

ALIMENTAÇÃO COLETIVA EM PORTUGAL - CARACTERIZAÇÃO DOS CONSUMIDORES E ANÁLISE DOS PROBLEMAS E SOLUÇÕES DO SETOR

A.O.
ARTIGO ORIGINAL

FOOD SERVICE IN PORTUGAL - CHARACTERIZATION OF
CONSUMERS AND ANALYSIS OF PROBLEMS AND SOLUTIONS
IN THE SECTOR

Carmen Costa¹  ; Cláudia Viegas²  ; Ada Rocha¹ 

RESUMO

INTRODUÇÃO: A Alimentação Coletiva tem como objetivo o fornecimento de refeições nutricionalmente equilibradas, seguras e sustentáveis. O setor tem vindo a sofrer profundas alterações na sua atividade.

OBJETIVOS: Caracterizar os consumidores dos serviços de Alimentação Coletiva em Portugal e avaliar a sua perceção acerca dos problemas e potenciais soluções para o setor.

METODOLOGIA: O estudo incidiu sobre a população portuguesa, maior de idade e utilizadores de serviços de Alimentação Coletiva. Foi aplicado um inquérito por questionário, no formato *online* e em papel, em 2020 e 2021. A versão *online* foi divulgada por *e-mail*, através das redes sociais, em unidades de Alimentação Coletiva de várias empresas e em entidades do ramo, e a versão em papel foi enviada para distribuição preferencial em algumas empresas de Alimentação Coletiva.

RESULTADOS: Os consumidores dos serviços de Alimentação Coletiva em Portugal são maioritariamente mulheres, portuguesas, com idades entre os 26 e os 55 anos, com formação superior, casadas ou a viver em união de facto e com um agregado familiar de 3-4 elementos. A maioria dos consumidores está satisfeita com os serviços de Alimentação Coletiva e é consumidora destes serviços há mais de 10 anos. Tanto os problemas como as principais soluções identificadas pelos consumidores concentram-se nos produtos ou serviços disponibilizados, nomeadamente na qualidade (por exemplo, no equilíbrio nutricional) e variedade oferecidos. Destacam-se também as sugestões de introdução de novos produtos ou serviços, nomeadamente mais saudáveis. Também foram muito mencionados os problemas/sugestões relacionados com os recursos humanos, como as dificuldades no recrutamento e a importância da formação.

CONCLUSÕES E ORIGINALIDADE: O estudo caracteriza o consumidor dos serviços de Alimentação Coletiva em Portugal, para além de endereçar os problemas por si identificados, tal como eventuais soluções para a sua resolução, sempre com especial foco na melhoria da qualidade dos serviços e produtos da Alimentação Coletiva e na satisfação do consumidor nesta indústria.

PALAVRAS-CHAVE

Alimentação Coletiva, Consumidores, Portugal, Problemas, Soluções

ABSTRACT

INTRODUCTION: Food Service aims to provide nutritionally balanced, safe, and sustainable meals. This sector has undergone significant changes in its operations.

OBJECTIVES: To characterize the consumers of Food Service in Portugal and assess their perception of the sector's issues and potential solutions.

METHODOLOGY: The study focused on the Portuguese population, aged 18 or older, who are users of Food Service. A Questionnaire survey was conducted in both online and paper formats in 2020 and 2021. The online version was disseminated via email, social media, Institutional Food Service of various companies and sector-related organizations, whereas the paper version was sent for preferential distribution in some Institutional Food Service companies.

RESULTS: Consumers of Food Service in Portugal are predominantly women, Portuguese nationals, aged between 26 and 55, with higher education, married or in a de facto union, and living in households of three to four members. Most consumers are satisfied with Food Service and have been using them for over ten years. The main concerns and solutions identified by consumers revolve around the products or services provided, particularly regarding quality (e.g., nutritional balance) and variety. There is also a notable demand for the introduction of new and healthier products or services. Additionally, issues and suggestions related to human resources were frequently mentioned, such as recruitment difficulties and the importance of staff training.

CONCLUSIONS/ORIGINALITY: This study characterizes Food Service consumers in Portugal, addressing the challenges and potential solutions to improve the sector, with an emphasis on enhancing service quality and ensuring consumer satisfaction.

KEYWORDS

Food Service, Consumers, Portugal, Issues, Solutions

¹ Faculdade de Ciências de Nutrição e Alimentação da Universidade do Porto, Rua do Campo Alegre, n.º 823, 4150-180 Porto, Portugal

² Escola Superior de Tecnologia da Saúde de Lisboa, Av. Dom João II Lote 4.69 01, 1990-096 Lisboa, Portugal

*Endereço para correspondência:

Carmen Costa
Faculdade de Ciências de Nutrição e Alimentação da Universidade do Porto, Rua do Campo Alegre, n.º 823, 4150-180 Porto, Portugal
carmen_costa@hotmail.com

Histórico do artigo:

Recebido a 5 de março de 2025
Aceite a 29 de setembro de 2025

INTRODUÇÃO

A Alimentação Coletiva (AC) inclui todos os estabelecimentos abertos a um público-alvo definido, produzindo e distribuindo refeições para grupos de consumidores em vários setores (empresarial, do ensino, da saúde e social), públicos e privados (1, 2). A AC diverge da alimentação pública pelo facto de cumprir uma missão de serviço social e de saúde pública (3).

