



**INSTITUTO
FEDERAL**

Brasília

Instituto Federal de Brasília

Campus Gama

Curso Superior de Tecnologia em Alimentos

RAIANNY MENDES BALA

**CONHECIMENTO E PERCEPÇÕES SOBRE HIGIENE E FATORES QUE LEVAM À
ESCOLHA DE LANCHONETES POR CONSUMIDORES DO MUNICÍPIO DE
ITANHAÉM-SP**

Brasília
2023

RAIANNY MENDES BALA

**CONHECIMENTO E PERCEPÇÕES SOBRE HIGIENE E FATORES QUE LEVAM À
ESCOLHA DE LANCHONETES POR CONSUMIDORES DO MUNICÍPIO DE
ITANHAÉM-SP**

Monografia apresentada ao Curso Superior em Tecnologia em Alimentos do *Campus* Gama do Instituto Federal de Brasília como requisito parcial para obtenção do título de Tecnóloga em Alimentos.

Orientadora: Profa. Dra. Mariana Schievano Danelon

Brasília
2023



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

PARECER 16/2023 - GA-GRAD-TA/CGEN/DREP/DGGA/RIFB/IFBRASILIA de 25 de julho de 2023

RAIANNY MENDES BALA

**CONHECIMENTO E PERCEPÇÕES SOBRE HIGIENE E FATORES QUE LEVAM À ESCOLHA DE LANCHONETES POR
CONSUMIDORES DO MUNICÍPIO DE ITANHAÉM-SP**

Monografia apresentada ao Curso Superior de Tecnologia em Alimentos do *Campus* Gama do Instituto Federal de Brasília como requisito parcial para obtenção de título de Tecnóloga em Alimentos.

Aprovado em 25 de julho de 2023

BANCA EXAMINADORA

(Assinado eletronicamente)

Profa. Dra. Mariana Schievano Danelon (orientadora)

IFB - Campus Gama

(Assinado eletronicamente)

Profa. Dra. Alessandra de Cássia Romero - Membro externo

Universidade de São Paulo - USP

(Assinado eletronicamente)

Prof. Me. Jeannyne Estephany Keyth da Silva - Membro interno

IFB - Campus Gama

Documento assinado eletronicamente por:

- **Mariana Schievano Danelon, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 25/07/2023 19:41:51.
- **Jeanny Estephany Keyth da Silva, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 25/07/2023 19:53:05.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 25/07/2023. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 477266
Código de Autenticação: a659e29d7f



Campus Gama
Lote 01, DF 480, None, Setor de Múltiplas
Atividades, GAMA / DF, CEP 72.429-005

Bala, Raianny Mendes.

Conhecimento e percepções sobre higiene e fatores que levam à escolha de lanchonetes por consumidores do município de Itanhaém - SP / Raianny Mendes Bala ; orientação Mariana Schievano Danelon. — Gama, DF: 2023. 49 f. : 30 cm.

Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Alimentos) — Instituto Federal de Brasília, Campus Gama, Gama, DF, 2023.
Orientador(a): Mariana Schievano Danelon.

1. Condicionantes. 2. Lanchonetes. 3. Serviços de alimentação. 4. Risco.
I. Danelon, Mariana Schievano, orient. II. Instituto Federal de Brasília. III. Título.

AGRADECIMENTO

Primeiramente a Deus que me deu essa oportunidade de ingressar em uma Instituição Federal, por me encorajar, me dar forças para continuar e conseguir enfrentar todos os obstáculos durante o curso e conseguir chegar até aqui. Sem Ele nada disso seria possível.

Ao meu tio Wanderson, meu vô Manoel e sua esposa Vera, me deram todo suporte financeiro, moradia e incentivo para que eu pudesse me manter na faculdade, enquanto estava longe do meu esposo e meus pais, em outro estado.

Meu eterno agradecimento aos meus pais Renato e Kely, que são meus maiores exemplos de inspiração, força e determinação. Deram-me todo apoio e incentivo durante os anos de faculdade, me sinto privilegiada por ter pais tão incríveis. Saíram de SP para morar em Brasília e acompanhar de perto toda minha trajetória acadêmica.

Ao meu esposo Everton que abriu mão de tudo para viver comigo e me acompanhar em outro estado. Sou extremamente grata por todo amor, paciência, parceria, incentivo, por nos manter e me deixar boa parte desses anos focada apenas nos estudos, pelo apoio emocional, por ser um ótimo ouvinte e toda força que me deu. Além de ser uma das minhas maiores inspirações também e me fazer ser sempre o melhor para mim e para nós. Obrigada pela disposição em mudar para Brasília e depois retornar para São Paulo novamente. Você foi extremamente essencial ao longo desses anos, sem você seria muito difícil conseguir chegar até aqui.

A minha professora orientadora Mariana Schievano, pela paciência, insistência, por toda ajuda e principalmente por não ter desistido de mim. Gratidão pelo incentivo e todos ensinamentos durante a minha trajetória no curso.

As minhas grandes amigas e colegas de curso Sarah e Thaís, amizadas que fiz durante o curso e vou levar para a minha vida toda. Obrigada pelos momentos que pudemos viver juntas na faculdade de muitos aprendizados, ensinamentos, união e força para lutar pelos nossos objetivos e muitas risadas para conseguir trilhar de forma leve todo o nosso percurso.

RESUMO

Entre os locais para realizar refeições fora de casa, as lanchonetes são populares pela opção de uma refeição rápida e de menor custo, porém as condições de higiene nestes locais podem ser muito variáveis. Ao fazer suas escolhas, o consumidor precisa ter conhecimento e avaliar os riscos à saúde que podem estar presentes. O presente estudo teve como objetivo identificar os fatores considerados pelos consumidores para escolha de lanchonetes da cidade de Itanhaém – SP. Buscou-se, também, identificar o conhecimento sobre aspectos de higiene na manipulação de alimentos e se os consumidores percebem riscos ao realizar refeições em diferentes situações. Um questionário online foi preenchido por 61 indivíduos, prevalecendo o público feminino (67,2%), com idade de até 25 anos (42,6%) e ensino médio completo (39,3%). Proporção de 45,9% afirmou frequentar lanchonetes pelo menos 1 vez por semana, sendo o jantar a refeição mais frequente realizada nestes locais tanto durante a semana quanto em finais de semana. “Sabor” e “higiene” foram os dois fatores mais frequentemente considerados para a escolha de lanchonetes. Já “preço” e “alvará sanitário” estiveram entre os fatores menos frequentemente considerados. Quando perguntados sobre o risco de apresentar sintomas de doenças transmitidas por alimentos, o risco mais baixo foi atribuído à situação de consumo de alimentos preparados pelo próprio respondente no domicílio, sendo esta situação percebida pelo consumidor como significativamente menos arriscada quando comparada ao consumo realizado em lanchonetes que o consumidor já conhece, em lanchonetes desconhecidas ou para pedidos realizados com entrega em domicílio. Verificou-se que 68,9% dos respondentes conseguiram acertar pelo menos metade das perguntas sobre higiene e segurança na manipulação de alimentos. Questões sobre gelo como veículo transmissor de doenças, higienização correta das mãos e de vegetais, descongelamento e características dos alimentos estragados foram aquelas com maior percentual de equívocos. Conclui-se que é necessário informar o consumidor sobre aspectos de higiene e boas práticas na manipulação de alimentos, para que ele possa avaliar com mais embasamento as situações de risco a que pode estar exposto ao escolher lanchonetes e, de forma geral, realizar refeições fora do domicílio.

Palavras-chave: condicionantes; lanchonetes; serviços de alimentação; risco.

ABSTRACT

Among the places to have meals outside the home, snack bars are popular for offering quick and affordable meal options; however, the hygiene conditions at these places can vary greatly. When making their choices, consumers need to be knowledgeable and assess the health risks that may be present. The present study aimed to identify the factors considered by consumers when choosing snack bars in the city of Itanhaém - SP. The study also sought to identify the knowledge about food handling hygiene aspects and whether consumers perceive risks when having meals in different situations. An online questionnaire was completed by 61 individuals, with a prevalence of female respondents (67.2%), aged up to 25 years (42.6%), and having completed high school education (39.3%). 45.9% of respondents stated that they frequented snack bars at least once a week, with dinner being the most frequent meal consumed at these places both during the week and on weekends. "Taste" and "hygiene" were the two most frequently considered factors for choosing snack bars. On the other hand, "price" and "sanitary license" were among the least frequently considered factors. When asked about the risk of presenting symptoms of foodborne diseases, the lowest risk was attributed to the situation of consuming food prepared by the respondent at home. This situation was perceived by the consumer as significantly less risky when compared to consumption at snack bars that the consumer is already familiar with, at unknown snack bars, or for home delivery orders. It was found that 68.9% of respondents were able to answer at least half of the questions about hygiene and safety in food handling correctly. Questions about ice as a transmitter of diseases, proper hand and vegetable hygiene, thawing, and characteristics of spoiled foods had the highest percentage of misconceptions. In conclusion, it is necessary to inform consumers about hygiene aspects and best practices in food handling so that they can assess with more knowledge the risk situations they may be exposed to when choosing snack bars and, in general, dining outside their home.

Keywords: determinants; snack bars; foodservice; risk.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Frequência de consumo em lanchonetes, nos três meses prévios à realização da pesquisa. Itanhaém – SP.....	24
Figura 2	Frequência com que solicita alimentos de lanchonetes por aplicativo, por telefone ou por outros meios, para serem consumidos em domicílio. Itanhaém – SP.....	26

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Variáveis socioeconômicas dos participantes da pesquisa, Itanhaém – SP.....	23
Tabela 2	Refeição mais frequente realizada em lanchonetes, durante a semana e em finais de semana. Itanhaém – SP.....	25
Tabela 3	Fatores condicionantes da escolha por lanchonetes, Itanhaém-SP.....	28
Tabela 4	Riscos percebidos pelos consumidores de Itanhaém-SP em diferentes situações.....	33
Tabela 5	Distribuição dos respondentes quanto aos acertos sobre itens de segurança do alimento.....	35

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 OBJETIVOS.....	13
2.1 Objetivo Geral.....	13
2.2 Objetivos Específicos	13
3 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	14
3.1 Consumo de alimentos fora de casa e a importância das lanchonetes	14
3.2 Importância da higiene no consumo fora de casa	16
3.3 Conhecimento e percepções dos consumidores sobre higiene.....	18
4 MATERIAL E MÉTODOS	21
4.1 Local da pesquisa e população de estudo.....	21
4.2 Instrumento utilizado no estudo	21
4.3 Coleta e análise dos dados	22
5 RESULTADOS E DISCUSSÃO	23
5.1 Perfil dos participantes.....	23
5.2 Frequência de consumo em lanchonetes	24
5.3 Fatores que levam à escolha de lanchonetes.....	27
5.4 Percepção de risco dos consumidores.....	32
5.5 Conhecimento dos consumidores sobre aspectos de segurança do alimento.....	35
CONCLUSÃO	37
REFERÊNCIAS.....	38
APÊNDICE A – TCLE PARA OS CONSUMIDORES	42
APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO PARA ENTREVISTA COM OS CONSUMIDORES 	43

1 INTRODUÇÃO

O padrão alimentar de grande parte dos brasileiros vem caracterizando-se pelo aumento no consumo de alimentos fora do domicílio, em estabelecimentos como restaurantes comerciais e institucionais, lanchonetes, bares, cafeterias, *food trucks*, entre outros. A previsão era a de que o setor de alimentação fora do lar encerrasse 2022 com um crescimento real de 10,2% em relação ao ano anterior, demonstrando uma importante recuperação do setor no país após o período de pandemia por Covid-19 (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS – ABIA, 2022).

