deve estar associado a uma dieta equilibrada e hábitos de vida saudáveis” |

Fontes:

- AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA – ANVISA. Resolução nº 18, de 30 de abril de 1999.

Disponível em: [www.anvisa.gov.br](http://www.anvisa.gov.br)

- AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA – ANVISA. Resolução nº 360, de 23 de dezembro de 2003. Disponível em: [www.anvisa.gov.br](http://www.anvisa.gov.br)

**ANEXO D****MANUAL DO ENTREVISTADOR****Pesquisa sobre a análise do oferecimento da informação nutricional e de saúde em restaurantes comerciais do município de Campinas-SP****Introdução**

Ler com atenção este manual, as perguntas dos questionários e os comentários escritos em algumas questões, antes de iniciar a entrevista.

O entrevistador deve ligar e se identificar ao gerente do restaurante, esclarecendo que trata-se de uma pesquisa sobre o emprego de informação nutricional e de saúde em serviços de alimentação e perguntar se poderia contar com a sua colaboração. Em caso negativo, agradecer a atenção e procurar o próximo restaurante da lista para fazer a ligação e agendar a entrevista.

Todos os tópicos deste questionário devem ser preenchidos. Caso o gerente não saiba responder a questão, anotar: não lembra ou não sabe.

A codificação do questionário será realizada pela pesquisadora.

## Instruções para o preenchimento do questionário

### Identificação

**Número do questionário:** será preenchido pela pesquisadora.

**Entrevistador(a):** nome e sobrenome.

**Data da entrevista:** anotar a data (dia, mês e ano) de preenchimento do questionário.

**Nome do gerente responsável pelo fornecimento da informação:** nome e sobrenome.

**Nível de escolaridade:** anotar o grau de escolaridade do entrevistado (seguir modelo da questão 19 do questionário).

**Telefone do restaurante:** anotar o(s) número(s) existentes.

### Caracterização da empresa

**Razão social:** anotar a razão social da empresa; anotar do lado o nome fantasia.

**Endereço:** anotar endereço completo, menos o CEP.

**E-mail:** anotar o e-mail do restaurante (se houver).

**Linha de atuação:** anotar se o restaurante é do tipo *fast food* ou *full service* (pizzaria, churrascaria, restaurante por quilo, cantinas, etc.). Esta questão não precisa ser feita ao gerente do restaurante.

**Região:** anotar a região de localização do restaurante: leste, norte, sul, noroeste ou Sudoeste. Esta questão também não precisa ser feita ao entrevistado.

**Tipo de estrutura (legislação fiscal):** anotar com um X o tipo de estrutura do restaurante.

**Forma jurídica:** anotar com um X o tipo de forma jurídica do restaurante.

**Número médio de refeições ou produtos alimentícios servidos por dia:** anotar o número médio diário das refeições que são servidos no restaurante.

**Local de preparo das refeições:** anotar com um X o local de preparo das refeições. Se a empresa possui cozinha centralizada, anotar com um X em sim ou não em relação à totalidade de preparo das refeições no restaurante. Em caso negativo, anotar a(s) preparação(ões) que não são elaboradas na empresa.

**Tipo de refeição oferecida aos consumidores:** anotar com um X o(s) respectivo(s) tipo(s) de refeição(ões) oferecida(s) aos consumidores. O prato rápido cabe somente aos restaurantes *fast food* entrevistados.

### **Segurança do alimento e informação nutricional e/ou de saúde em serviços de alimentação**

**Oferecimento de informação nutricional e/ou de saúde para os clientes:** anotar um X em sim ou não. Antes, esclarecer ao entrevistado (ver anexo C) as definições e exemplos dos tipos de declaração disponibilizadas em restaurantes.

As questões 9 a 15 e também 19 a 21 deverão ser preenchidas caso a questão 8 (anterior) seja positiva. Caso contrário, iniciar a entrevista a partir da questão 16 até a questão 21.

**Tipo de informação nutricional e/ou de saúde disponibilizada para os clientes:** anotar um X em um ou mais tipos de declarações existentes no restaurante.

**Declaração de nutrientes (opção 1):** anotar um X em um ou mais nutrientes declarados aos clientes.

**Declaração de propriedade nutricional (opção 2):** anotar um X em uma ou mais declarações de propriedades nutricionais (relacionar o nutriente de acordo com seu respectivo atributo) informadas aos clientes.

**Declaração de propriedade funcional e/ou de saúde (opção 3):** anotar um X em uma ou mais declarações de propriedades funcionais e/ou de saúde informada aos clientes.

**Cálculo da informação nutricional com base na porção:** anotar um X em um ou mais tipos de porção em que o cálculo nutricional é destinado.

