

Consumo de alimentos fora do lar no Brasil segundo locais de aquisição

Ilana Nogueira Bezerra^I, Tyciane Maria Vieira Moreira^{II}, Jessica Brito Cavalcante^{III}, Amanda de Moura Souza^{III}, Rosely Sichieri^{IV}

^I Mestrado Acadêmico em Nutrição e Saúde. Centro de Ciências da Saúde. Universidade Estadual do Ceará. Fortaleza, CE, Brasil

^{II} Centro de Ciências da Saúde. Universidade de Fortaleza. Fortaleza, CE, Brasil

^{III} Departamento de Epidemiologia e Bioestatística. Instituto de Estudos em Saúde Coletiva. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, RJ, Brasil

^{IV} Departamento de Epidemiologia. Instituto de Medicina Social. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, RJ, Brasil

RESUMO

OBJETIVO: Descrever os locais de aquisição dos alimentos consumidos fora do lar, caracterizar os consumidores de acordo com os locais de consumo e identificar os alimentos adquiridos por local de consumo no Brasil.

MÉTODOS: Utilizaram-se dados da Pesquisa de Orçamento Familiar 2008-2009 em uma amostra de 152.895 indivíduos acima de 10 anos. A aquisição de alimentos para consumo fora do lar foi coletada por registros de todos os gastos realizados no período de sete dias. Os locais de aquisição de alimentos foram agrupados de acordo com suas características: supermercado, padaria, comida de rua, restaurante, lanchonete, frutaria e outros. Os tipos de alimentos adquiridos foram alocados em nove categorias de alimentos, considerando os aspectos nutricionais e as características de comercialização do item. Estimou-se a frequência de aquisição de alimentos nos sete grupos de locais no Brasil e por sexo e o tipo de alimento adquirido por local. Calculou-se a média de idade, de renda e de anos de escolaridade, bem como da despesa *per capita* segundo locais de aquisição de alimentos consumidos fora do lar.

RESULTADOS: A aquisição de alimentos fora do lar foi reportada por 41,2% dos indivíduos, sendo maior entre os homens do que nas mulheres (44% *versus* 38,5%). Os adultos apresentaram maior frequência de aquisição (46%) do que os adolescentes (37,7%) e os idosos (24,2%). Os locais com maiores frequências de consumo de alimentos fora do lar foram lanchonete (16,9%) e restaurante (16,4%), enquanto frutaria (1,2%) apresentou a menor frequência. Doces, salgadinhos e refrigerante foram os alimentos mais adquiridos na maioria dos locais. Os gastos médios com alimentos foram maiores para restaurante (R\$33,20) e menores para frutaria (R\$4,10) e comida de rua (R\$5,00).

CONCLUSÕES: O maior percentual de consumo de alimentos fora do lar é proveniente de lanchonete e restaurante, apontando importantes locais para o desenvolvimento de políticas públicas com foco na promoção da alimentação saudável.

DESCRITORES: Hábitos Alimentares. Consumo de Alimentos. Serviços de Alimentação. Alimentos de Rua. Alimentação Coletiva. Comportamento do Consumidor. Fatores Socioeconômicos. Inquéritos sobre Dietas.

Correspondência:

Ilana Nogueira Bezerra
Universidade Estadual do
Ceará – CMANS
Campus do Itaperi
Av. Dr. Silas Muguba, 1700 Bloco
da Diretoria do CCS
60740-000 Fortaleza, CE, Brasil
E-mail: ilana.bezerra@yahoo.com.br

Recebido: 6 out 2015

Aprovado: 2 fev 2016

Como citar: Bezerra IN, Moreira TMV, Cavalcante JB, Souza AM, Sichieri R. Consumo de alimentos fora do lar no Brasil segundo locais de aquisição. Rev Saude Publica. 2017;51:15.

Copyright: Este é um artigo de acesso aberto distribuído sob os termos da Licença de Atribuição Creative Commons, que permite uso irrestrito, distribuição e reprodução em qualquer meio, desde que o autor e a fonte originais sejam creditados.



INTRODUÇÃO

O padrão de consumo alimentar da população de diversos países vem sofrendo importantes mudanças ao longo dos anos^{14,15}. No Brasil, embora a realização de refeições dentro de casa ainda responda pela maior parcela da alimentação (68,9% dos gastos com alimentação em 2008-2009), o consumo de alimentos fora do lar tem aumentado conforme é observado pelo crescimento do percentual de gastos com alimentação fora do domicílio^a. Essa demanda por refeições prontas para o consumo favoreceu o aumento do número de estabelecimentos do setor de alimentação fora do lar e diversificou seus serviços, com destaque para o crescimento no número de restaurantes, lojas de conveniência, redes de *fast food*, padarias, entre outros.