O objetivo deste setor é fornecer refeições nutricionalmente equilibradas, seguras e sustentáveis, compatíveis com as condições financeiras e contratuais da instituição cliente e adequada ao consumidor (4, 5). A confeção das refeições deve ser realizada de forma a respeitar os procedimentos relacionados com a higiene e segurança dos alimentos, os custos de funcionamento, assim como os aspetos nutricionais, sensoriais e de sustentabilidade (6). Por conseguinte, a AC engloba todas as etapas do processo produtivo, desde a receção até à distribuição de refeições ao consumidor (7). Apesar das tendências apontarem para o aumento do número de refeições nos serviços de AC, a difícil conjuntura socioeconómica parece estar a influenciar uma redução na sua utilização (8). Embora seja evidente uma menor frequência no consumo das refeições fora de casa, esta mudança não implica necessariamente uma maior adesão a refeições caseiras, mas pode refletir a procura por alternativas, como outros tipos de serviços de refeições, ou a opção de levar alimentos preparados em casa para o local de trabalho ou estabelecimento de ensino (8). Neste contexto, as empresas de AC enfrentam o desafio de atrair mais clientes e fidelizá-los (9). O setor depara-se ainda com muitos outros desafios, relacionados com a complexidade do sistema alimentar, a alimentação sustentável, o desperdício alimentar, as múltiplas preferências dos consumidores, as novas tendências do mercado, entre outros (9).

Apesar destes desafios, o setor da AC conta também com diversas oportunidades, como é o caso do incentivo à saúde (10) e do desenvolvimento tecnológico, que favoreceu o crescimento da AC, as quais poderão ajudar a ultrapassar determinados desafios (7). É importante manter uma reputação positiva do setor de AC, baseada na projeção de uma imagem ciente da extrema importância na saúde pública e na sustentabilidade dos serviços fornecidos aos consumidores (11). Neste sentido, as empresas de AC devem satisfazer e tentar superar as expectativas dos consumidores. É fundamental conhecer a perceção do consumidor para garantir que o serviço é devidamente adaptado às suas necessidades e expectativas, resultando consequentemente no aumento de vendas (6, 11). Os dados recolhidos sobre os consumidores auxiliam na identificação das oportunidades e conhecer o comportamento do consumidor é imprescindível para a orientação dos serviços de AC, especialmente em locais onde os indivíduos se alimentam diariamente (12).

OBJETIVOS

Caracterizar os consumidores dos serviços de AC em Portugal, reunindo os dados sociodemográficos para delinear um perfil geral dos consumidores deste setor e avaliar a perceção dos consumidores acerca dos problemas/desafios e eventuais soluções/alterações propostas para o setor, no sentido de orientar estratégias futuras a implementar para manter o seu crescimento e competitividade.

METODOLOGIA

O presente estudo é de desenho descritivo transversal e a população em estudo é a população portuguesa, com idade superior a 18 anos, que seja ou tenha sido consumidora num serviço de AC de Portugal. Para a recolha de dados aplicou-se um inquérito por questionário, que

foi divulgado em versão *online* (via *e-mail*, através das redes sociais – *Facebook*, *Instagram* e *LinkedIn*, junto de unidades de AC de várias empresas e entidades do ramo), disponibilizado através da plataforma digital *LimeSurvey*®, e, em papel, em unidades de AC de várias empresas privadas. Este estudo avaliou exclusivamente consumidores de refeitórios concessionados, assegurando que os dados coletados refletissem as condições específicas dessas unidades. O inquérito foi aplicado em escolas, estabelecimentos de ensino superior, estruturas residenciais para idosos, instituições de acolhimento, unidades de saúde, empresas, entre outros, tanto do setor público como privado. A recolha de dados ocorreu entre julho e outubro de 2020 e entre março e agosto de 2021, sendo os questionários em papel posteriormente inseridos na plataforma pela investigadora principal e dois auxiliares devidamente treinados. Todas as questões sem resposta foram consideradas na opção “Não sei/Não respondo”. Durante o processo garantiu-se o anonimato e a confidencialidade dos dados.

A análise estatística incluiu o cálculo das medidas de estatística descritiva (frequências absolutas, frequências relativas). A normalidade dos dados foi verificada através do teste de *Shapiro-Wilk* e para a comparação de médias foram utilizados os testes de *Mann-Whitney* e *Kruskal-Wallis*. O nível de significância para rejeitar a hipótese nula foi fixado em $\alpha \leq 0,05$. Para a análise dos dados das respostas abertas realizou-se, *a priori*, um processo de categorização baseado na similitude das respostas obtidas pelos inquiridos. A análise considerou todas as referências mencionadas, assim como o número de vezes que eram mencionadas (isto é, uma resposta pode ter várias referências e ser considerada mais do que uma vez). Posteriormente, as respostas foram agrupadas em áreas de intervenção, que se decompõem em categorias e subcategorias.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Caracterização Sociodemográfica da Amostra

A amostra do estudo, composta por 1900 indivíduos, é maioritariamente feminina (95%), de nacionalidade portuguesa (95%), com idades entre os 26 e 55 anos (67%) e formação superior (56%). A maior parte é casada ou vive em união de facto (46%), integrando um agregado familiar com 3 a 4 elementos (53%). Os inquiridos residem na zona Norte (37%), na área metropolitana de Lisboa (37%) e na zona Centro do país (36%). A amostra é semelhante à de outros estudos nacionais e internacionais sobre serviços de AC, designadamente nos aspetos relativos à idade, sexo, habilitação académica e região de residência (13-15).