Entre os fatores que têm contribuído para o aumento da alimentação fora do lar, destacam-se as mudanças na rotina e estilo de vida da população, o avanço da atuação da mulher no mercado de trabalho e o aumento das distâncias do local de trabalho em relação aos domicílios. Com o tempo reduzido para dedicação ao preparo dos alimentos, os estabelecimentos que comercializam refeições prontas são uma opção atrativa (FERRARI; FONSECA, 2019).

Entre os estabelecimentos que compõem o setor da alimentação fora do lar, as lanchonetes são locais populares, porque comercializam alimentos e refeições rápidas, geralmente a um custo mais baixo que refeições mais completas, servidas em restaurantes, por exemplo (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE, 2023).

Do ponto de vista nutricional, os alimentos vendidos nas lanchonetes costumam ser calóricos, ricos em carboidratos, gorduras e sal. Do ponto de vista de higiene, este tipo de estabelecimento pode apresentar infraestrutura variável, desde um quiosque com poucas condições de oferta de um alimento seguro, até estabelecimentos com infraestrutura mais apropriada para o preparo de refeições (BEZERRA et al., 2021; SANTOS; FERREIRA, 2016).

Paralelamente ao crescimento do setor de alimentação fora do lar, há preocupação, também, com a possibilidade de aumento do risco de Doenças Transmitidas por Alimentos – DTA. Em cidades praianas, a ocorrência de surtos em estabelecimentos comerciais pode ser ainda mais prejudicial, devido à possibilidade de repercussões negativas sobre o turismo, principal setor de ocupação nessas cidades.

Itanhaém, município localizado no litoral sul paulista, possui variedade de lanchonetes, que oferecem aos moradores e aos turistas que frequentam as praias da cidade opções rápidas de alimentação a preços reduzidos (PREFEITURA DE ITANHAÉM, 2023a). Entender os fatores que levam o consumidor a optar por lanchonetes pode ser interessante para identificar oportunidades de melhorias nos serviços ofertados e para ajustar estratégias de marketing dos estabelecimentos.

O consumidor é um elemento chave no estímulo à melhoria da qualidade dos serviços ofertados em lanchonetes, bares e restaurantes. Este está cada vez mais atento à higiene e aos atributos de segurança do alimento, de modo que suas escolhas têm como base, além de sabor, aparência e preço, a higiene do local, de utensílios e/ou dos manipuladores (UGGIONI, 2011).

Apesar de mais atentos, alguns estudos têm revelado o desconhecimento do consumidor sobre as práticas que devem ser adotadas na manipulação de alimentos no domicílio ou fora deste. O conhecimento do consumidor também pode estar equivocado, por não receber informações suficientes sobre os riscos ou por confiar em fontes não fidedignas (UGGIONI, 2011). Mesmo entre os que possuem conhecimento, a relação entre este e a exposição a comportamentos mais arriscados, do ponto de vista de contrair doenças transmitidas por alimentos, nem sempre é inversa, como seria o esperado (ANDRADE et al., 2019).

Nesse contexto, destaca-se a importância de estudar o conhecimento e as percepções quanto aos riscos microbiológicos. Estes aspectos podem influenciar, entre outros fatores, as decisões de compra e as escolhas do consumidor por locais para realizar as refeições (UGGIONI, 2011).

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

Analisar o conhecimento e as percepções de uma amostra de consumidores do município de Itanhaém-SP sobre aspectos de higiene e identificar os fatores condicionantes da escolha por lanchonetes.

2.2 Objetivos Específicos

- Identificar a frequência de consumo em lanchonetes do município de Itanhaém-SP;
- Identificar os fatores que condicionam a escolha de uma amostra de consumidores por lanchonetes do município de Itanhaém-SP;
- Selecionar, com base em revisão de literatura, instrumento já existente para analisar o conhecimento sobre higiene na manipulação de alimentos;
- Identificar diferenças nos riscos percebidos por uma amostra de consumidores em diferentes situações de consumo.

3 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

3.1 Consumo de alimentos fora de casa e a importância das lanchonetes

Consumir alimentos fora do domicílio já faz parte do padrão de vida de grande parte da população brasileira e envolve a realização de refeições em estabelecimentos como restaurantes comerciais, lanchonetes, redes de *fast food*, bares, escolas, cafeterias, inclusive via sistema de *delivery*, no qual os pedidos feitos em estabelecimentos comerciais são entregues em domicílio (ANDRADE et al., 2019).

Esses estabelecimentos compõem o mercado de *food service*, que apresentou rápido crescimento nos últimos dez anos. Considerando o período de 2008 a 2018, os gastos do consumidor brasileiro com os estabelecimentos de *food service* aumentaram quase 200%, chegando a R\$ 205,4 bilhões gastos em 2018 (INSTITUTO FOOD SERVICE BRASIL, 2019).

Analisando a evolução do consumo de alimentos fora do domicílio no país, tendo como base as Pesquisas de Orçamentos Familiares – POF realizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, no período de 2002–2003 a 2017–2018 houve tendência de aumento dos gastos com alimentação fora do lar, passando de 22,2% no primeiro período para 32,8% no segundo, sendo o aumento mais acentuado nos maiores níveis de renda, mas presente em todas as regiões do país e em áreas urbanas e rurais (CLARO et al., 2009; IBGE, 2019).

Já considerando o consumo efetivo das famílias, ainda com base nos dados das POF, verificou-se que a frequência de consumo de alimentos fora de casa diminuiu 8,8% entre 2008-2009 e 2017-2018. Apesar da aparente redução, é preciso ponderar que os alimentos adquiridos de restaurantes, lanchonetes ou outros estabelecimentos, se consumidos no domicílio, são classificados como alimentação dentro de casa, pela POF. Considerando que tem havido aumento nos pedidos de alimentos para consumo em domicílio, é possível que essa redução identificada na frequência da alimentação fora de casa seja reflexo do local em que o alimento é consumido, mas não do maior consumo de alimentos preparados em casa (BEZERRA et al., 2021).

O consumo fora de casa vem sendo associado a menor qualidade nutricional e a maior ingestão de energia, carboidratos, gorduras e sódio. Na POF de 2017-2018, os alimentos que mais contribuíram para a alimentação fora de casa foram as

bebidas alcoólicas, salgados fritos e assados, refrigerantes, pizzas, doces e sanduíches, alimentos estes considerados ultraprocessados, que são aqueles com elevada densidade energética, ricos em açúcares livres e gordura saturada e baixo teor de micronutrientes e fibras (BEZERRA et al., 2021).

Apesar do baixo valor nutricional, estes alimentos são de consumo rápido e normalmente não exigem que o consumidor faça o consumo à mesa. Além da praticidade e rapidez, Bezerra et al. (2021) destacam que o custo dos alimentos para consumo fora de casa pode desempenhar um papel nessas escolhas, uma vez que doces e salgados fritos e assados são opções mais baratas quando comparadas a refeições tradicionais consumidas fora de casa. Dessa forma, a troca de refeições mais completas, realizadas em casa, por alimentos prontos e ultraprocessados têm se tornado cada vez mais comum, justificada pela falta de tempo e pelo aumento nos preços dos alimentos.

Salgados, refrigerantes, sanduíches, sucos, café e doces são alimentos frequentemente comercializados em lanchonetes. Estas são estabelecimentos comerciais populares, especializados em lanches e alimentos rápidos, consumidos no período entre refeições ou como alternativa às refeições principais. As lanchonetes englobam desde os estabelecimentos pequenos de bairro até as redes de *fast food* (SEBRAE, 2023).

Entre os locais que os brasileiros costumam frequentar para realizar as refeições, um levantamento indicou que as lanchonetes ou redes de *fast food* são frequentadas por 19,2% dos respondentes, ficando atrás apenas dos restaurantes por quilo, frequentados por 27,3% (SEBRAE, 2023).

Além da praticidade e custo, outros fatores podem estar associados à escolha de lanchonetes. De acordo com Jomori et al. (2008), preço e renda influenciam nas decisões de compra, entretanto, não podem ser consideradas como variáveis isoladas para uma interpretação do comportamento do consumidor. Os motivos da escolha e das práticas alimentares são justificados por diversas variáveis, inseridas em uma ordem lógica, mas que escapa à consciência do indivíduo (JOMORI et al., 2008).

Características do alimento, atendimento, ambiente, tempo de espera, segurança, cardápio, privacidade, atributos da comida, decoração e limpeza são fatores frequentemente associados à escolha do consumidor por serviços de alimentação (TINOCO; RIBEIRO, 2011).

Um estudo avaliou as motivações que levam às escolhas do prato pelos indivíduos que comem fora de casa na cidade do Rio de Janeiro. Quantitativo de 300 indivíduos foi abordado na saída de um dos seis estabelecimentos (restaurante por peso, restaurante à la carte, restaurante fast-food, bar, lanchonete e barraca de rua), sendo convidado a indicar o grau de importância para os atributos aparência, paladar, variedade, hábito, valor nutricional, preço, saúde e qualidade. A maioria dos entrevistados concordou que a qualidade da refeição, o paladar, a saúde e a variedade eram os responsáveis pela escolha do prato nos estabelecimentos avaliados (CASTELO BRANCO, 2000).

Cattaneo et al. (2020) estudaram a influência de 28 variáveis sobre a decisão de escolha de 313 participantes por lanchonetes universitárias e verificaram que os indivíduos consideraram como mais importante a “higiene no preparo dos alimentos”, seguida por “sabor dos alimentos”, “higiene das instalações”, “limpeza das mesas e cadeiras” e “qualidade dos ingredientes”. Nota-se que a observação da higiene em diferentes aspectos das lanchonetes foi o que prevaleceu no referido estudo.