Dentre os locais de aquisição de alimentos, destacam-se as redes de *fast food*, que cresceram e incrementaram seu cardápio¹. Geralmente, essas redes oferecem alimentação de baixa qualidade nutricional⁹, o que contribui para o desenvolvimento da obesidade⁴. Além das modernas redes de *fast food*, o segmento de comida de rua constitui parcela importante no ramo da alimentação fora do lar⁷, observando-se associação positiva entre indivíduos que consomem comida na rua e maiores taxas de prevalência de obesidade e de hipertensão⁶.

No Brasil, restaurantes por peso dispõem tanto de opções saudáveis como de diversos alimentos de baixa qualidade nutricional e que podem colaborar para o aumento da prevalência de sobrepeso e obesidade^b. Em contraponto aos locais que favorecem o ganho de peso, a literatura relaciona os supermercados a menores níveis de obesidade¹³, possivelmente devido à maior oferta de alimentos saudáveis¹¹.

Os gastos com alimentação fora do lar e do número de estabelecimentos que oferecem refeições prontas para consumo, bem como a prevalência de excesso de peso, têm aumentado no País. Entretanto, estudos brasileiros com foco nos locais de aquisição de alimentos consumidos fora do lar são limitados. Costa et al.⁸ investigaram a contribuição de locais de comercialização de alimentos na dieta consumida dentro do lar, observando a natureza, a finalidade e o grau de processamento dos alimentos adquiridos para o domicílio. No entanto, não foram avaliados os locais de venda de alimentos adquiridos para consumo fora do lar. O objetivo deste estudo foi descrever os locais de aquisição dos alimentos consumidos fora do lar, caracterizar os consumidores de acordo com os locais de consumo e identificar os alimentos adquiridos por local de consumo no Brasil.

MÉTODOS

Para o presente estudo, utilizaram-se dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) 2008-2009, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A POF é um inquérito de base domiciliar, que avalia o orçamento doméstico das famílias (consumo, gastos e rendimentos das famílias)^a.

Uma descrição detalhada da amostra da POF pode ser encontrada em publicação prévia^a. Em síntese, a POF 2008-2009 foi realizada em amostra probabilística de 55.970 domicílios, utilizando um plano amostral complexo com base em um conjunto de setores censitários denominado "amostra mestra". Os setores censitários sofreram uma estratificação geográfica e estatística e foram selecionados em dois estágios. No primeiro estágio, foi selecionado um quantitativo dos setores censitários provenientes da amostra mestra com probabilidade proporcional ao número de domicílios em cada estrato e, no segundo estágio, selecionaram-se os domicílios por amostragem aleatória simples. No total, 4.696 setores da amostra mestra foram selecionados e as entrevistas foram realizadas em 55.970 domicílios, totalizando 190.159 moradores^a.

Para este estudo, não foram incluídas as crianças menores de 10 anos de idade (n = 31.977), uma vez que essas crianças não são consideradas unidades de orçamento e não há registros individuais de seus gastos. Grávidas (n = 1.698) e lactantes (n = 3.589) também foram excluídas

^a Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009: despesas, rendimentos e condições de vida. Rio de Janeiro; 2010 [citado 2015 ago 10]. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicao_de_vida/pof/2008_2009/POFpublicacao.pdf

^b Rodrigues AGM. Estado nutricional, indicadores sociodemográficos, comportamentais e de escolha alimentar de comensais em restaurante de bufê por peso [dissertação]. Florianópolis (SC): Universidade Federal de Santa Catarina; 2011.

por estarem em períodos em que os hábitos alimentares frequentemente são alterados, o que potencialmente influencia a escolha dos locais e tipos de alimentos consumidos. A amostra final totalizou 152.895 indivíduos.

As informações referentes ao consumo de alimentos fora do lar foram obtidas por uma caderneta preenchida por todos os membros do domicílio com 10 anos de idade ou mais. Durante uma semana, foram inseridas informações do produto adquirido, forma de aquisição, valor da despesa em reais e local de compra. O registro da aquisição pôde ser feito tanto de forma detalhada (item por item, à medida que eram adquiridos em cada local) como agregada (um único registro com o total gasto durante a semana por local de aquisição)^a.

A renda domiciliar foi estimada tanto pelos rendimentos monetários (dinheiro, cheque e cartão de crédito, à vista ou a prazo) como pelos não monetários (doação, troca, retirado do negócio, produção própria, pescado e caçado) dos integrantes da família. A renda domiciliar *per capita* foi calculada pela divisão da renda domiciliar pelo número de moradores do domicílio.

Os anos de estudo de cada morador foram estimados pelo próprio IBGE pela última série concluída com aprovação. Para os indivíduos que cursaram supletivos não seriados, estimou-se os anos de estudo em quatro anos^a.