Experiência como Consumidores em Alimentação Coletiva

A maioria dos inquiridos é ou tinha sido consumidora em AC por um período superior a 10 anos (52%), com alguns consumidores regulares, numa média de 5 dias por semana (42%), em refeitórios do setor público (74%). O estudo desenvolvido por Fitzgerald *et al.* (8) evidenciou também a forte adesão dos consumidores aos refeitórios do setor público para realizar as suas refeições, especialmente no setor do ensino e nas empresas (local de trabalho), dados semelhantes aos obtidos neste estudo.

A maioria dos consumidores tem apenas experiência num dos três setores de atividade (53%), nomeadamente em estabelecimentos do ensino superior (55%), escolas primárias, básicas/secundárias (53%) e em unidades de saúde (52%). Tratando-se de estabelecimentos que a maioria dos indivíduos frequenta ao longo da vida, consideram-se os dados obtidos como sendo expectáveis (16).

Os principais motivos referidos pelos consumidores para usufruírem dos serviços de AC foram: 1) facilidade ou conveniência (49%); 2) relação

qualidade-preço (36%); 3) falta de tempo para se deslocar a outro local (31%); 4) hábito ou rotina (23%); 5) por obrigação (22%); e 6) falta de opções para as refeições (22%) (Figura 1). Os resultados obtidos vão de encontro aos do estudo conduzido na Polónia por Czarniecka-Skubina *et al.* (14), que evidencia que os quatro principais motivos para os participantes frequentarem o refeitório das suas empresas são: a proximidade do local de atividade, o preço, a qualidade do serviço e os hábitos. De forma semelhante, os dados publicados por Lima (17) apontam o preço (22,5%), a qualidade das refeições (20,7%) e a localização/distância (16,5%) como fatores determinantes na escolha do local de almoço, reforçando que o consumo em refeitórios está relacionado, de forma geral, com o tempo, a conveniência e o preço. Dos inquiridos, cerca de 71% (n=1 349) era consumidora em serviços de AC aquando da realização deste estudo, a grande maioria num único setor de atividade (89%), principalmente em unidades de saúde e estabelecimentos de acolhimento (63%). Estes dados são congruentes com os dados encontrados no *Syndical National de la Restauration Collective*, que salienta que a maioria das refeições servidas em AC remetem para o setor da saúde e social (45%) (18). No entanto, segundo as estatísticas europeias, mais de uma em cada quatro refeições é feita num refeitório de uma escola, uma em cada duas refeições é feita no local de trabalho e apenas mais de uma em cada dez refeições é feita nos setores da saúde e social (19).

A maioria dos consumidores encontrava-se em geral satisfeita com os serviços de AC que tinha disponíveis (75%), principalmente os indivíduos menos escolarizados ($p=0,046$) e os residentes na região Norte comparativamente aos residentes em Lisboa ($p=0,032$). Estudos anteriores (9, 20) indicam que indivíduos menos escolarizados podem estar mais satisfeitos devido a expectativas diferenciadas em relação aos serviços ou a uma menor exposição a padrões de qualidade mais elevados em alimentação fora do lar.

Com base na satisfação reportada pelos inquiridos pode inferir-se que as empresas de AC estão a cumprir os seus objetivos de qualidade na prestação de serviços. Constatções idênticas foram já reportadas por Bernardino e Tavares (20), no contexto de jardins de infância e escolas, e por Torres (9) no contexto hospitalar. O estudo de Torres (9) também reportou uma satisfação superior com o serviço de AC por parte dos consumidores menos qualificados, o que evidencia a necessidade de as empresas deste setor terem ainda mais atenção à análise da satisfação dos consumidores, especialmente no caso de unidades de

alimentação com consumidores com níveis de escolaridade superiores. De facto, estes últimos tendem a apresentar padrões de exigência mais altos, possivelmente devido à maior consciência sobre alimentação saudável e qualidade dos serviços (9, 20).

Problemas/Desafios da Alimentação Coletiva

Do total de inquiridos, 32% (n=601) referiu problemas ou desafios para as empresas de AC em Portugal, obtendo-se 1998 referências que foram agrupadas em seis áreas de intervenção (Figura 2). A maioria dos problemas ou desafios referidos pelos consumidores estão enquadrados na área dos produtos ou serviços (193%; 1157 referências). De referir que ter dados precisos dos problemas identificados pelos consumidores é extremamente importante para se poder delinear estratégias para a melhoria e desenvolvimento dos serviços do setor, no sentido de fornecer produtos e serviços congruentes com as preferências e expectativas dos consumidores (20). Na área dos produtos ou serviços (193%), os problemas mais referidos pelos consumidores enquadram-se na qualidade (75%), na variedade (26%) e na sustentabilidade ambiental (22%). Relativamente à qualidade, inclui-se a qualidade dos serviços (16%), dos produtos (10%) e das refeições (45%). Na qualidade das refeições, o equilíbrio nutricional foi o parâmetro mais mencionado (23%), nomeadamente os problemas de excesso de cereais e derivados, excesso de gordura e insuficiência de hortícolas. A qualidade alimentar é o parâmetro que mais frequentemente gera insatisfação entre os consumidores, estando frequentemente associada a refeições menos saudáveis, com alto teor de sal, açúcar, fritos e produtos processados, que não oferecem uma qualidade nutricional elevada nas refeições da AC nem satisfazem a procura por um equilíbrio nutricional por parte dos consumidores (9, 21, 22).