3.2 Importância da higiene no consumo fora de casa

Com o crescimento do mercado de *food service* e o aumento do número de estabelecimentos do setor, aumenta, também, a preocupação com a higiene nesses locais, uma vez que neles há um grande número de pessoas que consomem diariamente produtos alimentícios manipulados e comercializados (SANTOS; FERREIRA, 2016).

Diversos estudos têm revelado que em restaurantes, lanchonetes, bares, entre outros estabelecimentos que servem ou comercializam refeições prontas, frequentemente não são seguidas as Boas Práticas de Fabricação - BPF, que são procedimentos que visam garantir a qualidade higiênico-sanitária durante todas as etapas de produção do alimento, estando expressas na Resolução da Agência Nacional de Vigilância Sanitária - Anvisa RDC nº 216/04 (ANVISA, 2004).

De acordo com Aguiar et al. (2011), as precárias condições de higiene dos locais onde se preparam os alimentos e o pouco conhecimento dos manipuladores sobre as boas práticas de fabricação contribuem significativamente para o aparecimento das Doenças Transmitidas por Alimentos. Ainda segundo os autores, os responsáveis pelos estabelecimentos parecem preocupar-se em manter uma boa

aparência nas instalações reservadas aos clientes, negligenciando as áreas destinadas à preparação e ao armazenamento dos alimentos. Tais áreas são normalmente inadequadas e não atendem aos padrões legais exigidos, o que pode comprometer a qualidade dos alimentos oferecidos.

Em lanchonetes, há uma diversidade de instalações físicas, com locais com infraestrutura bastante simples, semelhantes a quiosques, enquanto outros possuem estrutura similar a de um restaurante de grande porte, com equipamentos para produção em maior volume. Independentemente da estrutura, são frequentes as pesquisas revelando condições higiênico-sanitárias deficientes nesses locais (MESSIAS, 2007).

Um estudo conduzido no Rio de Janeiro avaliou 12 lanchonetes do tipo *fast food*, analisando infraestrutura, equipamentos e utensílios utilizados no preparo das refeições, além das boas práticas adotadas pelos manipuladores de alimentos durante as etapas de produção. Todos os estabelecimentos apresentaram irregularidades quanto à infraestrutura. Em metade deles, os equipamentos e utensílios de cozinha eram mal higienizados e o uniforme dos manipuladores estava em más condições de conservação. Não havia registro de treinamentos para os manipuladores em 75% dos estabelecimentos e em 67% dos locais a recepção e o armazenamento eram realizados em temperaturas inadequadas. A maioria dos estabelecimentos (75%) possuía o manual de Boas Práticas de Fabricação, entretanto, todas as lanchonetes mostraram ineficiência quanto à sua aplicação (MESSIAS, 2007).

Precários hábitos de higiene dos manipuladores de alimentos (CRUZ et al., 2003), temperatura inadequada na conservação de salgados em estufas (CHESCA et al., 2000), amostras de água com a presença de coliformes (PORTO et al., 2011) são algumas das falhas no cumprimento das BPF, identificadas em estudos em lanchonetes.

Quando o estabelecimento apresenta más condições higiênico-sanitárias, há riscos à saúde do consumidor. Sendo assim, é necessário implantar o Manual de Boas Práticas nos estabelecimentos, aliado ao treinamento constante dos manipuladores e à realização periódica de exames parasitológicos. É importante, também, que haja fiscalização mais frequente da vigilância sanitária, a fim de garantir aos consumidores o direito de ter acesso a um alimento seguro (MESSIAS, 2007).

3.3 Conhecimento e percepções dos consumidores sobre higiene

À medida que aumenta o consumo de alimentos fora de casa, torna-se imprescindível identificar o conhecimento e as percepções do consumidor sobre a qualidade do que ele está consumindo, seja em termos de higiene, de sabor ou, ainda, do ponto de vista nutricional. Para conseguir demandar, é preciso que o consumidor possua certo nível de conhecimento, ainda que básico, e avalie os riscos envolvidos em cada escolha que faz (UGGIONI, 2011).

Estudos com consumidores de vários países têm revelado que estes estão mais conscientes e preocupados com relação a aspectos da segurança do alimento (UGGIONI, 2011). De acordo com Grácia-Arnaiz (2002), as escolhas de grande parte dos consumidores já não são apenas baseadas em aspectos como sabor, preço e aparência, mas em outros critérios relacionados às informações sobre segurança, à forma de produção e aos cuidados com o meio ambiente. Apesar de mais conscientes, ainda existem lacunas no conhecimento e nas práticas adotadas pelos consumidores que podem resultar em doenças transmitidas por alimentos (JEVSNIK et al., 2008).

Uggioni (2011) estudou o conhecimento dos consumidores da cidade de Campinas (SP) em relação aos riscos microbiológicos das práticas realizadas em restaurantes e verificou falhas no conhecimento (em notas de 0 a 10, média de $4,3 \pm 1,5$), não sendo observadas diferenças significativas entre os gêneros ($p=0,388$), as faixas etárias ($p=0,102$), os níveis de renda dos indivíduos ($p=0,087$) e a frequência de realização de refeições fora de casa ($p=0,930$). No entanto, consumidores com maior grau de escolaridade ($p=0,001$) apresentaram nível de conhecimento significativamente superior ao de indivíduos com baixa escolaridade.

Com base na revisão de vários estudos, Andrade et al. (2019) verificaram que na Europa e América do Norte os consumidores possuem maior conhecimento sobre os riscos associados à segurança do alimento, quando comparado a países asiáticos e ao Brasil. As discrepâncias, segundo os autores, parecem estar relacionadas à exposição de europeus e norte-americanos, desde o nível fundamental de escolaridade, a conteúdos sobre higiene dos alimentos nas escolas.

Jussaume Júnior e Judson (1992) revelaram que quanto maior o nível de renda e educação, maior é a preocupação dos consumidores com a segurança do alimento. No entanto, maior preocupação e escolaridade nem sempre levam a um comportamento menos arriscado, mais racional ou desejável.

Nascimento et al. (2004), por exemplo, realizaram um estudo em lanchonetes de *campi* universitários na região central da cidade de São Paulo e constataram que estudantes universitários, que são consumidores com alta escolaridade e com padrão cultural mais elevado, realizavam refeições em lanchonetes em precárias condições de higiene e conservação, o que potencializava o risco da ocorrência de doenças transmitidas por alimentos.

De acordo com Andrade et al. (2019), compreender a percepção do consumidor sobre os riscos envolvidos nas escolhas alimentares e sobre as doenças transmitidas por alimentos é um fenômeno complexo, pois a percepção de risco pode ser conflitante. A disposição dos consumidores para se envolverem em comportamentos arriscados ao comprar, preparar e consumir refeições está associada a fatores comportamentais e a processos cognitivos, ou seja, crenças, percepções, sentimentos, confiança e cultura (ANDRADE et al., 2019).

Há a crença de que cada indivíduo é menos propenso a vivenciar eventos negativos do que seus pares, ou seja, o indivíduo pensa que a chance de acontecer algo ruim com os outros é maior do que a chance de que ocorra com ele próprio. Esse fenômeno é chamado de viés otimista e um indivíduo nesta condição excessivamente otimista tende a negligenciar atitudes e práticas de preservação da saúde (WEINSTEIN, 1989).

Andrade et al. (2019) identificaram o viés otimista na percepção de manipuladores de alimentos e de consumidores de restaurantes sobre os riscos de contrair doenças veiculadas por alimentos. Ambos os públicos acreditavam que havia menos riscos de estarem expostos a este tipo de enfermidade que seus pares. Além disso, os autores verificaram que os consumidores desenvolvem um senso de afeição ao local que costumam frequentar, associando o local a suas próprias casas. Tal condição, segundo os autores, faz com que os consumidores tenham dificuldade de diferenciar os restaurantes com relação a aspectos de segurança do alimento.

Além disso, Uggioni (2011) registrou que a percepção dos consumidores, muitas vezes, pode ser equivocada devido à falta de informações sobre os riscos potenciais das práticas em restaurantes. Segundo Momesso et al. (2005), é

necessária maior conscientização por parte da população quanto aos riscos que o consumo de alimentos em locais precariamente higienizados podem acarretar à saúde.

Neste contexto, tem sido enfatizada a necessidade e a importância da educação dos consumidores para que estes façam escolhas seguras quando se alimentam fora de casa. Entender o conhecimento e as percepções dos consumidores é uma estratégia importante para direcionar futuras intervenções (SNEED; STROHBEHN, 2008; UGGIONI, 2011).

4 MATERIAL E MÉTODOS

4.1 Local da pesquisa e população de estudo

A pesquisa foi realizada com consumidores residentes na cidade de Itanhaém, litoral sul do Estado de São Paulo, pertencente à região metropolitana da Baixada Santista.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2022), o município, de pequeno porte, possui 112.476 pessoas, com um Índice de Desenvolvimento Humano Municipal - IDHM, em 2010, de 0,745. Em 2020, 14,8% da população encontrava-se ocupada, com um salário médio mensal de R\$ 2.200,00. Em 35% dos domicílios o rendimento mensal era de até 0,5 salário mínimo por pessoa, o que colocava o município na posição 125 entre os 645 municípios do estado e na posição 3484 entre as 5570 cidades do país. Em 2010, 80,2% dos domicílios da cidade contavam com esgotamento sanitário adequado. Na área de saúde, o município apresentava, em 2016, 0,1 internações por diarreia por mil habitantes, resultado que o colocava em 3º lugar com mais casos na região geográfica imediata, do seu entorno (IBGE, 2022).

A cidade é banhada pelo Oceano Atlântico, possuindo 26 quilômetros de praias, baías, pequenas enseadas, costões rochosos e ilhas. O turismo é o propulsor econômico municipal, alavancando, assim, o setor de comércio e serviços (PREFEITURA DE ITANHAÉM, 2023b).

Participaram da pesquisa 61 indivíduos com no mínimo 18 anos de idade, de ambos os sexos, recrutados por conveniência, por meio de convite encaminhado em grupos de aplicativo de mensagem WhatsApp. Para aqueles que aceitavam participar, era encaminhado questionário por meio do mesmo aplicativo.

4.2 Instrumento utilizado no estudo

O questionário utilizado na pesquisa foi adaptado de Andrade et al. (2019), Auad et al. (2019) e Cunha et al. (2014).

O instrumento constituiu-se de 28 questões, sendo 26 fechadas e 2 abertas, e foi dividido em cinco partes, conforme Apêndice A.

A primeira parte do questionário contém perguntas para identificar a frequência de consumo em lanchonetes, tomando como base o comportamento nos três meses prévios à participação na pesquisa.

