

FATORES MOTIVACIONAIS E DIFICULDADES PARA O CONSUMO E COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS VEGETARIANOS/VEGANOS NO BRASIL

Palavras-Chave: vegetarianismo, veganismo, restaurantes

Autores/as:

Beatriz Oliveira Silva (FCA/UNICAMP)

Vitoria Cia (FCA UNICAMP)

Prof^a Dr^a Caroline Dário Capitani (orientador) (FCA/UNICAMP)

Dr^a. Daniela de Assumpção (colaboradora) (FCM/UNICAMP)

INTRODUÇÃO:

O ato de se alimentar é uma prática complexa que envolve muitos aspectos, dentre os quais sociais, éticos, ambientais e religiosos. O vegetarianismo é o regime alimentar que exclui alimentos de origem animal, podendo ou não ser flexível em relação ao consumo de ovos, leite e laticínios, priorizando os vegetais como fonte de macro e micronutrientes. Atualmente também são conhecidos os termos flexitariano, reducetariano (REDUCETARIAN, 2021) e semivegetariano os quais, de maneira geral, se referem a indivíduos que estão buscando diminuir o consumo de carnes (MALEK; UMBERGER, 2020). Diversos são os motivos que podem levar um indivíduo a adotar uma dieta vegetariana, dentre eles o mais comum é o fator ético, que engloba questões como o anti-especismo, o anti-carnismo e o direito dos animais. Em seguida, aparecem os fatores relacionados à saúde. O fator do meio ambiente, que está diretamente relacionado aos danos ambientais causados pela pecuária, questões espirituais e aversão também se enquadram em motivos comuns à adoção desse padrão dietético (RUBY, 2012; SOCIEDADE VEGETARIANA BRASILEIRA, 2021).

No Brasil, embora não existam bases de dados com o número de veganos. A Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB) realiza o cálculo com base nos percentuais de pesquisas recentes que foram realizadas em outros países para inferir o número de veganos brasileiros. Nos Estados Unidos, cerca de 50% dos então declarados vegetarianos se afirmam veganos, e no Reino Unido esse percentual passa para 33%. Nessa perspectiva numérica, ao adotar o menor percentual (33%), temos cerca de 30 milhões de vegetarianos, estimando-se, aproximadamente, 7 milhões de veganos (SOCIEDADE VEGETARIANA BRASILEIRA, 2021).

Diante da breve justificativa, o presente projeto tem como objetivo analisar as principais dificuldades para a oferta de preparações vegetarianas e/ou veganas em diferentes tipos de restaurantes comerciais do Brasil.

METODOLOGIA:

Trata-se de uma pesquisa de abordagem quantitativa e descritiva com aplicação de um questionário on-line para coleta dos dados. Os dados foram coletados a partir da divulgação de uma carta convite publicada em redes sociais e/ou por e-mail dos participantes (no caso dos gestores de restaurantes). Após ler o texto do convite, o participante (gestor do restaurante ou consumidor) foi direcionado a um link específico para assinar uma carta de anuência, concordando em participar da pesquisa. Ao concordar em participar da pesquisa, o participante foi direcionado para assinatura do TCLE e, em seguida, ao questionário da pesquisa, após concordância e assinatura

(assinada no termo digital). O projeto está sendo realizado virtualmente, utilizando-se o Formulários do Google (*Google forms*), sendo composto de 36 questões divididas em 6 sessões, sendo elas: Identificação, características básicas, particularidades do responsável pelo restaurante, caracterização das refeições servidas, principais fatores motivadores e limitantes na oferta de alimentos vegetariano/veganos, percepção sobre demanda e dificuldades pra oferta de preparações vegetarianas/vegasas. A pesquisa foi previamente aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da UNICAMP (#4.999.867). Para facilitar o contato com os gestores e aumentar as chances de participação foi impresso e plastificado um informativo (Figura 1), com o título da pesquisa, QRCode do formulário, e os nomes dos pesquisadores. Até o presente momento foram contactados cerca de 191 restaurantes, sendo eles aproximadamente 126 de forma online e, 65 pessoalmente. Por se tratar de uma pesquisa em andamento, ainda não foi aplicada tratamento e análise estatística dos dados, sendo os resultados expressos como média e porcentagem em relação ao total de respondentes.