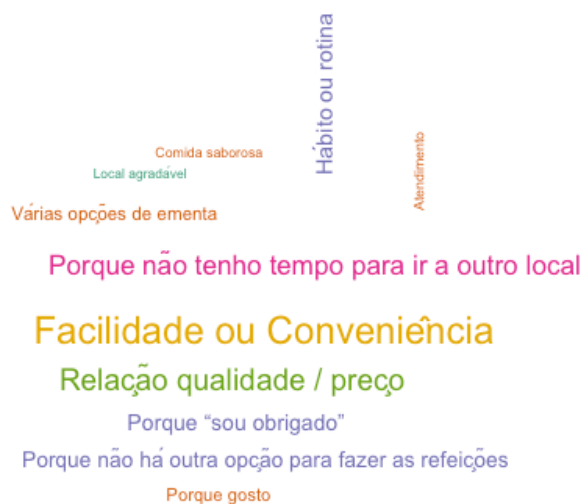
Relativamente à variedade, o parâmetro mais mencionado foi o da variedade das refeições, sendo que as ementas limitadas e monótonas são geralmente referidas como uma limitação em AC. No entanto, a falta de variedade nas refeições pode resultar não da limitação de refeições que são disponibilizadas, mas da forma como estas refeições são combinadas e apresentadas nas ementas (23). Verifica-se também uma tendência para que muitos consumidores sigam uma rotina alimentar, optando frequentemente pelos mesmos pratos no processo de decisão, mesmo quando a ementa oferece diferentes opções, levando à perceção de falta de variedade, apesar da diversidade de refeições realmente oferecida (23).

Relativamente à sustentabilidade ambiental, o parâmetro mais mencionado é o desperdício alimentar. O controlo desse desperdício pode ser alcançado através da adequação das quantidades servidas (capitações), da correta estimativa do número de refeições necessárias e da procura de alternativas para as sobras, evitando o descarte direto no lixo (24). A existência de desperdício alimentar reflete também falhas em diferentes etapas do processo, desde a escolha de refeições que atendam às necessidades e expectativas da população-alvo, a seleção dos fornecedores e respetivas matérias-primas, até à preparação dos alimentos e serviços das refeições (24).

Na área dos novos produtos e serviços (43%), os principais problemas evidenciados pelos inquiridos remetem para novas refeições, especialmente para refeições saudáveis, refeições para culturas alimentares específicas (devido a restrições alimentares ou nutricionais) e refeições vegan. Atualmente, existe uma ampla gama de produtos alimentares/dietéticos, que permitem a produção de refeições adequadas a vários tipos de restrições relacionadas com a alimentação, sendo que a falta tanto destas dietas especiais como de opções vegetarianas e/ou vegans já estava identificada em AC desde

Figura 1

Motivos para a utilização de Alimentação Coletiva em Portugal (n=1 900)



2017, altura em que a disponibilização de opções vegetarianas ou veganas nas ementas diárias nos refeitórios do setor público passou a ser obrigatória (3, 25).

Na área dos recursos humanos (30%) os inquiridos mencionaram o nível do grau de qualificação. De facto, a AC caracteriza-se por serviços de baixo custo e consequentemente uma mão-de-obra massiva não qualificada, tendo em consideração as características do trabalho, por norma não existem requisitos quanto ao grau de escolaridade (14). Contudo, há uma busca permanente das empresas de AC por recursos humanos o mais qualificados possível.

A contratação de recursos humanos devidamente qualificados é crucial para o sucesso das estratégias de melhoria da AC, pois esses profissionais são fundamentais para garantir a execução adequada das tarefas relacionadas com a segurança alimentar, a oferta de refeições saudáveis e sustentáveis e a criação de opções mais apelativas (26). A oferta de formações específicas na área da AC, através de estágios e programas de formação nos locais de trabalho, pode aumentar a predisposição das pessoas para entrar no mercado de trabalho nesta área (27). É essencial também que as empresas de AC valorizem e incentivem a progressão na carreira dos seus colaboradores, por exemplo, com a criação de planos de carreira estruturados (27).

Propostas de Soluções para a Alimentação Coletiva

Do total de inquiridos, 27% (n=510) sugeriu soluções para a melhoria dos serviços na AC em Portugal, tendo-se obtido 1661 referências que foram agrupadas também em seis áreas de intervenção (Figura 2). Similarmente aos problemas/desafios identificados, a maioria das soluções referidas pelos inquiridos remete para a área dos produtos ou serviços (197%). A nível dos parâmetros mais mencionados nesta área, estes remetem para a qualidade (76%), a variedade (35%) e o ambiente físico (25%).