Na segunda parte, buscou-se avaliar os fatores que levam à escolha por lanchonetes para realização de refeições. As questões desta parte foram separadas em “durante a semana” e “em fins de semana”, visando identificar diferenças no comportamento em função deste aspecto, e as respostas foram dadas utilizando escala de frequência variando de 1 = nunca a 5 = sempre.

Na terceira, avaliaram-se os riscos percebidos pelos consumidores na manipulação de alimentos, utilizando escala de 0 a 10, sendo 0 = nenhum risco e 10 = risco extremamente alto. Nesta parte, buscou-se identificar diferenças entre os riscos percebidos quando os alimentos são preparados pelo próprio consumidor, quando o consumo é realizado na lanchonete em que o consumidor já costuma frequentar, quando o consumo é realizado em outras lanchonetes ou, ainda, quando os pedidos são feitos em aplicativos ou por telefone, para consumo doméstico.

A quarta parte contém questões para identificar o conhecimento dos consumidores sobre aspectos de segurança do alimento, com as opções de resposta “sim”, “não” ou “não sei”.

Na quinta parte, buscou-se caracterizar o perfil socioeconômico dos respondentes, sendo perguntado sexo, idade, escolaridade, renda familiar mensal, número de pessoas que residem no domicílio e se o respondente já havia realizado curso na área de alimentos.

4.3 Coleta e análise dos dados

A coleta de dados deu-se de forma online. O questionário ficou disponível para preenchimento entre os meses de fevereiro e junho de 2023.

Foram realizadas análises descritivas. Para os dados referentes à percepção de risco, realizou-se comparação de médias por meio do teste não-paramétrico de Friedman, considerando nível de significância de 5%.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1 Perfil dos participantes

Entre os participantes da pesquisa prevaleceu o público feminino (67,2%), aqueles com idade de até 25 anos (42,6%), com ensino médio completo (39,3%) e com renda familiar mensal entre 1 e 2 salários mínimos (29,5%). A maioria dos respondentes (93,4%) não havia realizado curso na área de alimentos, conforme indicado na Tabela 1. Nutrição, hotelaria e biologia foram mencionados por aqueles que já haviam realizado curso na área de alimentos.

Tabela 1 - Variáveis socioeconômicas dos participantes da pesquisa, Itanhaém - SP

Variáveis	<i>n</i> *	%
SEXO	61	100,0
Feminino	41	67,2
Masculino	19	31,2
Outro	1	1,6
FAIXA ETÁRIA (EM ANOS)	61	100,0
Até 25	26	42,6
De 26 a 39	25	41,0
De 40 a 59	9	14,8
Acima de 59	1	1,6
ESCOLARIDADE	61	100,0
Ensino Fundamental Incompleto	3	4,9
Ensino Fundamental Completo	3	4,9
Ensino Médio Incompleto	2	3,4
Ensino Médio Completo	24	39,3
Ensino Superior Incompleto	13	21,3
Ensino Superior Completo	13	21,3
Pós-Graduação	3	4,9
CURSO NA ÁREA DE ALIMENTOS	61	100,0
Sim	4	6,6
Não	57	93,4
RENDA FAMILIAR MENSAL (EM SALÁRIO MÍNIMO - S.M.)**	61	100,0
Até 1 S.M. (até 1.302,00)	6	9,8
de 1 a 2 S.M. (1.302,01 a 2.604,00)	18	29,5
de 2 a 3 S.M. (2.604,01 a 3.906,00)	10	16,4
de 3 a 4 S.M. (3.906,01 a 5.208,00)	11	18,0
de 4 a 5 S.M. (5.208,01 a 6.510,00)	5	8,2
Mais de 5 S.M. (acima de 6.510,00)	4	6,6
Não sei/Não quero responder	7	11,5

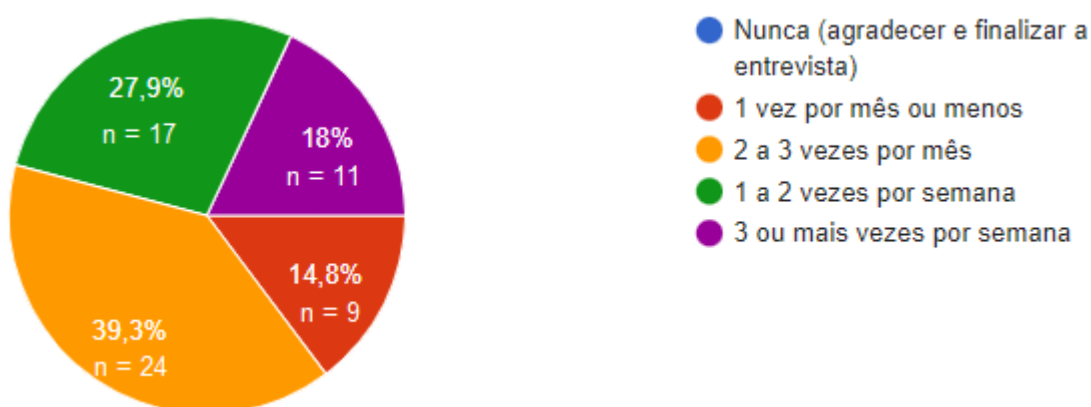
**n* = número de participantes

**Salário mínimo definido na época de início da coleta de dados, em fevereiro de 2023
 Fonte: elaborado pela autora, com base nos dados da pesquisa.

5.2 Frequência de consumo em lanchonetes

A maior proporção dos consumidores (39,3%) indicou frequentar de forma mais esporádica as lanchonetes do município, entre 2 a 3 vezes por mês, conforme Figura 1.

Figura 1 - Frequência de consumo em lanchonetes, nos três meses prévios à realização da pesquisa. Itanhaém - SP



Fonte: elaborado pela autora, com base nos dados da pesquisa.

Somando as proporções daqueles consumidores que indicaram um consumo mais frequente, o resultado chama a atenção: 45,9% afirmaram frequentar este tipo de estabelecimento no mínimo 1 vez por semana (Figura 1).

Resultado semelhante foi identificado por Finger (2017). A autora entrevistou 110 consumidores da cidade de Itaqui (RS) e verificou que 48% frequentavam lanchonetes. Destes, 37,7% realizavam refeições de forma mais frequente neste tipo de local, no mínimo 1 vez por semana.

Um consumo ainda mais frequente em lanchonetes do tipo *fast food* foi observado em estudo de Messias (2007). Dos 300 consumidores entrevistados na cidade do Rio de Janeiro, 49% revelaram frequentar semanalmente este tipo de lanchonete e 10% indicaram frequência diária.

Esses resultados confirmam que as lanchonetes são estabelecimentos populares para a realização de refeições fora de casa. No entanto, considerando o tipo de alimentos normalmente comercializados, ricos em carboidratos, gorduras e

sódio, o consumo frequente de alimentos nestes locais pode ser preocupante do ponto de vista de saúde da população, especialmente se o consumidor substitui refeições principais e que deveriam apresentar composição nutricional mais completa, como almoço e jantar, por alimentos de consumo mais rápido.

Por meio da análise dos dados da Tabela 2, nota-se que durante os dias da semana, somente 13,1% dos participantes não costumavam frequentar lanchonetes. Entre os que frequentavam, a maioria (63,9%) realizava refeições principais (almoço e jantar) neste tipo de estabelecimento, sendo que 42,6% realizavam a refeição do jantar e 21,3% o almoço.

Tabela 2 - Refeição mais frequente realizada em lanchonetes, durante a semana e em finais de semana. Itanhaém - SP

Refeição	Durante a semana		Finais de semana	
	<i>n</i> *	%	<i>n</i> *	%
Café da manhã	5	8,2	1	1,6
Lanche da manhã (entre café e almoço)	1	1,7	0	0,0
Almoço	13	21,3	7	11,5
Lanche da tarde (entre almoço e jantar)	8	13,1	6	9,8
Jantar	26	42,6	40	65,6
Ceia	0	0,0	1	1,6
Não frequentei lanchonetes	8	13,1	6	9,8

**n* = número de participantes

Fonte: elaborado pela autora, com base nos dados da pesquisa.

Já em finais de semana, a proporção de consumidores que realizavam alguma refeição em lanchonetes (90,2%) foi ligeiramente superior que durante a semana (86,9%). A maioria dos participantes (65,6%) realizava a refeição do jantar nestes locais.

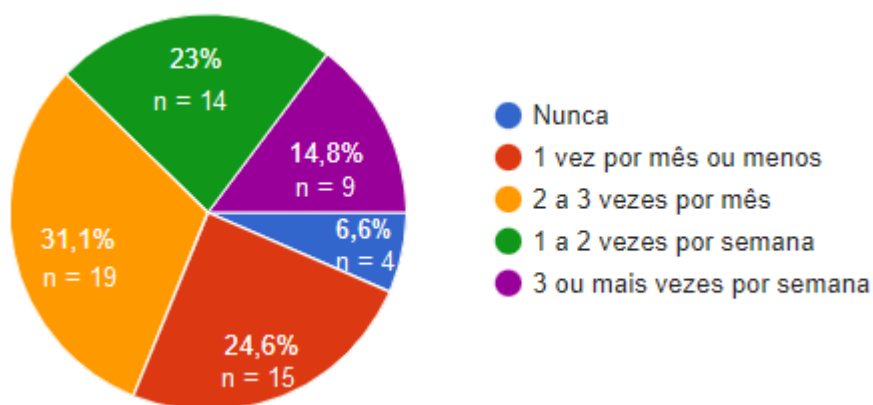
Finger (2017) também verificou um consumo mais frequente em lanchonetes em finais de semana (62,3%), quando comparada a durante a semana (37,7%) para amostra de consumidores da cidade de Itaqui (RS). A autora inferiu que, diferentemente de grandes centros urbanos, em que há a necessidade das pessoas

realizarem refeições fora de casa por questões de trabalho e/ou estudos, na cidade de Itaquí, de menor porte, os consumidores parecem possuir o hábito de sair de casa em finais de semana para manter um convívio social, e a realização de refeições em lanchonetes estaria mais associada a lazer.

Neste estudo, o consumo mais frequente em finais de semana e para a refeição do jantar pode estar associado, também, a aspectos de convívio social e de lazer, considerando a vocação turística da cidade.

Considerando que a entrega em domicílio está cada vez mais popular, questionou-se sobre a frequência com que os consumidores solicitavam alimentos de lanchonetes para serem consumidos em casa (Figura 2).

Figura 2 - Frequência com que solicita alimentos de lanchonetes por aplicativo, por telefone ou por outros meios, para serem consumidos em domicílio. Itanhaém - SP



Fonte: elaborado pela autora, com base nos dados da pesquisa.