Os registros de gastos com alimentação fora do lar totalizaram 306 locais de aquisição de alimentos, que foram classificados em oito grupos de acordo com as similaridades na estrutura de venda e modo de oferta de alimentos, buscando seguir definições já utilizadas em outros estudos: 1) supermercado: lojas que estocam carne, pão à base de trigo, frutas, legumes e leite de vaca para venda em varejo ou atacado²⁰; 2) padaria: estabelecimentos que oferecem refeições rápidas e sanduíches, servidos no balcão ou na mesa¹⁸; 3) comida de rua: alimentos comercializados por ambulantes, alimentos e bebidas prontos para consumo, preparados ou vendidos nas ruas e outros lugares públicos similares para consumo imediato ou posterior sem que haja preparo ou processamento^c; 4) lanchonete: estabelecimento que vende predominantemente pré-processados e preparações de acordo com pedido¹⁸; 5) restaurante: estabelecimentos que oferecem serviço completo de mesa, com garçons e cardápio na mesa¹⁸. Nesta categoria, foi incluído também restaurante do tipo *self-service*; 6) frutaria: locais que têm como principal produto a venda de frutas, legumes e vegetais; 7) estabelecimentos de ensino e 8) outros: locais que não têm como principal atividade-fim a comercialização de alimentos. Para este trabalho, o grupo estabelecimento de ensino não foi analisado por ser um local submetido a estratégias que regulamentam a oferta de alimentação, a exemplo, o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE)^d. A descrição do que foi incluído em cada grupo pode ser vista na Tabela 1.

^aWorld Health Organization, Division of Food and Nutrition, Food Safety Unit. Essential safety requirements for street-vended foods. rev. ed. Geneva; 1996 [citado 2002 jun 18]. Disponível em: http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/63265/1/WHO_FNU_FOS_96.7.pdf

^dBrasil. Lei nº 11.947, de 16 de junho de 2009. Dispõe sobre o atendimento da alimentação escolar e do Programa Dinheiro Direto na Escola aos alunos da educação básica; altera as Leis nº 10.880, de 9 de junho de 2004, 11.273, de 6 de fevereiro de 2006, nº 11.507, de 20 de julho de 2007; revoga dispositivos da Medida Provisória nº 2.178-36, de 24 de agosto de 2001, e a Lei nº 8.913, de 12 de julho de 1994; e dá outras providências. Brasília (DF); 2009 [citado 2016 dez 5]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/11947.htm

Tabela 1. Descrição e frequência dos locais (% e intervalo de confiança de 95%) de aquisição de alimentos consumidos fora do lar, segundo sexo. Brasil, 2008-2009.

Local	Descrição	Frequência		Sexo			
				Masculino		Feminino	
		%	IC95%	%	IC95%	%	IC95%
Supermercado	Supermercado; hipermercado; armazém; mercado; mercearia; atacado.	4,0	3,9-4,2	3,8	3,6-4,0	4,3	4,0-4,5
Padaria	Padaria; posto de pão; panificadora; <i>delicatessen</i> ; cafeteria; confeitaria, <i>rotisserie</i> .	4,1	3,9-4,3	4,3	4,1-4,6	4,0	3,7-4,2
Comida de rua	Vendedor ambulante; barraca de praia; <i>trailer</i> ou quiosque; carrinho de alimento.	4,6	4,4-4,8	4,3	4,1-4,5	4,8	4,6-5,1
Lanchonete	Lanchonete; loja de salgadinho; sorveteria; pizzaria; doceria.	16,9	16,6-17,3	16,8	16,3-17,2	17,1	16,6-17,6
Restaurante	Restaurante; bar; churrascaria; refeitório em geral, casa de comida típica.	16,4	16,0-16,8	21,1	20,5-21,6	11,8	11,4-12,2
Frutaria	Frutaria; quitanda; feira-livre; centrais de abastecimento (Ceasa); banca de fruta.	1,2	1,1-1,3	1,2	1,1-1,3	1,3	1,2-1,4
Outros	Posto de gasolina; loja de conveniência, farmácia, banca de jornal; hospital; <i>lan house</i> ; empresa pública ou privada; teatro; cinema; livraria; cartório; gráfico; particular; terceiro; armarinho; ignorado.	7,7	7,4-8,0	7,6	7,3-8,0	7,8	7,4-8,1

Os 567 itens adquiridos para consumo fora do lar foram alocados em nove categorias de alimentos ou grupos de alimentos, considerando os aspectos nutricionais e as características de comercialização do item: bebida alcoólica, biscoito, doces, *fast food*, frutas, leite e derivados, refeições, refrigerante e salgadinhos. Aqueles itens com referência a mais de um tipo de alimento na mesma refeição foram alocados em seus respectivos grupos, ou seja, se o indivíduo relatou que consumiu sanduíche e refrigerante, foi registrado o consumo no grupo do *fast food* e do refrigerante.