No contexto da qualidade, inclui-se a qualidade das refeições, dos produtos e dos serviços. Na qualidade das refeições destaca-se o equilíbrio nutricional, tendo sido sugerida a inclusão de mais hortícolas, menos fritos, menos gordura, menos sal, menos açúcar, evitar produtos processados e utilizar pratos mais simples. A qualidade alimentar é o aspeto que os inquiridos mais referem precisar de melhorias, sendo a qualidade nutricional cada vez mais uma prioridade, com a crescente necessidade de adoção de estilos de vida saudáveis (11).

Na área da AC tem-se verificado uma procura crescente por alimentos naturais, produzidos sem recurso a adubos químicos ou pesticidas, frescos ou minimamente processados (28). Durante a pandemia de COVID-19 verificou-se a diminuição do consumo de sal, gorduras e/ou óleos, doces e sumos de frutas, aumentando o consumo de leguminosas e de hortofrutícolas (29, 30).

A adesão à dieta mediterrânea, que promove um padrão alimentar saudável, aumentou durante o confinamento, refletindo uma maior procura por refeições de qualidade e nutritivas (29, 30). Esta tendência está alinhada com os desafios propostos pela EAT-Lancet, que destacam a necessidade de reduzir o consumo de produtos de origem animal e aumentar a inclusão de hortícolas e leguminosas na dieta. Esta mudança de comportamento apresenta um grande potencial para influenciar o setor de AC a longo prazo, visto que os consumidores, agora mais conscientes sobre a importância de uma alimentação equilibrada, podem continuar a procura opções saudáveis e sustentáveis (29,30). Assim, as empresas de AC terão de adaptar-se, oferecendo menus mais variados e nutritivos, alinhando-se com as recomendações de saúde pública (29, 30).

No que concerne às sugestões relativas à variedade, os inquiridos destacaram o aumento da variedade das refeições, entre as quais também nas refeições vegetarianas e nas refeições vegan. Na Europa, 30% dos consumidores refere que, após a pandemia, sente ser mais importante comer refeições com uma maior variedade de alimentos na sua composição (31). Assim, também o planeamento das refeições vegetarianas e vegan deve englobar ingredientes, modos de preparação, métodos de confeção e formas de apresentação variadas. Existem evidências que comprovam que um padrão alimentar rico em alimentos de origem vegetal, com menor quantidade de alimentos de origem animal, especialmente carne vermelha, é mais saudável, para além de estar associado a um menor impacto no meio ambiente (32). A nível da saúde pública, as dietas vegetarianas são mais ricas em fatores de proteção, conduzindo à diminuição da exposição a fatores considerados nocivos, como as gorduras saturadas (33).

A nível da envolvimento física, os inquiridos destacaram as soluções relacionadas com o espaço de sala e o ambiente em geral. Os inquiridos sugerem que o espaço da sala seja modernizado, compreendendo espaços maiores e multifuncionais, com temperatura controlada e com espaços de sala exteriores, e que o ambiente seja calmo, tranquilo e mais acolhedor (menos ruidoso e com menos gente). Um dos grandes pilares de um serviço de alimentação é o ambiente gerado por todo o conjunto humano e físico (34). Logo, as empresas de AC e as suas instituições clientes devem prestar mais atenção à qualidade dos espaços de sala, tanto interiores como exteriores, para que possam proporcionar uma atmosfera relaxante e confortável (23, 26).

Atentando à área dos novos produtos ou serviços (63%), os inquiridos sugerem novas refeições, novos produtos e novos serviços. As principais novas refeições sugeridas são refeições saudáveis e refeições vegetarianas e veganas. Os principais novos produtos sugeridos remetem para o uso de produtos regionais ou locais e os principais novos serviços sugeridos estão associados ao serviço com

Figura 2

Áreas nas quais as empresas de Alimentação Coletiva em Portugal enfrentam problemas ou desafios (n=601) VS. Áreas propostas pelos consumidores para melhorar a Alimentação Coletiva em Portugal (n=510)



refeições personalizadas, ao serviço de *takeaway* e ao serviço de conveniência. Diversos autores salientam que aumentar a oferta de refeições saudáveis envolve não apenas o aumento da disponibilidade de pratos nutritivos e equilibrados, mas também a diversificação dos ingredientes utilizados, como a inclusão de alimentos ricos em nutrientes específicos e a reformulação das receitas para reduzir o teor de gordura, sal e açúcar (35). Além disso, outra estratégia importante é fornecer informações detalhadas sobre a composição nutricional dos pratos, através de rótulos ou plataformas digitais, permitindo que os consumidores façam escolhas mais conscientes e ajustadas às suas necessidades de saúde (28, 35, 36).