**Base científica para o cálculo nutricional:** anotar com um X em um ou mais métodos.

**Cálculo de adequação nutricional:** anotar um X em sim ou não. Caso afirmativo, anotar com um X uma ou mais referências utilizadas. Deve ser esclarecido ao entrevistado a definição de adequação nutricional, presente no questionário, e os tipos de fontes de referência que podem ser utilizadas.

**Disponibilidade de informação nutricional:** anotar X em um ou mais veículos em que a informação nutricional está disponível.

**Grau de importância dos benefícios observados pelos gerentes devido ao oferecimento de informação nutricional:** para cada fator deve-se escolher uma das cinco opções da escala assinalando-a com um X. Se o entrevistado não responder a questão, escrever o(s) motivo(s).

**Grau de importância dos obstáculos identificados pelos gerentes devido ao oferecimento de informação nutricional:** para cada fator deve-se escolher uma das dez opções da escala assinalando-a com um X. Se o entrevistado não responder a questão, escrever o(s) motivo(s).

**Grau de importância dos obstáculos esperados pelos gerentes devido ao oferecimento de informação nutricional:** para cada fator deve-se escolher uma das treze opções da escala assinalando-a com um X. Se o entrevistado não responder a questão, escrever o(s) motivo(s).

**Grau de importância dos benefícios esperados pelos gerentes devido ao oferecimento de informação nutricional:** para cada fator deve-se escolher uma das cinco opções da escala assinalando-a com um X. Se o entrevistado não responder a questão, escrever o(s) motivo(s).

**Interesse atual da empresa em adotar informação nutricional:** anotar com um X o grau de interesse do entrevistado.

**Existência de responsável técnico:** anotar com um X em sim ou não. Caso afirmativo, anotar qual(is) o (s) respectivo(s) grau(s) de escolaridade.

**Existência de selo ou certificado de qualidade:** anotar com um X em sim ou não. Em caso positivo, especificar qual o selo ou certificado conquistado.

**Ao finalizar a entrevista agradeça ao gerente.**

## ANEXO E

**Tabelas 1 e 2** que originaram as respectivas figuras do capítulo 3, com o teste de médias de LSD (*Least Square Difference*).

**Tabela 1.** Distribuição do grau de importância dos benefícios observados pelos gerentes devido ao oferecimento de informação nutricional nos restaurantes. Campinas-SP, 2005.

| Resposta | Muitíssimo importante |      | Muito importante |      | Importância regular |      | Pouco importante |      | Nenhuma importância |      | Pontuação |
|----------|-----------------------|------|------------------|------|---------------------|------|------------------|------|---------------------|------|-----------|
|          | <i>n</i>              | %*   | <i>n</i>         | %*   | <i>n</i>            | %*   | <i>n</i>         | %*   | <i>n</i>            | %*   |           |
| Fator 1  | 13                    | 44,8 | 8                | 27,6 | 3                   | 10,3 | 1                | 3,5  | 4                   | 13,8 | 11,2 A    |
| Fator 2  | 6                     | 20,7 | 10               | 34,5 | 7                   | 24,1 | 1                | 3,5  | 5                   | 17,2 | 9,8 A     |
| Fator 3  | 1                     | 3,5  | 8                | 27,6 | 4                   | 13,8 | 5                | 17,2 | 11                  | 37,9 | 7,0 B     |
| Fator 4  | 7                     | 24,1 | 8                | 27,6 | 8                   | 27,6 | 2                | 6,9  | 4                   | 13,8 | 9,9 A     |
| Fator 5  | 4                     | 13,8 | 1                | 3,5  | 0                   | 0,0  | 0                | 0,0  | 0                   | 0,0  | --        |

ANOVA ( $p = 0,001$ ), significativo a 5%.

Pontuações seguidas de uma mesma letra não diferem significativamente entre si (ANOVA – LSD).

\*Nota: - os valores percentuais correspondem ao número de restaurantes ( $n = 29$ ) que oferecem informação nutricional.

- o fator 5 não foi comparado aos demais fatores.

