

NUTRIÇÃO EM ALIMENTAÇÃO COLETIVA

O que pensam os consumidores brasileiros sobre modelos de informativos nutricionais para serviços de alimentação?

Patrícia Arruda Scheffer¹; Viviani Ruffo de Oliveira²; Isabel Pommerehn Vitiello³; Elizabeth Helbig⁴; Cátia Regina Storck¹; Ana Lúcia de Freitas Saccol¹.

1. Universidade Franciscana, Santa Maria - RS - Brasil; 2. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre - RS - Brasil; 3. Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul - RS - Brasil; 4. Universidade Federal de Pelotas, Pelotas - RS - Brasil.

INTRODUÇÃO

Cada vez mais observa-se a crescente busca pela alimentação fora de casa. Os serviços de alimentação (SA) tornam-se locais favoráveis para a implementação de ações educativas e de cunho informativo. A rotulagem nutricional frontal aprovada no Brasil destina-se apenas a produtos industrializados e não contempla os alimentos preparados nos SA. O consumidor possui o direito de ter disponível as informações quanto aos alimentos que está adquirindo, por isso faz-se necessário estudos que verifiquem os impactos destas informações nas decisões alimentares. Este estudo objetivou avaliar as percepções de consumidores gaúchos frente a modelos de informativos nutricionais em cardápios on-line.

MÉTODOS

Estudo quantitativo de delineamento transversal descritivo observacional. A pesquisa ocorreu com participantes residentes no Estado do Rio Grande do Sul (RS), maiores de 18 anos, de outubro de 2021 a janeiro de 2022. Foi apresentado aos consumidores um cardápio on-line contendo 3 modelos de informativos nutricionais: semáforo, alerta e simplificado. Aplicou-se um formulário com 28 questões, a respeito das características pessoais, estilo e condição de vida, nível de preferência, aceitabilidade, compreensão e influência dos informativos nas escolhas. Este estudo foi aprovado no Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Franciscana (UFN) sob o protocolo nº 1.877.129.

RESULTADOS

Participaram desta pesquisa 552 consumidores do RS, sendo a maioria do sexo feminino (80,3%), com média de idade de 35,7 anos ($\pm 12,4$). Não encontrou-se um modelo preferido, entretanto o nível de aceitabilidade e compreensão do semáforo foi significativamente maior ($p < 0,001$) e o alerta satisfatório. O modelo semáforo apresentou influência significativa no relato das escolhas dos consumidores ($p < 0,001$). Verificou-se que cada vez mais os consumidores estão exigentes quanto às informações disponíveis nos SA e acreditam que é necessário que haja legislações que regulamentem essas informações nos locais.

CONCLUSÃO

De maneira geral, o modelo semáforo e alerta tiveram impactos satisfatórios quanto às percepções dos consumidores gaúchos. Os informativos nutricionais possuem grandes chances de se tornarem uma ação educativa para a população quanto às informações nutricionais em SA. É necessário que órgãos governamentais estudem a implementação destes sistemas de rotulagem para serviços de alimentação para que seja colocado o mais breve possível na rotina dos locais, possibilitando o acesso à informação ao consumidor.

Palavras-chave: Brasil|Comportamento do Consumidor|Rotulagem Nutricional