A crescente procura por fornecedores locais reflete a tendência de valorizar produtos de proximidade, que não garantem apenas a frescura e qualidade, mas também contribuem para a sustentabilidade ambiental e social, reduzindo a pegada de carbono associada ao transporte e apoiando a economia local (36). Este movimento em direção a ingredientes regionais também pode ser explorado como um diferencial competitivo pelas empresas, oferecendo aos consumidores uma conexão com a cultura e tradições gastronómicas da sua região. No que diz respeito à conveniência, continua a ser um dos fatores mais influentes na escolha dos consumidores, apesar de o consumo de refeições de *takeaway* aparentemente satisfazer mais as necessidades e se adequar melhor à noção de conveniência do consumidor (36). O serviço de *takeaway*, por exemplo, adequa-se bem às exigências de praticidade dos clientes, podendo oferecer refeições rápidas e acessíveis sem sacrificar a qualidade (36). Já a personalização, um dos maiores desafios na AC, pode ser abordada através de sistemas digitais que permitam aos consumidores ajustar ingredientes e porções conforme as suas preferências (36). No entanto, equilibrar essa flexibilidade com a eficiência operacional do serviço continua a ser um obstáculo, visto que a AC tradicionalmente opera em grande escala, o que dificulta o atendimento a necessidades e preferências individuais (36).

Na área dos recursos humanos (34%), os inquiridos referiram mais frequentemente o parâmetro da qualidade dos recursos humanos, sugerindo o aumento do grau de qualificação dos recursos humanos e a contratação de mais nutricionistas para os quadros na AC; e ainda a necessidade da sua formação. A formação profissional é muito importante para uma boa prestação de serviços, seja ela providenciada externamente ou no próprio estabelecimento, principalmente nas profissões que implicam contacto com o público e nas que envolvem a preparação e confeção de refeições (37). Quanto aos nutricionistas, é fundamental pelo menos a existência de um profissional desta área como elemento da equipa de gestão das unidades de alimentação, tendo em consideração que domina conhecimentos na área da alimentação e nutrição que auxilia no planeamento de ementas seguras, saudáveis, saborosas e sustentáveis (38, 39). Em Portugal, as empresas de AC são as responsáveis pela gestão e formação dos seus recursos humanos (40). A implementação de programas de formação, unindo todo o setor, representaria uma mais-valia para todos.

Propostas de alteração vs. Problemas

21% dos inquiridos responderam a ambas as questões, sendo as áreas referidas as mesmas, mas com frequências relativas percentuais diferentes. As três áreas que identificaram como sendo as mais problemáticas e para as quais sugeriram mais soluções foram: produtos/serviços, novos produtos/serviços e recursos humanos. Na área dos produtos e serviços, em ambas as questões os parâmetros mais referidos foram a qualidade dos produtos ou serviços (75% e 76%) e a variedade (26% e 35%). O terceiro problema mais

mencionado foi a sustentabilidade ambiental (22%), enquanto nas soluções foi o ambiente físico (25%).

Na área dos novos produtos ou serviços, destacam-se as sugestões de novas refeições, nomeadamente as refeições saudáveis, que incluem pratos com baixo teor de gordura, sal e açúcar, feitos com ingredientes frescos e naturais, preferencialmente de origem local e sazonal. Com base em diversos estudos, as tendências de consumo na restauração consistiam justamente em opções alimentares saudáveis, variadas, com a qualidade assegurada, económicas e práticas (41). A todas estas tendências acrescentar-se-ia, agora, com base neste estudo, as preocupações com a sustentabilidade alimentar e o ambiente físico. Na área da qualidade dos recursos humanos, os consumidores destacam, a importância da formação dos recursos humanos, e enquanto problema as dificuldades de recrutamento.

CONCLUSÕES

A amostra deste estudo é composta maioritariamente por mulheres portuguesas, com formação superior, casadas ou em união de facto, com agregados familiares de três ou quatro elementos. Residem maioritariamente na zona Norte, área metropolitana de Lisboa e no centro do país. A maioria são consumidores habituais, frequentes e experientes em AC com 10 ou mais anos de experiência. Utilizam maioritariamente refeitórios do setor público, principalmente em unidades de saúde e estabelecimentos de acolhimento. As principais razões de utilização são a facilidade, conveniência e relação qualidade preço. Indicaram como área prioritária de intervenção a qualidade e variedade dos serviços. Encontram-se como possíveis soluções para melhorar os serviços de AC em geral as seguintes medidas: melhorar a qualidade das refeições em termos de equilíbrio nutricional; oferecer uma maior variedade de refeições, incluindo refeições vegetarianas; melhorar a imagem, o espaço da sala e o ambiente do refeitório, oferecendo um local confortável e com ambiente acolhedor para a realização das refeições; incluir informação mais detalhada sobre as refeições nas ementas; aderir a práticas mais sustentáveis na produção das refeições; refinar os serviços para a possibilidade de refeições mais personalizadas; melhorar a qualificação dos recursos humanos; e avaliar continuamente a opinião dos consumidores e agir em conformidade.

CONFLITO DE INTERESSES

Nenhum dos autores reportou conflito de interesses.