Legenda:

Fator 1: Manutenção dos clientes

Fator 2: Atração de novos consumidores

Fator 3: Aumentar o faturamento

Fator 4: Melhorar a imagem do serviço de alimentação

Fator 5: Outro(s): Educação alimentar dos clientes

**Tabela 2.** Distribuição do grau de importância dos obstáculos encontrados pelos gerentes devido ao oferecimento de informação nutricional nos restaurantes. Campinas-SP, 2005.

| Resposta | Muitíssimo importante |      | Muito importante |      | Importância regular |      | Pouco importante |      | Nenhuma importância |      | Pontuação |
|----------|-----------------------|------|------------------|------|---------------------|------|------------------|------|---------------------|------|-----------|
|          | <i>n</i>              | %*   | <i>n</i>         | %*   | <i>n</i>            | %*   | <i>n</i>         | %*   | <i>n</i>            | %*   |           |
| Fator 1  | 1                     | 3,5  | 4                | 13,8 | 7                   | 24,1 | 7                | 24,1 | 10                  | 34,5 | 6,6 AB    |
| Fator 2  | 1                     | 3,5  | 2                | 6,9  | 9                   | 31,0 | 10               | 34,5 | 7                   | 24,1 | 6,7 AB    |
| Fator 3  | 2                     | 6,9  | 5                | 17,3 | 7                   | 24,1 | 3                | 10,3 | 12                  | 41,4 | 6,9 AB    |
| Fator 4  | 1                     | 3,5  | 2                | 6,9  | 3                   | 10,3 | 1                | 3,5  | 22                  | 75,8 | 4,6 C     |
| Fator 5  | 1                     | 3,5  | 3                | 10,3 | 3                   | 10,3 | 9                | 31,0 | 13                  | 44,9 | 5,7 BC    |
| Fator 6  | 2                     | 6,9  | 4                | 13,8 | 1                   | 3,5  | 2                | 6,9  | 20                  | 68,9 | 5,3 BC    |
| Fator 7  | 1                     | 3,5  | 3                | 10,3 | 7                   | 24,1 | 3                | 10,3 | 15                  | 51,8 | 5,9 BC    |
| Fator 8  | 2                     | 6,9  | 3                | 10,3 | 8                   | 27,6 | 4                | 13,8 | 12                  | 41,4 | 6,6 AB    |
| Fator 9  | 4                     | 13,8 | 6                | 20,7 | 6                   | 20,7 | 4                | 13,8 | 9                   | 31,0 | 7,9 A     |
| Fator 10 | 1                     | 3,5  | 0                | 0,0  | 0                   | 0,0  | 0                | 0,0  | 0                   | 0,0  | --        |

ANOVA ( $p = 0,039$ ), significativo a 5%.

Pontuações seguidas de uma mesma letra não diferem significativamente entre si (ANOVA – LSD).

\*Nota: - os valores percentuais correspondem ao número de restaurantes ( $n = 29$ ) que oferecem informação nutricional.

- o fator 10 não foi comparado aos demais fatores.

Legenda:

Fator 1: Pouco conhecimento sobre o assunto

Fator 2: Aumento de custo de operação do serviço

Fator 3: Funcionários sem capacitação

Fator 4: Ausência de nutricionista na empresa

Fator 5: Falta de tempos dos funcionários

Fator 6: Cardápio sem espaço para as informações

Fator 7: Falta de tabelas seguras de composição nutricional dos alimentos

Fator 8: Ausência de peso padronizado das porções oferecidas

Fator 9: Falta de receitas que detalhem os ingredientes e as respectivas quantidades

Fator 10: Outro(s): Grande variedade de preparações

**Tabelas 1 e 2** que originaram as respectivas figuras do capítulo 4, com o teste de médias de LSD (*Least Square Difference*).

**Tabela 1.** Distribuição do grau de importância dos benefícios esperados pelos gerentes decorrentes da adoção de informação nutricional. Campinas-SP, 2005.

| Resposta | Muitíssimo importante |      | Muito importante |      | Importância regular |      | Pouco importante |      | Nenhuma importância |      | Pontuação |
|----------|-----------------------|------|------------------|------|---------------------|------|------------------|------|---------------------|------|-----------|
|          | <i>n</i>              | %*   | <i>n</i>         | %*   | <i>n</i>            | %*   | <i>n</i>         | %*   | <i>n</i>            | %*   |           |
| Fator 1  | 17                    | 20,0 | 19               | 22,4 | 20                  | 23,5 | 12               | 14,1 | 17                  | 20,0 | 26,2 BC   |
| Fator 2  | 22                    | 25,9 | 20               | 23,5 | 20                  | 23,5 | 11               | 13,0 | 12                  | 14,1 | 28,4 AB   |
| Fator 3  | 6                     | 7,0  | 10               | 11,8 | 29                  | 34,1 | 19               | 22,4 | 21                  | 24,7 | 21,6 C    |
| Fator 4  | 25                    | 29,4 | 36               | 42,4 | 12                  | 14,1 | 7                | 8,2  | 5                   | 5,9  | 32,4 A    |
| Fator 5  | 2                     | 2,4  | 0                | 0,0  | 0                   | 0,0  | 0                | 0,0  | 0                   | 0,0  | ---       |

ANOVA ( $p < 0,001$ ), significativo a 5%.