Somente 6,6% dos consumidores afirmaram nunca realizar pedidos com entrega em domicílio. A maior proporção (31,1%) realizava pedidos entre 2 e 3 vezes por mês.

Embora a realização de pedidos por telefone ou por aplicativos esteja tornando-se mais frequente, entre a amostra pesquisada ainda há parte dos consumidores que fazem a refeição no estabelecimento.

5.3 Fatores que levam à escolha de lanchonetes

Na Tabela 3, está indicada a frequência com que os consumidores observam diferentes aspectos para decidir frequentar lanchonetes durante a semana e em finais de semana.

Tabela 3 - Fatores condicionantes da escolha por lanchonetes, Itanhaém-SP

Fator	Durante a semana					Finais de semana				
	1 = Nunca	2 = Pouco frequentemente	3 = Moderadamente	4 = Muito frequentemente	5 = Sempre	1 = Nunca	2 = Pouco frequentemente	3 = Moderadamente	4 = Muito frequentemente	5 = Sempre
Preço										
n (%)	3 (4,9%)	9 (14,8%)	11 (18,0%)	9 (14,8%)	29(47,5%)	6 (9,8%)	6 (9,8%)	15 (24,6%)	7 (11,5%)	27 (44,3%)
Aparência do estabelecimento										
n (%)	2 (3,3%)	9 (14,8%)	14 (23,0%)	9 (14,8%)	27(44,3%)	3 (4,9%)	6 (9,8%)	9 (14,8%)	8 (13,1%)	35 (57,4%)
Rapidez do serviço										
n (%)	1 (1,6%)	6 (9,8%)	13 (21,3%)	11 (18,0%)	30 (49,2%)	3 (4,9%)	3 (4,9%)	7 (11,5%)	10 (16,4%)	38 (62,3%)
Sabor dos alimentos										
n (%)	1 (1,6%)	4 (6,6%)	4 (6,6%)	4 (6,6%)	48 (78,7%)	2 (3,3%)	3 (4,9%)	5 (8,2%)	4 (6,6%)	47 (77,0%)
Variedade do cardápio										
n (%)	3 (4,9%)	8 (13,1%)	7 (11,5%)	10 (16,4%)	33 (54,1%)	3 (4,9%)	4 (6,6%)	9 (14,8%)	8 (13,1%)	37 (60,7%)
Tamanho das porções										
n (%)	4 (6,6%)	6 (9,8%)	4 (6,6%)	8 (13,1%)	39 (63,9%)	4 (6,6%)	3 (4,9%)	8 (13,1%)	8 (13,1%)	38 (62,3%)
Temperatura dos produtos										
n (%)	2 (3,3%)	9 (14,8%)	8 (13,1%)	11 (18,0%)	31 (50,8%)	3 (4,9%)	4 (6,6%)	5 (8,2%)	11 (18,0%)	38 (62,3%)
Higiene do local										
n (%)	1 (1,6%)	5 (8,2%)	5 (8,2%)	8 (13,1%)	42 (68,9%)	2 (3,3%)	3 (4,9%)	5 (8,2%)	8 (13,1%)	43 (70,5%)

Higiene dos funcionários										
n (%)	2 (3,3%)	6 (9,8%)	6 (9,8%)	9 (14,8%)	38 (62,3%)	5 (8,2%)	3 (4,9%)	5 (8,2%)	7 (11,5%)	41 (67,2%)
Localização do estabelecimento										
n (%)	7 (11,5%)	6 (9,8%)	17 (27,9%)	8 (13,1%)	23 (37,7%)	4 (6,6%)	4 (6,6%)	12 (19,7%)	13 (21,3%)	28 (45,9%)
Presença de alvará sanitário no estabelecimento										
n (%)	20 (32,8%)	11 (18,0%)	8 (13,1%)	7 (11,5%)	15 (24,6%)	23 (27,7%)	5 (8,2%)	9 (14,8%)	7 (11,5%)	17 (29,9%)
Cordialidade do atendimento										
n (%)	2 (3,3%)	10 (16,4%)	7 (11,5%)	8 (13,1%)	34 (55,7%)	5 (8,2%)	5 (8,2%)	7 (11,5%)	9 (14,8%)	35 (57,4%)
Indicação de amigos										
n (%)	4 (6,6%)	9 (14,8%)	8 (13,1%)	15 (24,6%)	25 (41,0%)	5 (8,2%)	3 (4,9%)	10 (16,4%)	13 (21,3%)	30 (49,2%)
Reputação do estabelecimento										
n (%)	5 (8,2%)	6 (9,8%)	4 (6,6%)	10 (16,4%)	36 (59,0%)	4 (6,6%)	3 (4,9%)	7 (11,5%)	9 (14,8%)	38 (62,3%)
Quantidade de consumidores no local										
n (%)	7 (11,5%)	10 (16,4%)	16 (26,2%)	6 (9,8%)	22 (36,1%)	8 (13,1%)	4 (6,6%)	11 (18,0%)	14 (23,0%)	24 (39,3%)
Local para se sentar										
n (%)	4 (6,6%)	6 (9,8%)	8 (13,1%)	7 (11,5%)	36 (59,0%)	3 (4,9%)	4 (6,6%)	9 (14,8%)	7 (11,5%)	38 (62,3%)

*n = número de participantes

Fonte: elaborado pela autora, com base nos dados da pesquisa.

Analisando as proporções referentes ao máximo da escala, ou seja, “sempre”, independentemente do período da semana (durante ou em fins de semana), “sabor” foi o principal aspecto “sempre” observado no momento de escolha por lanchonetes, seguido por “higiene do local”.

A importância dada ao sabor é coerente com o tipo de estabelecimento pesquisado. Em lanchonetes, frequentemente são comercializados alimentos considerados por grande parte da população como saborosos, constituídos por salgados, frituras, refrigerantes, sanduíches com elevado teor de gordura, doces, entre outros. O sabor também foi o atributo mais importante para consumidores de rede de *fast food* da Coreia (PARK, 2004) e foi o segundo fator mais importante como determinante da escolha por locais, de forma geral, para realizar as refeições fora do domicílio por consumidores de Itaqui - RS (FINGER, 2017).

Neste estudo, os consumidores parecem priorizar o sabor em relação à higiene. Apesar disso, o fato da higiene do local ser indicada como o segundo fator mais frequentemente observado pelos consumidores pode ser considerado como um aspecto positivo. Além disso, a higiene dos funcionários e a reputação do estabelecimento, este último sendo geralmente um critério utilizado pelo consumidor como um indicativo da qualidade e da segurança dos alimentos, também foram mencionados como sempre observados por grande parte dos participantes.

Considerando o quantitativo de pesquisas que indicam as más condições de higiene em lanchonetes e em outros estabelecimentos do mercado de *food service*, é importante que a higiene seja um fator decisivo na escolha do local para realização das refeições. Em outros estudos, a higiene (do ambiente, de utensílios e/ou de funcionários) também foi considerada como critério principal na seleção do local (CASTELO BRANCO; SALAY, 2001; FINGER, 2017; SANCHES; SALAY, 2011).

Durante a semana, além de “sabor” e “higiene do local”, completam a lista dos dez principais atributos “sempre” observados, seguindo a ordem decrescente: “tamanho das porções” (mencionado por 63,9% dos consumidores), “higiene dos funcionários” (62,3%), “reputação do estabelecimento” e “local para se sentar” (ambos com 59% das citações), “cordialidade do atendimento” (55,7%), “variedade do cardápio” (54,1%), temperatura dos produtos (50,8%) e rapidez do serviço (49,2%).

“Tamanho das porções” como um dos principais fatores que influenciam a escolha de lanchonetes pode estar relacionado ao fato de que grande parte dos

consumidores realiza refeições principais - almoço e jantar - neste tipo de local, tanto durante a semana quanto em finais de semana. Para substituir uma refeição mais completa, o tamanho da porção deve ser considerado.

Chamou a atenção, também, o fato de que o atributo “local para se sentar” foi mais frequentemente mencionado como determinante da escolha da lanchonete, durante a semana, que a “rapidez do serviço”. Um dos motivos pode ser o fato de que ao escolher realizar neste local refeições de almoço e jantar, o consumidor reserva certo tempo para fazer a refeição, desejando realizá-la com mais conforto. Neste caso, a rapidez do serviço também não seria um fator determinante, especialmente considerando-se que, ainda que uma determinada lanchonete possua um serviço mais lento, este tipo de estabelecimento costuma caracterizar-se por apresentar um serviço muito mais rápido que outros locais, comercializando produtos que também possuem rápido consumo.

Em finais de semana, os participantes citaram os mesmos dez itens como aqueles “sempre” observados, incluindo-se também a “aparência do estabelecimento”. Porém, houve algumas alterações na ordem de proporção de citações. Uma dessas alterações foi em “rapidez do serviço”, que foi o décimo aspecto entre aqueles sempre observados durante a semana, mas em finais de semana foi o quarto mais citado como “sempre” observado, indicando que os participantes parecem observar esse aspecto com mais frequência em finais de semana. Uma possível justificativa pode ser o desejo de ter uma refeição mais rápida para aproveitar o tempo de lazer.

É importante registrar que o fator “preço” não foi indicado entre os principais determinantes para a escolha em lanchonetes, nem durante a semana (tendo sido mencionado como “sempre” observado por 47,5% dos consumidores) nem em finais de semana (mencionado por 44,3%). Este resultado diferiu de outros estudos da literatura, em que o preço foi indicado como um dos fatores mais importantes na escolha de estabelecimentos para realizar a refeição fora do lar (FINGER, 2017; MESSIAS, 2007).

Uma das justificativas para este resultado pode ser a possibilidade do consumidor perceber que os produtos comercializados em lanchonetes já apresentam geralmente um preço mais baixo, quando comparado a outros tipos de locais de *food service*. Neste contexto, outros fatores ganham mais importância como condicionantes da escolha.

Ainda com relação ao preço, vale registrar que a frequência de observação deste aspecto foi maior durante a semana que em finais de semana. Isso pode estar relacionado com o caráter de lazer do consumo em finais de semana, com os consumidores sendo mais indulgentes em relação ao custo da refeição nesta situação.

Os fatores menos indicados como “sempre” observados foram “quantidade de consumidores no local” e “presença de alvará sanitário no estabelecimento”, independente do período da semana (durante ou em fins de semana).

Quanto ao primeiro aspecto, “quantidade de consumidores no local”, alguns autores registraram que os consumidores levam em consideração a impressão de que um estabelecimento está sendo bem frequentado ou lotado como forma de avaliar que o local oferece uma alimentação com qualidade ou segura do ponto de vista microbiológico (TSE et al., 2002). Neste estudo, no entanto, a “quantidade de consumidores no local” não foi um fator determinante da escolha para a maioria dos participantes, sendo utilizados por estes outros aspectos mais coerentes para a avaliação da segurança, como a higiene do local e a dos funcionários.