CONTRIBUIÇÃO DE CADA AUTOR PARA O ARTIGO

CC: Desenho do estudo, tratamento e análise de dados, edição do artigo; AR e CV: Revisão e correção do estudo e artigo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Costa D. Trabalhadores de Unidades de Alimentação Coletiva: Principais fatores de risco/riscos ocupacionais, doenças profissionais e medidas de proteção recomendadas. *Revista Portuguesa de Saúde Ocupacional online*. 2024;17:esub0434. <https://doi.org/10.31252/RPSO.31.01.2024>.
- Brito HHM, Faustino MLM, Figueiredo TC, Seabra LMJ, Rolim PM. Conexões entre a atuação do nutricionista e o alcance das metas de desenvolvimento sustentável para promoção da saúde e bem-estar do trabalhador em Serviços de Alimentação. *Nutrivisa*. 2024;11(1):e13497. <https://doi.org/10.52521/nutrivisa.v11i1.13497>.
- Le Syndical National de la Restauration Collective. FAQ [Internet]. Paris: SNRC; [citado em 2022 Jul 27]. Disponível em: <https://www.snrc.fr/le-snrc/faq-snrc/>.
- Nogueira JP, Hatjiathanassiadou M, Strasburg VJ, Rolim PM, Seabra LMAJ. Restaurantes de instituições públicas de ensino: Um olhar sobre o desempenho ambiental e condições Higiênicossanitárias. *Saúde Ambient*. 2021;8(3):265-278. <https://doi.org/10.17564/2316-3798.2021v8n3p265-278>.