Cada indivíduo foi classificado como usuário ou não de determinado local de aquisição e como consumidor ou não de determinado grupo de alimento. Uma vez que o registro da aquisição dos alimentos podia ser feito de forma agregada, não foi possível estimar quantas vezes um determinado local de aquisição foi utilizado por um mesmo indivíduo. Assim, considerou-se local de aquisição de alimentos para consumo fora do lar se o indivíduo referiu pelo menos uma aquisição nesse local durante o período da coleta de dados de sete dias.

Estimou-se a frequência de aquisição de alimentos nos sete grupos de locais no Brasil e por sexo e calculou-se a média de idade, de renda e de anos de escolaridade segundo locais de aquisição de alimentos consumidos fora do lar. O tipo de alimento adquirido em cada local foi estimado entre os consumidores do local específico a partir da razão entre o número de indivíduos que adquiriram algum item do grupo de alimento em determinado local e todos os consumidores de alimentos do local considerado. Foi estimada a média da despesa *per capita* em cada local durante os sete dias de coleta de dados, somando-se todas as despesas gastas em cada local e dividindo pelo total de indivíduos por local específico. Para o cálculo das estimativas, foi considerado o peso amostral da POF e incorporado o efeito de *cluster* do setor censitário, utilizando o *software* SAS, versão 9.3.

RESULTADOS

A frequência de aquisição de alimentos fora do lar foi reportada por 41,2% dos indivíduos. Os homens apresentaram maior aquisição de alimentos para consumo fora do lar em comparação com as mulheres (44%; IC95% 43,4–44,6 *versus* 38,5%; IC95% 37,9–39,1). A média de idade dos indivíduos que adquiriram alimentos para consumo fora do lar foi de 34,7 anos (IC95% 34,5–34,9), enquanto a média de anos de estudos foi de 8,9 anos (IC95% 8,8–9,0). Adultos apresentaram maior frequência de aquisição (46%; IC95% 45,5–46,6) do que adolescentes (37,7%; IC95% 36,7–38,6) e idosos (24,2%; IC95% 23,2–25,2). A média de renda mensal domiciliar *per capita* entre os consumidores de alimentos fora do lar foi R\$1.163,21 (IC95% 1.126,91–1.199,51).

Os locais com maiores frequências de aquisição de alimentos para consumo fora do lar foram lanchonete e restaurante, enquanto frutaria apresentou a menor frequência de aquisição em ambos os sexos. As mulheres apresentaram maior frequência de aquisição de alimentos para consumo fora do lar provenientes de comida de rua e menor frequência de alimentos oriundos de restaurantes em comparação com os homens (Tabela 1).

Análises adicionais estratificadas por área geográfica e situação urbana ou rural mostraram a mesma ordem na escolha de locais de aquisição de alimentos para consumo fora do lar, tanto na área urbana como na área rural. Entretanto, a frequência de aquisição de alimentos para consumo fora do lar proveniente de supermercados (5,1% *versus* 3,9%), frutaria (1,9% *versus* 1,1%) e outros locais (9,7% *versus* 7,4%) foi maior na área rural do que na urbana. Quanto às macrorregiões brasileiras, lanchonetes e restaurante também apareceram como os locais com maior frequência de aquisição em todas as regiões; no entanto, nas regiões Norte e Nordeste, a comida de rua apresentou a terceira maior frequência de aquisição, em contraste com as demais regiões, onde os outros locais ocuparam a terceira posição. Na região Centro-Oeste, a padaria também aparece em terceiro lugar, juntamente com os outros locais (dados não mostrados).

Os indivíduos que consumiram alimentos em restaurantes possuíam maior renda, anos de estudo e idade, enquanto os indivíduos com menor poder aquisitivo e menor nível de escolaridade adquiriram alimentos para consumo fora do lar em frutaria (Tabela 2).

Doces foram mais adquiridos em supermercado, comida de rua, frutaria e padaria. Já nas lanchonetes, salgadinhos, refrigerantes e *fast food* foram os mais adquiridos. O grupo de salgadinhos foi o segundo mais frequente também em frutaria, padaria e comida de rua. Em todos os locais, o refrigerante foi o terceiro grupo mais adquirido, exceto em lanchonete e frutaria. No restaurante, os grupos de refeições e bebidas alcoólicas mostraram-se como os mais citados (Tabela 3).