Já com relação à presença de alvará sanitário no estabelecimento, resultado semelhante foi identificado por Finger (2017), no qual 50,0% dos entrevistados relataram não observar se o local em que costumavam realizar suas refeições possuía licença sanitária para prestar o serviço de alimentação conforme requerido pela legislação vigente. De acordo com a autora, a falta de percepção do consumidor em relação aos riscos sanitários que um local pode apresentar, caso não esteja devidamente regularizado junto à vigilância sanitária municipal, demonstra a necessidade de intervenções educacionais direcionadas à população.

5.4 Percepção de risco dos consumidores

As percepções dos consumidores em relação à possibilidade de apresentar sintomas de doenças transmitidas por alimentos diante de diferentes situações são apresentadas na Tabela 4.

Tabela 4 - Riscos percebidos pelos consumidores de Itanhaém-SP em diferentes situações

Escala	Chance de apresentar dores abdominais e/ou vômito depois de consumir alimentos preparados pelo participante, em casa		Chance de apresentar dores abdominais e/ou vômito depois de consumir alimentos na lanchonete que mais costuma frequentar		Chance de apresentar dores abdominais e/ou vômito depois de consumir alimentos em outra lanchonete da cidade		Chance de apresentar dores abdominais e/ou vômito depois de pedir alimentos de uma lanchonete por aplicativo ou por telefone e consumir os alimentos em casa	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
0 = Nenhum risco	40	65,6	13	21,3	9	14,8	16	26,2
1	4	6,6	10	16,4	7	11,5	6	9,8
2	3	4,9	3	4,9	5	8,2	7	11,5
3	3	4,9	6	9,8	5	8,2	4	6,6
4	0	0,0	0	0,0	4	6,6	2	3,3
5 = risco mediano	7	11,5	17	27,9	18	29,5	17	27,9
6	0	0,0	2	3,3	2	3,3	1	1,6
7	0	0,0	3	4,9	4	6,6	3	4,9
8	2	3,3	3	4,9	3	4,9	2	3,3
9	1	1,6	1	1,6	0	0,0	1	1,6
10 = risco extremamente alto	1	1,6	3	4,9	4	6,6	2	3,3
Média (desvio-padrão)	1,46 ^a (2,57)		3,52 ^{b,c} (2,99)		3,97 ^c (2,85)		3,23 ^b (2,84)	

Nota: médias com letras em comum não diferem significativamente ($p < 0,05$) pelo teste de Friedman.

**n* = número de participantes

Fonte: elaborado pela autora, com base nos dados da pesquisa.

As médias de percepção de risco foram inferiores a 4,0 para todas as situações, indicando, de forma geral, baixo risco percebido pelos participantes.

O menor risco foi percebido na situação de consumo de alimentos preparados pelo próprio respondente no domicílio. Nesta situação, a maioria (65,6%) respondeu que não há qualquer risco de sofrer sintomas de doenças transmitidas por alimentos.

Esta foi a situação percebida pelo consumidor como significativamente menos arriscada, quando comparada às demais situações em que há consumo de alimentos preparados fora de casa.

Esse resultado é interessante porque alguns estudos revelam que a maior parte dos surtos de doenças transmitidas por alimentos registrados ocorre justamente no domicílio. Segundo o Ministério da Saúde (2022), quando se analisam os dados da distribuição de surtos de doenças transmitidas por alimentos de acordo com o local de ocorrência no Brasil, no período de 2012 a 2021, verifica-se que o maior local de ocorrência são as residências (com 37,7% dos 6.347 surtos registrados), seguido de restaurantes, padarias e similares, com menos da metade da proporção registrada nas residências (15,1% dos 6.347 surtos).

De acordo com Proença (2010), esse aspecto demonstra a necessidade de orientação ao consumidor sobre as técnicas de conservação e preparo dos alimentos. O resultado revela, também, o viés otimista do respondente, em que o risco de passar mal após consumir um alimento que ele próprio preparou é percebido como menor quando comparado ao risco de consumir um alimento preparado por outras pessoas, sem o conhecimento da forma como foi elaborado. Esse resultado difere do observado por Andrade et al. (2019), no qual os consumidores perceberam um risco similar entre preparar as próprias refeições ou consumir alimentos em restaurantes que já frequentava.

Neste trabalho, comparando as situações de risco no consumo fora de casa, não houve diferenças na percepção dos respondentes quanto ao risco de passar mal ao consumir alimentos na lanchonete que já costumavam frequentar ou em outras lanchonetes da cidade. Considerando que em ambos os casos a média de risco percebido foi baixa, o consumidor, de forma geral, parece ter confiança de que o consumo de alimentos nas lanchonetes da cidade não trará consequências negativas à sua saúde.

Considerando os pedidos de comida que são entregues em domicílio, os respondentes perceberam esta situação como significativamente mais arriscada quando comparada ao consumo de alimentos produzidos no domicílio, mas acreditam que há menos risco nos pedidos entregues em casa que em consumir alimentos em lanchonetes que não costumam frequentar. Pode ser que os respondentes tenham ponderado que ao consumir em casa não haveria os riscos

associados a estar no local desconhecido para consumir o alimento, utilizando-se de mesa, utensílios, enfim, do ambiente da lanchonete.

5.5 Conhecimento dos consumidores sobre aspectos de segurança do alimento

Na Tabela 5 encontram-se as respostas dos consumidores para o questionário referente ao conhecimento em higiene, sendo que as respostas corretas estão indicadas em negrito.

Tabela 5 - Distribuição dos respondentes quanto aos acertos sobre itens de segurança do alimento

Aspectos	Respostas dos consumidores		
	Sim	Não	Não sei
Usar adornos como brincos, anéis, relógios e outros, pode favorecer a contaminação dos alimentos.	53 (86,9%)	6 (9,8%)	2 (3,3%)
A água pode ser um veículo de transmissão de doenças, mas quando transformada em gelo, o risco de transmissão de doenças é menor.	16 (26,2%)	22 (36,1%)	23 (37,7%)
A forma correta de higienizar as mãos, para evitar a contaminação dos alimentos, é lavá-las em água corrente, usar detergente neutro e secar com papel.	53 (86,9%)	4 (6,6%)	4 (6,6%)
O contato entre alimentos crus e cozidos, como o uso de alface na decoração de porções de batatas fritas, possibilita a contaminação desses alimentos.	32 (52,5%)	12 (19,7%)	17 (27,9%)
Usar leite um dia após a data de vencimento é um risco para a saúde.	53 (86,9%)	4 (6,6%)	4 (6,6%)
Alimentos impróprios para consumo sempre apresentam mau cheiro e sabor de estragado.	37 (60,7%)	20 (32,8%)	4 (6,6%)
O consumo de carne mal cozida pode levar a doenças transmitidas por alimentos que podem causar vômitos e diarreia.	52 (85,2%)	4 (6,6%)	5 (8,2%)
Lavar os legumes e deixá-los de molho em água com vinagre é suficiente para que o alimento fique seguro para o consumo.	22 (36,1%)	28 (45,9%)	11 (18,0%)
O descongelamento de alimentos pode ser feito em um recipiente com ou sem água sobre a pia, mesa ou bancada.	21 (34,4%)	26 (42,6%)	14 (23,0%)
Um manipulador de alimentos com doenças como diarreia, gripe e dor de garganta representa risco de contaminação dos alimentos.	52 (85,2%)	3 (4,9%)	6 (9,8%)

Nota: as respostas corretas para cada questão estão em negrito.

Fonte: elaborado pela autora, com base nos dados da pesquisa.

A maioria dos participantes conseguiu responder corretamente as questões referentes ao uso de adornos, data de validade, cocção de alimentos de origem animal, contaminação cruzada e manipulação de alimentos por manipuladores enfermos.

Mas chama a atenção que das dez questões, em cinco a maioria dos respondentes não conseguiu indicar a resposta correta. Nas questões sobre gelo como veículo transmissor de doenças, higienização correta das mãos e de vegetais, descongelamento e características de alimentos estragados, houve grande percentual de erros.

Atribuindo-se 1 ponto a cada resposta correta e 0 para respostas erradas ou para “não sei”, 68,9% dos participantes ($n = 42$) conseguiram acertar pelo menos metade das perguntas.

Nota-se que uma parcela expressiva dos participantes não possui conhecimentos sobre práticas de higiene. Esse aspecto é preocupante porque se o consumidor não possui conhecimento suficiente, provavelmente adotará práticas equivocadas no preparo de alimentos em domicílio. Ainda, ele pode não conseguir identificar práticas inadequadas na manipulação de alimentos nas lanchonetes que escolhe frequentar.

CONCLUSÃO

Os resultados do presente trabalho permitem concluir que grande parte dos respondentes (45,9%) frequentavam lanchonetes de forma frequente (pelo menos 1 vez na semana), sendo as refeições principais (almoço e principalmente o jantar) as mais comumente realizadas nestes estabelecimentos. Do ponto de vista de saúde da população, este resultado pode ser preocupante, já que os principais tipos de alimentos comercializados em lanchonetes são ricos em gorduras, açúcares e sal.

Sabor e higiene do local foram os principais condicionantes da escolha desses locais pelos consumidores. Já o preço e a rapidez do serviço não são considerados com tanta frequência.

Grande parte da amostra demonstrou possuir pouco conhecimento em aspectos de segurança do alimento e revelou perceber baixo nível de risco à saúde no consumo de alimentos em casa ou em lanchonetes.

Esses resultados reforçam a importância de programas de educação do consumidor sobre os riscos de doenças transmitidas por alimentos e sobre aspectos de higiene, de tal forma que ele se sinta mais preparado para fazer escolhas mais conscientes.

Entre as limitações do presente estudo, destaca-se que foi pesquisada uma amostra definida por conveniência, que traz limitações na extrapolação desses resultados.

REFERÊNCIAS

ABIA. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS. Alimentação fora de casa deve encerrar 2022 com R\$ 543 bi em receitas. 2022. Disponível em: <<https://www.abia.org.br/noticias/alimentacao-fora-de-casa-deve-encerrar-2022-com-r-543-bi-em-receitas>>. Acesso em 16 jun 2023.

ABRASEL. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BARES E RESTAURANTES. **Comer em restaurantes e bares segue mais atrativo**. 2023. Disponível em: <<https://abrasel.com.br/noticias/noticias/comer-em-restaurantes-e-bares-segue-mais-atrativo-afirma-abrasel/>>. Acesso em 04 Jul, 2023.