5. Reis ICP. Evolução da percepção dos consumidores sobre a alimentação coletiva após a implementação de um serviço de alimentação saudável e sustentável [dissertação]. Porto: Faculdade de Ciências da Nutrição e Alimentação, Universidade do Porto; 2021.
6. Edemundo AS, Pinto E, Baltazar AL, Fialho S, Lima J. Sustentabilidade alimentar em alimentação coletiva e restauração: Percepção dos nutricionistas. *Acta Port Nutr*. 2022;31:44-49. <https://doi.org/10.21011/apn.2022.3107>.
7. Aguiar OB, Colares LGT, Medeiros MGGA. Processos produtivos de refeições em alimentação coletiva: Revisão. *Rev. Contemp*. 2025;5(2):e7406. <https://doi.org/10.56083/RCV5N2-023>.
8. Fitzgerald S, Buckley L, et al. The impact of a complex workplace dietary intervention on Irish employees' off-duty dietary intakes. *Health Promot Int*. 2020;35(3):544-554. <https://doi.org/10.1093/heapro/daz051>.
9. Torres MMCS. Principais problemas e desafios dos serviços de Alimentação Coletiva em Portugal: Percepção dos consumidores [trabalho de investigação de licenciatura]. Porto: Universidade do Porto; 2021.
10. Pineda E, Poelman MP, Aaspõllu A, Bica M, Bouzas C, Carrano E, et al. Policy implementation and priorities to create healthy food environments using the Healthy Food Environment Policy Index (Food-EPI): A pooled level analysis across eleven European countries. *Lancet Reg Health Eur*. 2022; 23:100522. <https://doi.org/10.1016/j.lanep.2022.100522>.
11. European Federation of Food, Agriculture and Tourism Trade Unions, FoodServiceEurope. Escolher o melhor valor na contratação de serviços de alimentação: um guia para organizações privadas e públicas [Internet]. Brussels: European Federation of Food, Agriculture and Tourism Trade Unions, FoodServiceEurope; [citado em 2022 Jul 29]. Disponível em: https://contract-catering-guide.org/wp-content/uploads/2019/11/EFFAT-FSE_Best-Value-Guide_PT.pdf.
12. Shin W-Y, Cho SH, Kim J-H. Workplace foodservice meals are associated with higher nutritional quality among adult Korean workers: A nationwide cross-sectional study. *Nutr Res Pract*. 2021;16(2):248-259. <https://doi.org/10.4162/nrp.2022.16.2.248>.
13. EY. EY Future Consumer Index. Inquérito Nacional: Impactos da COVID-19 no sentimento e comportamentos do consumidor [Internet]. Ernst & Young, S.A.; 2020 [citado em 2024 Dez 20]. Disponível em: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/pt_pt/news/2020/pdf/ey-future-consumer-index-1-inquerito-nacional-2020.pdf.
14. Czarniecka-Skubina E, Górska-Warsewicz H, Trafialek J. Attitudes and consumer behavior toward foods offered in staff canteens. *Int J Environ Res Public Health*. 2020;17(17):6239. <https://doi.org/10.3390/ijerph17176239>.
15. Instituto Nacional de Estatística. Censos 2021: XVI Recenseamento Geral da População: VI Recenseamento Geral da Habitação. Resultados definitivos. Lisboa: INE; 2022. Disponível em: <https://www.ine.pt/xurl/pub/65586079>.
16. Mijares PT, Gerona BV. Level of customer satisfaction to the university cafeteria. *South Asia J Contemp Bus Econ Law*. 2024; 32(1):27-34.
17. Lima JPM. Consumo alimentar e seus determinantes no local de trabalho em colaboradores da Universidade do Porto [dissertação de doutoramento]. Porto: Universidade do Porto; 2017.
18. Le Syndical National de la Restauration Collective. Rôle et missions [Internet]. Paris: SNRC; [citado em 2022 Jul 27]. Disponível em: <https://www.snrc.fr/le-snrc/role-et-missions/>.
19. FoodServiceEurope. European Industry Overview [Internet]. Belgium: FoodServiceEurope; [citado em 2022 Jul 25]. Disponível em: <http://www.foodserviceeurope.org/en/european-industry-overview>.
20. Bernardino MV, Tavares KKO. Nível de satisfação dos comensais do restaurante universitário de uma instituição pública federal. *Gep News*. 2024;8(1):48-58.
21. Santos LP, Cardoso MC, Pereira JF, Silva TC. Sustentabilidade alimentar em alimentação coletiva e restauração: percepção dos nutricionistas. *Acta Port Nutr*. 2022;(31):44-49. <https://doi.org/10.21011/apn.2022.3107>.
22. Monteiro CA, Cannon G, Moubarac JC, Jaime P, Martins AP, Martins CA. Alimentação saudável e sustentável: uma revisão narrativa sobre desafios e perspectivas. *Cien Saúde Colet*. 2019;24(11):4251-4262. <https://doi.org/10.1590/1413-812320182411.30572017>.
23. Lira CRN, Santos CRB, Santos LMP, et al. Avaliação dos fatores de satisfação dos comensais com o serviço do Restaurante Universitário. *Rev Desafios*. 2021;8(4):1-14. <https://doi.org/10.20873/uftv8-10452>.
24. Sousa RMA. Alimentação, compras públicas e desenvolvimento sustentável – o caso das escolas [dissertação de doutoramento]. Lisboa: Universidade de Lisboa; 2019.
25. Portugal. Lei n.º 11/2017 – estabelece a obrigatoriedade de existência de opção vegetariana nas ementas das cantinas e refeitórios públicos. *Diário da República, Série I*. 2017 Apr 17;(75):1974.
26. Lima NR, Matos MAS, Oliveira LR, Freitas FMNO, Ferreira JCS. A importância da gestão da qualidade no processo de elaboração de refeições em Unidades de Alimentação Nutricional (UAN). *Revista Faculdade de Tecnologia*. 2022;25(115). <https://doi.org/10.5281/zenodo.7226685>.
27. Ko W-H, Lu M-Y. Developing a professional competence scale for kitchen staff: Food value and availability for surplus food. *Int J Hosp Manag*. 2021;95:102926. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102926>.
28. Damázio LF, Coutinho LAN, Shigaki HB. Comportamento do consumidor em relação a produtos sustentáveis: uma revisão sistemática de literatura. *Rev Eletr Ciênc Adm*. 2020;19(3):374-392. <https://doi.org/10.21529/RECADM.2020016>.
29. Eftimov T, Popovski G, Petković M, Seljak BK, Kocev D. COVID-19 pandemic changes the food consumption patterns. *Trends Food Sci Technol*. 2020;104:268-272. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2020.08.017>.
30. Meiselman HL. Commentary: Changes in eating and changes in affect during early Covid confinement. *Food Qual Prefer*. 2022;100:104598. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2022.104598>.
31. Food E. COVID-19 study: European food behaviours. COVID-19 impact on consumer food behaviours in Europe [Market research]. EIT Food; 2021.
32. Magkos F, Tetens I, Bügel SG, Felby C, Schacht SR, Hill JO, et al. A perspective on the transition to plant-based diets: A diet change may attenuate climate change, but can it also attenuate obesity and chronic disease risk? *Adv Nutr*. 2020; 11(1):1-9. <https://doi.org/10.1093/advances/nmz090>.
33. Pais DF, Marques AC, Fuinhas JÁ. How to promote healthier and more sustainable food choices: The case of Portugal. *Sustainability*. 2023;15(4):3868. <https://doi.org/10.3390/su15043858>.
34. Abreu; ESd, Spinelli; MGN, Pinto AMdS. Gestão de unidades de alimentação e nutrição: um modo de fazer. São Paulo: Editora Metha; 2023.
35. Fuster M, Handley MA, Alam T, Fullington LA, Elbel B, Ray K, Huang TTK. Facilitating healthier eating at restaurants: A multidisciplinary scoping review comparing strategies, barriers, motivators, and outcomes by restaurant type and initiator. *Int J Environ Res Public Health*. 2021;18(4):1479. <https://doi.org/10.3390/ijerph18041479>.
36. Lamy E, Viegas C, Rocha A, Raquel Lucas M, Tavares S, Capela e Silva F, et al. Changes in food behavior during the first lockdown of COVID-19 pandemic: A multi-country study about changes in eating habits, motivations, and food-related behaviors. *Food Qual Prefer*. 2022;99:104559. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2022.104559>.
37. Portugal. Lei n.º 7/2009 – Aprova a revisão do Código do Trabalho. *Diário da República, Série I*. 2009 Feb 12;(30):926-1029.
38. Le Syndical National de la Restauration Collective. Sûreté alimentaire [Internet]. Paris: SNRC; [citado em 2022 Jul 27]. Disponível em: <https://www.snrc.fr/nutrition-et-surete-alimentaire/surete-alimentation/>.
39. Ordem dos Nutricionistas. 2º estudo do percurso socioprofissional dos membros da Ordem dos Nutricionistas – Observatório da Profissão e da Empregabilidade (OPE). Porto: Ordem dos Nutricionistas; 2019.
40. Smigic N, Djekic I, Martins ML, Rocha A, Sidiropoulou N, Kalogianni EP. The level of food safety Knowledge in food establishments in three European countries. *Food Control*. 2016;63:187-194. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2015.11.017>.
41. Zegler J, Bartelme MZ, Koyenikan A, Li D, Faulkner D, Mogelonsky M. Global Food & Drink Trends 2022 [Market research]. Mintel Group; 2022.