As maiores participações com os gastos de alimentos adquiridos e consumidos fora do lar foram registradas entre os consumidores que frequentaram restaurantes e outros locais. Os indivíduos que realizaram suas refeições em lanchonete gastaram quase três vezes menos com a aquisição de alimentos do que os indivíduos que optaram por consumir alimentos em restaurante. Os locais que apresentaram, em média, os menores gastos com alimentos fora do lar foram frutaria, comida de rua, supermercado e padaria (Tabela 4).

Tabela 2. Características socioeconômicas e demográficas (intervalo de confiança 95%) segundo local de aquisição de alimentos consumidos fora do lar. Brasil, 2008-2009.

Local	Idade (anos)		Escolaridade (anos de estudo)		Renda (R\$)	
	Média	IC95%	Média	IC95%	Média	IC95%
Supermercado	29,8	29,2–30,3	8,2	7,9–8,5	871,58	797,09–946,07
Padaria	35,0	34,3–35,8	9,3	9,1–9,6	1459,60	1320,05–1599,16
Comida de rua	31,4	30,9–32,0	8,5	8,2–8,8	829,99	765,29–894,69
Lanchonete	32,0	31,7–32,3	9,5	9,3–9,6	1193,18	1146,81–1239,55
Restaurante	38,2	37,8–38,5	9,9	9,8–10,0	1656,98	1582,48–1731,48
Frutaria	32,4	31,1–33,7	7,5	7,1–7,9	678,39	620,34–736,45
Outros	36,2	35,7–36,7	8,3	8,1–8,6	1035,99	972,49–1099,49

Tabela 3. Frequência de aquisição dos grupos de alimentos (intervalo de confiança 95%) segundo locais de aquisição de alimentos consumidos fora do lar. Brasil, 2008-2009.

Local	Bebida alcoólica	Biscoito	Doces	Fast food	Frutas	Leite e derivados	Refeições	Refrigerante	Salgadinhos
	% (IC95%)	% (IC95%)	% (IC95%)	% (IC95%)	% (IC95%)	% (IC95%)	% (IC95%)	% (IC95%)	% (IC95%)
Supermercado	7,1 (6,2–8,0)	22,4 (20,9–23,9)	40,5 (38,7–42,3)	2,8 (2,2–3,5)	3,4 (2,7–4,1)	7,0 (6,1–8,0)	3,3 (2,6–4,1)	17,5 (16,1–18,9)	8,7 (7,6–9,8)
Padaria	1,4 (0,8–2,0)	6,2 (5,2–7,1)	24,8 (22,8–26,7)	11,3 (9,6–13,0)	0,3 (0,1–0,4)	3,3 (2,6–4,1)	1,9 (1,2–2,7)	15,4 (13,6–17,1)	18,0 (16,3–19,7)
Comida de rua	4,0 (3,2–4,8)	3,7 (2,9–4,4)	30,7 (29,0–32,4)	14,8 (13,5–16,1)	3,9 (3,2–4,6)	1,2 (0,9–1,6)	2,3 (1,9–2,8)	16,2 (14,8–17,6)	17,6 (16,3–19,0)
Lanchonete	3,7 (3,3–4,2)	2,7 (2,3–3,0)	23,0 (22,1–23,9)	23,4 (22,4–24,4)	0,7 (0,5–0,8)	1,0 (0,8–1,2)	4,2 (3,7–4,6)	24,0(23,1– 25,0)	27,3 (26,3–28,3)
Restaurante	20,4 (19,5–21,2)	0,9 (0,7–1,1)	6,7 (6,1–7,3)	4,5 (4,0–5,0)	0,1 (0,0–0,2)	0,3 (0,2–0,4)	66,7 (65,6–67,8)	16,9 (16,0–17,8)	4,3 (3,9–4,8)
Frutaria	4,0 (2,9–5,0)	16,1 (13,7–18,4)	26,5 (23,8–29,1)	2,6 (1,6–3,6)	16,5 (13,8–19,2)	3,4 (2,5–4,33)	2,8 (2,0–3,6)	13,8 (11,7–16,0)	21,0 (17,7–24,2)
Outros	6,4 (5,8–7,1)	3,3 (2,8–3,9)	12,1 (11,0–13,2)	4,7 (4,0–5,4)	4,3 (3,8–4,8)	1,85 (1,5–2,2)	49,5 (47,7–51,3)	11,8 (10,6–13,0)	5,3 (4,6–6,1)

Tabela 4. Média de gastos com alimentos (intervalo de confiança 95%) segundo local de aquisição de alimentos consumidos fora do lar no período de uma semana. Brasil, 2008-2009.