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA – ANVISA. Categorização dos serviços de alimentação. Material de apoio para serviços de alimentação. Brasília, 2013. 24p.

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA – ANVISA. Resolução nº 216, de 15 de setembro de 2004. **Dispõe sobre Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação**. Disponível em: <https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2004/res0216_15_09_2004.html>. Acesso em: 13 maio 2023.

AGUIAR, A. M. M.; BATISTA, B. V. A.; SANTOS, I. H. V. S.; OLIVEIRA, L. M. L. Avaliação da eficácia de uma intervenção sobre as boas práticas de higiene em três lanchonetes de uma escola particular em Porto Velho–RO. **Rev Saber Científico**, v. 3, n. 1, p.70-90, 2011.

ANDRADE, M. L.; RODRIGUES, R. R.; ANTONGIOVANNI, N.; CUNHA, D. T. Knowledge and risk perceptions of foodborne disease by consumers and food handlers at restaurants with different food safety profiles. **Food Research International**, v. 121, p. 845-853, 2019.

AUAD, L. I.; GINANI, V. C.; STEDEFELDT, E.; NAKANO, E. Y.; NUNES, A. C. S.; ZANDONADI, R. P. Food safety knowledge, attitudes, and practices of Brazilian food truck food handlers. **Nutrients**, v. 11, n. 1784, 2019. doi:10.3390/nu11081784

BEZERRA, I. N.; VASCONCELOS, T. M.; CAVALCANTE, J. B.; YOKOO, E. M.; PEREIRA, R. A.; SICHIERI, R. Evolução do consumo de alimentos fora do domicílio no Brasil de 2008–2009 a 2017–2018. **Rev. Saúde Pública**, v. 55 (suppl 1), n. 26, p. 1s-11s, 2021. <https://doi.org/10.11606/s1518-8787.2021055003221>

CASTELO BRANCO, N. S. D. **Análise da alimentação fora do domicílio de consumidores do centro comercial do Município do Rio de Janeiro - RJ**. [Tese]. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 2000.

CASTELO BRANCO, N. S. D.; SALAY, E. Attitude of consumers in relation to eating out in the commercial center of Rio de Janeiro, Brazil. **Food Service Research International**, v. 13, p. 57-65, 2001.

CATTANEO, F. R. A.; FREITAS, N. L.; VEIGA NETO, A. R.; SOUZA, L. A. Variáveis determinantes na escolha de restaurantes e lanchonetes universitárias. **Revista Eletrônica do Mestrado Profissional em Administração da UnP**, v. 12, n. 1, 2020.

CHESCA, A. C. Avaliação da temperatura das estufas de salgados de bares e lanchonetes do município de Uberaba, MG. *Hig. aliment.*, v. 14, n. 78/79, p. 87-89, 2000.

CLARO, R.M.; BARALDI, L.G.; MARTINS, A.P.B.; BANDONI, D. H.; LEVY, R.B. Trends in spending on eating away from home in Brazil, 2002-2003 to 2008-2009. **Cad Saude Publica**. v. 30, n. 7, p. 1418-1426, 2014. <https://doi.org/10.1590/0102-311X00176113>

CRUZ, A. G. da et al. A questão da higiene de manipuladores das lanchonetes localizadas ao redor do campus do CEFET/Química de Nilópolis, RJ. **Rev. Inst. Adolfo Lutz**, v. 62, n. 3, p. 245 - 248, 2003.

CUNHA, D. T.; STEDEFELDT, E.; ROSSO, V. V. The role of theoretical food safety training on Brazilian food handlers' knowledge, attitude and practice. **Food Control**, v. 43, p. 167-174, 2014.

FINGER, I. R. B. **Perfil dos consumidores de alimentos e bebidas em serviços de alimentação da cidade de Itaqui/RS**. [Trabalho de Conclusão de Curso]. Universidade Federal do Pampa, 2017.

GILIO, L.; JANK, M. S. A alta global do preço das commodities agropecuárias e a inflação dos alimentos. Insper, São Paulo, 13 mar. 2022. Disponível em: <https://www.insper.edu.br/noticias/a-alta-global-do-preco-das-commoditiesagropecuarias-e-a-inflacao-dos-alimentos/>. Acesso em: 05 jul. 2023.

GRÁCIA-ARNAIZ, M. **Somos lo que comemos**. Estudios de alimentación y cultura en España. Barcelona: Ariel, 2002, p. 241.
INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. Itanhaém. 2022. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/itanhaem/panorama>>. Acesso em 02 Jul. 2023.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. POF 2017-2018: Famílias com até R\$1,9 mil destinam 61,2% de seus gastos à alimentação e habitação. 2019. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/25598-pof-2017-2018-familias-com-ate-r-1-9-mil-destinam-61-2-de-seus-gastos-a-alimentacao-e-habitacao>>. Acesso em: 11 jun. 2023.

INSTITUTO FOODSERVICE BRASIL. Pesquisa CREST GS&NPD. São Paulo, SP: IFB; 2019. Disponível em: https://9647e778-371d-421b-9615-c5e4af4ae440.filesusr.com/ugd/05b30f_ae37323b694449a6bc5f62169e40d191.pdf?index=true Acesso em 07 maio 2023.

JEVSNIK, M.; HLEBEC, V.; RASPOR, P. Consumers' awareness of food safety from shopping to eating. **Food Control**, v. 19, p. 737–745, 2008.

JOMORI, M. M.; PROENÇA, R. P. C.; CALVO, M. C. M. Determinantes de escolha alimentar. **Rev. Nutr.**, v. 21, n. 1, p. 63-73, 2008.

JUSSAUME JÚNIOR, R.; JUDSON, D. H. Public perceptions about food safety in the United States and Japan. **Rural Sociology**, v. 57, n. 2, p. 235-249, 1992.

KORTE, I. V. Análise da inflação dos alimentos no período da pandemia de covid-19 no Brasil (2020-2022): causas e consequências no bem-estar da população. 2023. [Trabalho de Conclusão de Curso - Bacharel em Ciências Econômicas]. Universidade Federal de Santa Maria - UFSM, RS, 2023.

MESSIAS, G. M. **Aspectos higiênico-sanitários, manipuladores de alimentos, gerentes e consumidores:** situação das lanchonetes do tipo fast food da cidade do Rio de Janeiro, RJ. [Dissertação - Mestrado em Ciência e Tecnologia de Alimentos]. Instituto de Tecnologia, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica - RJ, 2007.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. Secretaria de Vigilância em Saúde. Surtos de doenças de transmissão hídrica e alimentar no Brasil. Informe 2022. Disponível em: <<https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-de-a-a-z/d/dtha/publicacoes/surtos-de-doencas-de-transmissao-hidrica-e-alimentar-no-brasil-informe-2022>>. Acesso em 20 set. 2023.

MOMESSO, A. P.; MATTÉ, M. H.; GERMANO, P. M. L. Avaliação das condições higiênico-sanitárias de restaurantes tipo self service, por quilo, do município de São Paulo, durante o período de distribuição de refeições. **Higiene Alimentar**, v. 19, n. 136, p. 81-89, 2005.

NASCIMENTO, A. J. P.; GERMANO, P. M. L.; GERMANO, M. I. S. Comércio ambulante de alimentos: Avaliação das condições higiênico-sanitárias na região central de São Paulo, SP. **Higiene Alimentar**, v. 18, n. 123, p. 42-48, 2004.

PARK, C. Efficient or Enjoyable? Consumer values of eating-out and fast-food restaurant consumption in Korea. **Hospitality Management**, v. 23, p. 87-97, 2004.

PORTO, M. A. L.; OLIVEIRA, A. M.; FAI, A. E. C.; STAMFORD, T. L. M. Coliformes em água de abastecimento de lojas fast-food da Região Metropolitana de Recife (PE, Brasil). **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 16, n. 5, p. 2653-2658, 2011.

PREFEITURA DE ITANHAÉM. Visite Itanhaém. Gastronomia. 2023a. Disponível em: <<https://www2.itanhaem.sp.gov.br/turismo/gastronomico.html>>. Acesso em 19 jul. 2023.

PREFEITURA DE ITANHAÉM. Visite Itanhaém. Dados gerais. 2023b. Disponível em: <<https://www2.itanhaem.sp.gov.br/turismo/sobrePages/dadoGerais.html>>. Acesso em: 19 jul. 2023.

PROENÇA, R. P. C. Alimentação e globalização: algumas reflexões. **Cienc. Cult.**, v. 62, n.4, 2010.

SANCHES, M.; SALAY, E. Alimentação fora do domicílio de consumidores do município de Campinas, São Paulo. **Revista de Nutrição**, v. 24, n. 2, p. 295-304, 2011.

SANTOS, V. M.; FERREIRA, L. C. Avaliação das condições higiênicossanitárias de lanchonete na cidade de Januária - MG. **Higiene Alimentar**, v. 30, n. 260/261, p. 55-59, 2016.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Como montar uma lanchonete**. 2023. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-lanchonete,8b187a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD#apresentacao-de-negocio>>. Acesso em 06 jun. 2023.

SIDOR, A.; RZYMSKI, P. Dietary choices and habits during COVID-19 lockdown: experience from Poland. **Nutrients**, v. 12, n. 6, p. 1657, 2020.

SNEED, J.; STROHBEHN, C. H. Trends impacting food safety in retail foodservice: Implications for dietetics practice. **Journal of the American Dietetic Association**, v. 108, p. 1170-1177, 2008.

TSE, A.C.B., SIN, L., YIN, F.H.K. How a crowded restaurant affects consumers attribution behavior. **Hospitality Management**, v. 21, p. 449-454, 2002.

UGGIONI, P. L. Atitude do consumidor em relação à certificação voluntária da segurança dos alimentos em restaurantes comerciais, município de Campinas - SP. [Tese]. Doutorado em Alimentos e Nutrição, Universidade de Campinas, 2011.

Weinstein, N. D. Optimistic biases about personal risks. **Science**, v. 246, n. 4935, p. 1232–1233, 1989.

APÊNDICE A – TCLE PARA OS CONSUMIDORES

Gostaríamos de convidá-lo (a) a participar, como voluntário (a), da pesquisa “**Conhecimento de consumidores e fatores para escolha de lanchonetes do município de Itanhaém-SP**”, conduzida pela estudante de tecnologia em alimentos **Raianny Mendes Bala**, e sob coordenação da **Prof^a. Dr^a. Mariana Schievano Danelon**, do Instituto Federal de Brasília – IFB, *Campus Gama*.

A pesquisa tem como **objetivo** identificar o conhecimento dos consumidores de alimentos sob aspectos de higiene e identificar os fatores que levam os consumidores a escolher uma determinada lanchonete para fazer uma refeição.