Pontuações seguidas de uma mesma letra não diferem significativamente entre si (ANOVA – LSD).

\*Nota: - os valores percentuais correspondem ao número de restaurantes ( $n = 85$ ) que não oferecem informação nutricional.

- o fator 5 não foi comparado aos demais fatores.

Legenda:

Fator 1: Manutenção dos clientes

Fator 2: Atração de novos consumidores

Fator 3: Aumentar o faturamento

Fator 4: Melhorar a imagem do serviço de alimentação

Fator 5: Outro(s): Educação alimentar dos clientes

**Tabela 2.** Distribuição do grau de importância das razões citadas pelos gerentes para a não adoção do oferecimento de informação nutricional. Campinas-SP, 2005.

| Resposta | Muitíssimo importante |      | Muito importante |      | Importância regular |      | Pouco importante |      | Nenhuma importância |      | Pontuação |
|----------|-----------------------|------|------------------|------|---------------------|------|------------------|------|---------------------|------|-----------|
|          | <i>n</i>              | %*   | <i>n</i>         | %*   | <i>n</i>            | %*   | <i>n</i>         | %*   | <i>n</i>            | %*   |           |
| Fator 1  | 6                     | 7,1  | 29               | 34,1 | 20                  | 23,5 | 12               | 14,1 | 18                  | 21,2 | 24,8 B    |
| Fator 2  | 9                     | 10,6 | 35               | 41,2 | 15                  | 17,6 | 9                | 10,6 | 17                  | 20,0 | 26,5 AB   |
| Fator 3  | 25                    | 29,4 | 23               | 27,1 | 8                   | 9,4  | 12               | 14,2 | 17                  | 20,0 | 28,2 AB   |
| Fator 4  | 19                    | 22,4 | 26               | 30,5 | 19                  | 22,4 | 8                | 9,4  | 13                  | 15,3 | 28,5 A    |
| Fator 5  | 8                     | 9,4  | 7                | 8,2  | 8                   | 9,4  | 19               | 22,4 | 43                  | 50,6 | 17,3 C    |
| Fator 6  | 10                    | 11,8 | 25               | 29,4 | 15                  | 17,6 | 18               | 21,2 | 17                  | 20,0 | 24,8 B    |
| Fator 7  | 16                    | 18,8 | 21               | 24,7 | 12                  | 14,1 | 12               | 14,1 | 24                  | 28,3 | 24,8 B    |
| Fator 8  | 6                     | 7,1  | 9                | 10,6 | 13                  | 15,3 | 24               | 28,2 | 33                  | 38,8 | 18,6 C    |
| Fator 9  | 6                     | 7,1  | 12               | 14,1 | 10                  | 11,8 | 12               | 14,1 | 45                  | 52,9 | 17,7 C    |
| Fator 10 | 18                    | 21,2 | 27               | 31,8 | 15                  | 17,6 | 10               | 11,8 | 15                  | 17,6 | 27,8 AB   |
| Fator 11 | 14                    | 16,5 | 28               | 32,9 | 18                  | 21,2 | 9                | 10,6 | 16                  | 18,8 | 27,0 AB   |
| Fator 12 | 15                    | 17,6 | 27               | 31,9 | 15                  | 17,6 | 11               | 12,9 | 17                  | 20,0 | 26,7 AB   |
| Fator 13 | 6                     | 7,1  | 2                | 2,3  | 0                   | 0,0  | 0                | 0,0  | 0                   | 0,0  | --        |

ANOVA ( $p < 0,001$ ), significativo a 5%.

Pontuações seguidas de uma mesma letra não diferem significativamente entre si (ANOVA – LSD).

\*Nota: - os valores percentuais correspondem ao número de restaurantes ( $n = 85$ ) que não oferecem informação nutricional.

- o fator 13 não foi comparado aos demais fatores.

#### Legenda:

Fator 1: Pouco conhecimento sobre o assunto

Fator 2: Ausência de leis sobre o tema

Fator 3: Pouca cobrança pelos clientes

Fator 4: Aumento do custo de operacionalização

Fator 5: Impacto negativo sobre as vendas

Fator 6: Funcionários sem capacitação

Fator 7: Ausência de nutricionista na empresa

Fator 8: Falta de tempo dos funcionários

Fator 9: Cardápio sem espaço para as informações

Fator 10: Falta de tabelas seguras de composição nutricional dos alimentos

Fator 11: Ausência de peso padronizado das porções oferecidas

Fator 12: Falta de receitas que detalhem os ingredientes e as respectivas quantidades

Fator 13: Outro(s): Grande variedade de preparações