Local	Gasto (R\$)	
	Média	IC95%
Supermercado	5,43	5,06–5,80
Padaria	6,87	6,31–7,44
Comida de rua	5,05	4,78–5,32
Lanchonete	11,54	11,14–11,93
Restaurante	33,24	32,08–34,41
Frutaria	4,08	3,70–4,45
Outros	20,00	19,25–20,75

DISCUSSÃO

Os locais que possuem maior frequência de aquisição de alimentos para consumo fora do lar são as lanchonetes e os restaurantes. Lanchonete conjuga conveniência, praticidade e agilidade dos alimentos oferecidos, cujos alimentos mais adquiridos são salgadinhos, refrigerante e *fast food*. Esses alimentos são considerados marcadores negativos da qualidade alimentar, pois apresentam altas concentrações de açúcar, sal e gorduras e baixa quantidade de fibras e micronutrientes. Essas particularidades estão diretamente ligadas ao desenvolvimento de várias doenças, dentre elas, a obesidade e suas comorbidades, bem como o risco aumentado de deficiências nutricionais, já que grande parte desses alimentos é consumida ao longo do dia e pode restringir o consumo de alimentos saudáveis¹⁴. No Brasil, o consumo de alimentos fora do lar foi positivamente relacionado ao aumento na ingestão total de energia³.

Por outro lado, os restaurantes são apontados como locais que possibilitam escolhas alimentares mais saudáveis, sendo geralmente frequentados quando há impossibilidade de realizar rotineiramente refeições dentro do lar¹⁹. Restaurante foi o segundo estabelecimento com maior frequência de aquisição de alimentos, onde refeições e bebida alcoólica foram os grupos mais adquiridos. Comparado aos demais locais, os consumidores de restaurante apresentaram maior idade, anos de estudo e renda. Um estudo realizado no município de Campinas, SP, também mostrou que os frequentadores de restaurante possuem maior média de escolaridade e renda¹⁷. Já Avelar e Rezende² relacionam o aumento da idade com a preocupação sobre a qualidade da dieta.

Destaca-se, porém, que a alimentação ofertada por restaurantes, além de possibilitar uma autonomia nas escolhas alimentares e disponibilizar uma variedade de alimentos, proporciona a sensação de novidade, sendo uma opção também em ocasiões especiais. Neste estudo, o percentual de consumo de bebidas alcoólicas foi maior no restaurante do que em outros estabelecimentos, o que pode estar associado à celebração de eventos especiais².

Frutas e verduras são consideradas marcadores de uma alimentação saudável por fornecerem uma gama de nutrientes que exercem efeito protetor sobre o risco de várias doenças²¹. No entanto, a baixa aquisição de frutas e hortaliças é observada não apenas para consumo fora do lar, mas também dentro do lar. Segundo a última POF 2008-2009, a disponibilidade domiciliar desses alimentos para consumo corresponde a apenas 2,8% das calorias totais, que é considerado insuficiente, quando se leva em conta a recomendação para consumo de 9% a 12% (400 g/dia) das calorias totais de uma dieta de 2.000 kcal diárias^e.

Um estudo brasileiro de base populacional, com amostra probabilística de 55.970 domicílios provenientes da POF 2008-2009, demonstrou que a renda familiar e os preços dos alimentos exercem influência sobre a aquisição de alimentos saudáveis, principalmente entre os indivíduos de menor poder aquisitivo⁵. Assim, para que seja possível garantir a contribuição calórica na dieta proveniente de alimentos com alta densidade de nutrientes (fruta, hortaliças, leite e derivados) seria necessário um aumento na renda dos indivíduos ou a redução nos preços desses produtos, já que um aporte adequado desses alimentos na dieta gera um aumento nas despesas com alimentação⁵.

Com relação ao supermercado, um estudo de base nacional realizado nos Estados Unidos entre 2000 e 2006 constatou que quanto maior a distância compreendida entre o domicílio e o supermercado, menor o consumo de frutas e hortaliças e maior a prevalência de obesidade¹¹. Nossos resultados mostraram que aquisição de alimentos provenientes de supermercado para consumo fora do lar caracterizou-se por alimentos de baixa qualidade nutricional, como doces, biscoito e refrigerante, o que pode ter relação com o preço, mas também com a facilidade de consumo e anúncio preponderante desses produtos em folhetos de oferta¹⁶. O mesmo foi observado por Costa et al.⁸, o qual estimou a contribuição calórica dos alimentos adquiridos para consumo dentro do lar segundo locais de compra desses alimentos no Brasil, identificando o supermercado como maior contribuidor calórico diário (49%), associado ao consumo de alimentos de baixa qualidade nutricional, como os ultraprocessados.