A **metodologia** da pesquisa envolve a entrevista com consumidores que quiserem participar do estudo, utilizando questionário específico, com perguntas sobre o conhecimento sobre aspectos de higiene na manipulação de alimentos.

Como **justificativa** para realizar a pesquisa, as condições em que os alimentos são preparados e servidos ao consumidor devem ser avaliadas periodicamente, a fim de se obter um alimento seguro ao consumidor. Os resultados podem trazer **benefícios** para a comunidade de forma geral e para a adoção de novas estratégias pelo setor de serviços de alimentação.

Vale registrar que todas as informações fornecidas pelas pessoas entrevistadas serão de caráter confidencial e se buscará garantir o sigilo e a privacidade de cada participante. A pesquisa possui **finalidade exclusivamente acadêmica**, e os resultados da pesquisa serão divulgados em congressos científicos e publicados em revistas especializadas, sem a divulgação do nome dos participantes, do nome ou do endereço do estabelecimento. Ainda assim, caso ocorra qualquer divulgação não intencional de informações particulares, as consequências serão tratadas nos termos da lei, com vista a minimizar qualquer dano causado ao participante. Destaca-se que você pode se recusar a participar da pesquisa em qualquer momento, sem que isso acarrete em qualquer penalidade ou prejuízo.

Para participar da pesquisa, você não terá despesas previstas. Caso alguma despesa extraordinária associada à pesquisa venha a ocorrer, você será ressarcido com recursos do orçamento do projeto. Caso você tenha algum prejuízo material ou imaterial em decorrência da pesquisa poderá solicitar indenização, de acordo com a legislação.

Em caso de dúvidas antes, durante ou após a realização da pesquisa, solicita-se entrar em contato com a estudante Raianny ou com a coordenadora da pesquisa, **Profa. Mariana Danelon**, pelos telefones (61) 2103-2250 e (61) 99986-2820, e-mail: raiannymendesbala@gmail.com ou mariana.danelon@ifb.edu.br, e/ou endereço: Setor de Múltiplas Atividades, Lote 1, Pte. Alta Norte, Gama/DF, CEP 72429-005, sala B003.

Os pesquisadores responsáveis comprometem-se a conduzir a pesquisa de acordo com o que preconiza a Resolução 466/12 de 12/06/2012, que trata dos preceitos éticos e da proteção aos participantes da pesquisa.

Após tomar ciência dessas informações sobre a pesquisa, caso concorde em participar, preencha seus dados e assine a seguir. O documento foi elaborado em duas vias, sendo que uma delas será disponibilizada a você.

Eu _____, RG _____, concordo livremente em participar da pesquisa.

Brasília, ____/____/____

Assinatura do participante

Assinatura da coordenadora da pesquisa

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO PARA ENTREVISTA COM OS CONSUMIDORES**PARTE 1 – IDENTIFICAÇÃO DO CONSUMIDOR**

1. Nome: _____

2. Qual o seu sexo?

() Masculino

() Feminino

() Outro

3. Qual é a sua idade?

() 18 a 25 anos

() 26 a 39 anos

() 40 a 59 anos

() Acima de 59 anos

4. Qual a sua escolaridade?

() Ensino Fundamental Incompleto

() Ensino Fundamental Completo

() Ensino Médio Incompleto

() Ensino Médio Completo

() Ensino Superior Incompleto

() Ensino Superior Completo

() Pós-graduação

5. Já realizou algum curso na área de alimentos?

() Sim

() Não (passe para a questão 7)

6. Se sua resposta foi “sim” na questão anterior, qual curso foi feito?

7. Qual a sua renda familiar mensal (é a soma dos rendimentos de todas as pessoas que moram com você no domicílio, te incluindo)?

() Até R\$ 1.302,00

() De R\$ 1.302,01 até R\$ 2.604,00

() De R\$ 2.604,01 até R\$ 3.906,00

- () De R\$ 3.906,01 até R\$ 5.208,00
 () De R\$ 5.208,01 até R\$ 6.510,00
 () Acima de R\$ 6.510,00
 () Não sei/não quero responder

8. Quantas pessoas moram com você no domicílio? _____

PARTE 2 – FREQUÊNCIA DE CONSUMO EM LANCHONETES

9. Nos últimos três meses, com que frequência você consumiu alimentos em lanchonetes da cidade?

- () Nunca (agradecer e finalizar a entrevista)
 () 1 vez por mês ou menos
 () 2 a 3 vezes por mês
 () 1 a 2 vezes por semana
 () 3 ou mais vezes por semana

10. Nos últimos três meses, qual a refeição que você realizou com mais frequência em lanchonetes? (Marcar apenas uma opção durante a semana e apenas uma em fins de semana)

Durante a semana	Em finais de semana
() Café da manhã	() Café da manhã
() Lanche da manhã (entre café e almoço)	() Lanche da manhã (entre café e almoço)
() Almoço	() Almoço
() Lanche da tarde (entre almoço e jantar)	() Lanche da tarde (entre almoço e jantar)
() Jantar	() Jantar
() Ceia	() Ceia
() Não frequentei lanchonetes	() Não frequentei lanchonetes

11. Nos últimos três meses, com que frequência você pediu alimentos de lanchonetes da cidade por aplicativo, por telefone ou por outros meios, para serem consumidos em sua casa?

- () Nunca
 () 1 vez por mês ou menos
 () 2 a 3 vezes por mês

() 1 a 2 vezes por semana

() 3 ou mais vezes por semana

PARTE 3 – FATORES QUE LEVAM À ESCOLHA DE LANCHONETES

As questões a seguir visam identificar os fatores que você leva em consideração para frequentar lanchonetes na cidade de Itanhaém.

12. Indique o quanto você costuma observar os aspectos a seguir, em uma escala de 1 a 5 (sendo 1 = nunca e 5 = sempre), quando você frequenta lanchonetes

DURANTE A SEMANA:

Preço	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentei
Aparência do estabelecimento	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentei
Rapidez do atendimento	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentei
Sabor dos alimentos	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentei
Variedade do cardápio	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentei
Tamanho das porções	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentei
Temperatura de comercialização dos produtos	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentei
Higiene do	()	() 2 -	() 3 -	() 4-	()	()

local	1 - Nunca	Pouco frequentemente	Moderadamente frequentemente	Muito frequentemente	5- Sempre	Não frequentei
Higiene dos funcionários	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentei
Localização do estabelecimento	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentei
Presença de alvará sanitário no estabelecimento	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentei
Cordialidade do atendimento	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentei
Indicação de amigos	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentei
Reputação do estabelecimento	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentei
Quantidade de consumidores presentes no local	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentei
Local para se sentar	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentei

13. Indique o quanto você costuma observar os aspectos a seguir, em uma escala de 1 a 5 (sendo 1 = nunca e 5 = sempre), quando você frequenta lanchonetes **EM FINS DE SEMANA**:

Preço	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentemente
Aparência do estabelecimento	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentemente
Rapidez do atendimento	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentemente
Sabor dos alimentos	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentemente
Variedade do cardápio	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentemente
Tamanho das porções	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentemente
Temperatura de comercialização dos produtos	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentemente
Higiene do local	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentemente
Higiene dos funcionários	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentemente
Localização do estabelecimento	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentemente

Presença de alvará sanitário no estabelecimento	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentemente
Cordialidade do atendimento	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentemente
Indicação de amigos	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentemente
Reputação do estabelecimento	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentemente
Quantidade de consumidores presentes no local	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentemente
Local para se sentar	() 1 - Nunca	() 2 - Pouco frequentemente	() 3 - Moderadamente frequentemente	() 4- Muito frequentemente	() 5- Sempre	() Não frequentemente

PARTE 4 – PERCEPÇÃO DE RISCO DOS CONSUMIDORES

As questões a seguir visam identificar os riscos que você percebe na manipulação dos alimentos. Responda as questões utilizando uma escala de 0 a 10, onde os extremos são:

0 = Nenhum risco

5 = Risco mediano

10 = Risco extremamente alto

13. Qual é a chance de você apresentar dores abdominais e/ou vômito (sintomas de uma doença veiculada por alimentos) depois de consumir alimentos preparados por você, na sua casa?

Nota: _____

14. Qual é a chance de você apresentar dores abdominais e/ou vômito (sintomas de uma doença veiculada por alimentos) depois de consumir alimentos na lanchonete que você mais costuma frequentar na cidade?

Nota: _____

15. Qual é a chance de você apresentar dores abdominais e/ou vômito (sintomas de uma doença veiculada por alimentos) depois de consumir alimentos em outra lanchonete da cidade?

Nota: _____

16. Qual é a chance de você apresentar dores abdominais e/ou vômito (sintomas de uma doença veiculada por alimentos) depois de pedir alimentos de uma lanchonete por aplicativo ou por telefone e consumir os alimentos na sua casa?

Nota: _____

PARTE 5 – CONHECIMENTO SOBRE ASPECTOS DE SEGURANÇA DO ALIMENTO

As questões a seguir visam identificar seu conhecimento sobre a manipulação dos alimentos. Responda indicando “sim”, “não” ou “não sei”, de acordo com seu conhecimento.

17. Usar adornos como brincos, anéis, relógios e outros, pode favorecer a contaminação dos alimentos.

- () Sim
- () Não
- () Não sei

18. A água pode ser um veículo de transmissão de doenças, mas quando transformada em gelo, o risco de transmissão de doenças é menor.

- () Sim
- () Não
- () Não sei

19. A forma correta de higienizar as mãos, para evitar a contaminação dos alimentos, é lavá-las em água corrente, usar detergente neutro e secar com papel.

- () Sim
- () Não
- () Não sei

20. O contato entre alimentos crus e cozidos, como o uso de alface na decoração de porções de batatas fritas, possibilita a contaminação desses alimentos.

- () Sim
- () Não
- () Não sei

21. Usar leite um dia após a data de vencimento é um risco para a saúde.

- () Sim
- () Não
- () Não sei

22. Alimentos impróprios para consumo sempre apresentam mau cheiro e sabor de estragado.

- Sim
- Não
- Não sei

23. O consumo de carne mal cozida pode levar a doenças transmitidas por alimentos que podem causar vômitos e diarreia.

- Sim
- Não
- Não sei

24. Lavar os legumes e deixá-los de molho em água com vinagre é suficiente para que o alimento fique seguro para o consumo.

- Sim
- Não
- Não sei

25. O descongelamento de alimentos pode ser feito em um recipiente com ou sem água sobre a pia, mesa ou bancada.

- Sim
- Não
- Não sei

26. Um manipulador de alimentos com doenças como diarreia, gripe e dor de garganta representa risco de contaminação dos alimentos.

- Sim
- Não
- Não sei