No Brasil, tem-se evidenciado participação crescente de produtos processados ou ultraprocessados disponíveis para consumo domiciliar¹⁰. Esses alimentos apresentam perfil específico que

^e Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009: avaliação nutricional da disponibilidade domiciliar de alimentos no Brasil. Rio de Janeiro; 2010 [citado 2015 ago 10]. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/english/estatistica/populacao/condicaoodevida/pof/2008_2009_aval_nutricional/pof20082009_avalicao.pdf

favorecem o consumo excessivo de energia, uma vez que podem ser comercializados em grandes porções, possuem alta palatabilidade, dispõem de longa vida de prateleira e são de fácil transporte para o consumidor, estimulando o hábito de serem consumidos entre as refeições ou substituindo-as. Outra característica bastante relevante é o forte marketing para sua promoção, embasado em estratégias de venda e anúncio persuasivos¹².

Os gastos realizados em frutaria, supermercado e os comercializados na rua indicam aquisição de alimentos de rápido preparo ou prontos para consumo, uma vez que esses locais geralmente não têm como objetivo oferecer estrutura física para a realização de refeições. Já as refeições realizadas em restaurante exigem mais tempo de preparo, requerem habilidades culinárias e muitas vezes utilizam ingredientes mais onerosos que encarecem os custos com alimentação. Os gastos nos locais que não têm como principal finalidade a venda de alimentos possivelmente têm relação com itens alimentares mais dispendiosos, o que justifica o segundo maior gasto no grupo outros.

Algumas limitações sobre os achados deste estudo devem ser consideradas. As informações referentes ao local e o tipo de alimentos adquiridos para consumo fora do lar foram obtidas por meio da participação nos gastos totais com alimentação e não do consumo alimentar efetivo. Essa condição impossibilita a descrição detalhada do tipo de alimento e a quantidade adquirida para consumo. Em locais definidos como terceiros, particular, empresas, entre outros, não foi possível identificar uma característica específica dos tipos de produtos oferecidos ou comercializados, sendo, portanto, considerados na categoria outros, o que pôde ter influenciado diretamente na frequência elevada de refeições realizadas nesse grupo.

Além disso, outra questão importante a ser considerada é que a maioria dos estabelecimentos não se restringe a oferecer apenas um tipo de serviço e comercializam diversos alimentos. Como exemplo, encontram-se os supermercados, que podem oferecer *fast food*, inclusive refeições prontas, dificultando a classificação do local de consumo de alimentos. A POF 2008-2009 incluiu um módulo de consumo alimentar individual; no entanto, apesar dos indivíduos informarem se o consumo foi feito dentro ou fora de casa, não há informação detalhada sobre o local de consumo (restaurante, lanchonete, etc.). Essa informação encontra-se disponível somente no módulo de gastos individuais, o qual foi utilizado no presente estudo.

Como ponto forte deste estudo, destaca-se a análise pioneira dos locais de aquisição de alimentos para consumo fora do lar com base em amostra representativa da população brasileira, permitindo identificar locais para o desenvolvimento de políticas públicas que sejam efetivas em proporcionar ambientes saudáveis e promotores de uma alimentação adequada.

Em conclusão, o maior percentual de consumo de alimentos fora do lar são provenientes de lanchonete e restaurante, sendo os grupos de salgadinhos, refrigerante e *fast food* os mais consumidos em lanchonete e os grupos de refeições e bebidas alcoólicas os mais citados nos restaurantes. Assim, devem ser desenvolvidas estratégias de políticas públicas nesses locais, a fim de incentivar os consumidores a realizarem escolhas alimentares mais saudáveis fora do lar, tendo como foco a redução da aquisição de alimentos processados, como os *fast food*, salgadinhos e refrigerantes.

REFERÊNCIAS

1. Abreu ES, Torres EAFS. Restaurante “por quilo”: vale o quanto pesa? Uma avaliação do padrão alimentar em restaurantes de São Paulo, SP. *Nutrire*. 2003;25:7-22.
2. Avelar AE, Rezende DC. Hábitos alimentares fora do lar: um estudo de caso em Lavras – MG. *Organ Rurais Agroind*. 2013;15(1):137-52.
3. Bezerra IN, Souza AM, Pereira RA, Sichieri R. Contribution of foods consumed away from home to energy intake in Brazilian urban areas: the 2008-9 Nationwide Dietary Survey. *Br J Nutr*. 2013;109(7):1276-83. <https://doi.org/10.1017/S0007114512003169>
4. Boggs DA, Rosenberg L, Coogan PF, Makambi KH, Adams-Campbell LL, Palmer JR. Restaurant foods, sugar-sweetened soft drinks, and obesity risk among young African American women. *Ethn Dis*. 2013;23(4):445-51.

5. Borges CA, Claro RM, Martins APB, Villar BS. Quanto custa para as famílias de baixa renda obter uma dieta saudável no Brasil? *Cad Saude Publica*. 2015;31(1):137-48. <https://doi.org/10.1590/0102-311X00005114>
6. Buscemi S, Barile A, Maniaci V, Batsis JA, Mattina A, Verga S. Characterization of street food consumption in Palermo: possible effects on health. *Nutr J*. 2011;10:119. <https://doi.org/10.1186/1475-2891-10-119>
7. Cardoso RCV, Santos SMC, Silva EO. Comida de rua e intervenção: estratégias e propostas para o mundo em desenvolvimento. *Cienc Saude Coletiva*. 2009;14(4):1215-24. <https://doi.org/10.1590/S1413-81232009000400027>
8. Costa JC, Claro RM, Martins APB, Levy RB. Food purchasing sites. Repercussions for healthy eating. *Appetite*. 2013;70(1):99-103. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2013.06.094>
9. Lachat C, Nago E, Verstraeten R, Roberfroid D, Van Camp J, Kolsteren P. Eating out of home and its association with dietary intake: a systematic review of the evidence. *Obes Rev*. 2012;13(4):329-46. <https://doi.org/10.1111/j.1467-789X.2011.00953.x>
10. Martins APB, Levy RB, Claro RM, Moubarac JC, Monteiro CA. Participação crescente de produtos ultraprocessados (1987-2009). *Rev Saude Publica*. 2013;47(4):656-65. <https://doi.org/10.1590/S0034-8910.2013047004968>
11. Michimi A, Wimberly MC. Associations of supermarket accessibility with obesity and fruit and vegetable consumption in the conterminous United States. *Int J Health Geogr*. 2010;9:49. <https://doi.org/10.1186/1476-072X-9-49>
12. Moubarac JC, Martins AP, Claro RM, Levy RB, Cannon G, Monteiro CA. Consumption of ultra-processed foods and likely impact on human health: evidence from Canada. *Public Health Nutr*. 2012;16(12):2240-8. <https://doi.org/10.1017/S1368980012005009>
13. Mujahid MS, Diez Roux AV, Shen M, Gowda D, Sánchez B, Shea S, et al. Relation between neighborhood environments and obesity in the Multi-Ethnic Study of Atherosclerosis. *Am J Epidemiol*. 2008;167(11):1349-57. <https://doi.org/10.1093/aje/kwn047>
14. Popkin BM. The nutrition transition: an overview of world patterns of change. *Nutr Rev*. 2004;62(7 Pt 2):S140-3. <https://doi.org/10.1111/j.1753-4887.2004.tb00084.x>
15. Popkin BM, Adair LS, Ng SW. Global nutrition transition and the pandemic of obesity in developing countries. *Nutr Rev*. 2012;70(1):3-21. <https://doi.org/10.1111/j.1753-4887.2011.00456.x>
16. Ravensbergen EAH, Waterlander WE, Kroeze W, Steenhuis IHM. Healthy or unhealthy on sale? A cross-sectional study on the proportion of healthy and unhealthy foods promoted through flyer advertising by supermarkets in the Netherlands. *BMC Public Health*. 2015;15:470. <https://doi.org/10.1186/s12889-015-1748-8>
17. Sanches M, Salay E. Alimentação fora do domicílio de consumidores do município de Campinas, São Paulo. *Rev Nutr*. 2011;24(2):295-304. <https://doi.org/10.1590/S1415-52732011000200010>
18. Sanches MZ, Canella DS, Duran ACFL, Jaime PC. Disponibilidade de informação nutricional em restaurantes no município de São Paulo. *Demetra*. 2013;8(1):9-22.
19. Santos MV, Proença RPC, Fiates GMR, Calvo MCM. Os restaurantes por peso no contexto de alimentação saudável fora de casa. *Rev Nutr*. 2011;24(4):641-9. <https://doi.org/10.1590/S1415-52732011000400012>
20. Spence JC, Cutumisu N, Edwards J, Raine KD, Smoyer-Tomic K. Relation between local food environments and obesity among adults. *BMC Public Health*. 2009;9:192. <https://doi.org/10.1186/1471-2458-9-192>
21. Vergnaud AC, Norat T, Romaguera D, Mouw T, May AM, Romieu L, et al. Fruit and vegetable consumption and prospective weight change in participants of the European Prospective Investigation into Cancer and Nutrition-Physical Activity, Nutrition, Alcohol, Cessation of Smoking, Eating Out of Home, and Obesity Study. *Am J Clin Nutr*. 2012;95(1):184-93. <https://doi.org/10.3945/ajcn.111.019968>

Financiamento: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ – Edital Universal 14/2014 – Processo 441863/2014-0).

Contribuição dos Autores: Concepção do estudo: INB, RS. Análise e interpretação dos dados: INB, TMVM, JBC, AMS. Redação do manuscrito: TMVM, JBC. Revisão crítica do manuscrito: INB, RS, AMS.

Conflito de Interesses: Os autores declaram não haver conflito de interesses.