RESULTADOS E DISCUSSÃO:

O atual estudo se encontra em andamento aceitando novas repostas, uma vez que no total apenas 24 restaurantes contribuíram com a pesquisa. Dos 24 responsáveis/gestores dos restaurantes participantes, 23 se encontram no estado de São Paulo, e 1 no estado do Paraná. Quanto ao perfil dos estabelecimentos, 20 eram comerciais e 4, institucionais sendo 2 UANs hospitalares e 2 Restaurantes Universitários, sendo seus serviços divididos em self-service e misto.

Como características gerais dos gestores que responderam, observou-se que eram 12 mulheres (60%), e 8 homens (40%) com idade variando entre 27 a 60 anos. Quanto ao grau de instrução 10 dos participantes (50%) possuíam ensino superior completo e 5 (25%), ensino superior incompleto. No que se refere ao cargo ocupado atualmente, 8 (40%) se apresentaram como proprietários, 5 (25%) como gerente, 2 como nutricionistas, 2 (10%) como chef de cozinha, e os 3 restantes (15%) como funcionários da cozinha que possuem influência no cardápio. Os públicos-alvo dos locais variaram entre “estudantes”, “classe econômica” “famílias e funcionários da região” e “geral”. Os estabelecimentos possuíam serviços variados sendo 8 (40%) à la carte, 6 (30 %) mistos e o restante se dividiram em 4 self services (20%) e 2 (10%), fast foods. Quanto ao gênero, 100% dos gestores eram do sexo feminino, nos restaurantes institucionais, com idade entre 25 a 34 anos, nutricionistas, e seus públicos-alvo variam entre alunos e funcionários dos locais.

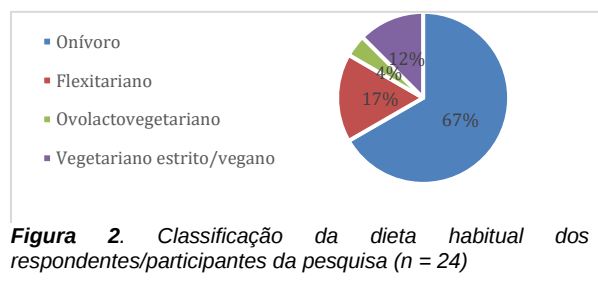


Figura 2. Classificação da dieta habitual dos respondentes/participantes da pesquisa (n = 24)

Como forma de entender a percepção e motivação dos participantes sobre o vegetarianismo, foi perguntado sobre sua dieta habitual (Figura 2). Observou-se que 16 participantes (66,7%) eram onívoros. Ao responderem sobre a percepção que possuíam sobre a dieta vegetariana/vegana e suas implicações para a saúde e meio ambiente, observou-se que a maior parte dos gestores possuíam bom conhecimento sobre o vegetarianismo (Tabela 1). 21 indivíduos (87,5%) acreditam que a redução ou restrição do consumo de carnes beneficia o meio ambiente. Quanto à saudabilidade da alimentação vegetariana 9 (37,5%) acreditam que essa dieta é mais saudável, enquanto, 7 (29,2%) disseram que não é mais saudável, e 8 (33,3%) responderam que talvez seja.

Tabela 1 – Percepção dos participantes/respondentes quanto à saudabilidade das dietas vegetarianas (n = 24)

	Sim n (%)	Não n (%)	Talvez n (%)
Você acredita que uma alimentação vegana é capaz de fornecer todos os nutrientes necessários para o bom funcionamento do corpo?	17 (70,8)	3 (12,5)	4 (16,7)
Você acredita que o consumo de carnes é essencial para a vida?	5 (20,8)	15 (62,5)	4 (16,7)
Você acredita que existem alimentos que possam substituir carnes nas preparações?	20 (83,3)	2 (8,3)	2 (8,3)



Figura 1 - Informativo impresso para acesso ao link da pesquisa por meio do QR code.

Você acredita que a redução ou restrição do consumo de carne beneficia o meio ambiente?	21 (87,5)	0	3 (12,5)
Você acredita que uma alimentação vegetariana ou vegana é mais saudável?	9 (37,5)	7 (29,2)	8 (33,3)

Ao serem questionados sobre as características das refeições servidas observou-se grande diferença entre o perfil dos restaurantes resultando em uma média de 32 preparações/dia. Ao perguntar sobre as opções vegetarianas/veganas servidas como prato principal em substituição a carnes, 18 gestores (75%) deles responderam que fornecem essas opções, 5 (20,8%) disseram que não, e apenas 1 (4,2%) não soube informar. Aos que responderam que possuíam pratos principais vegetarianos, 16 deles (84,2%) eram oferecidas de 4-6 vezes por semana, 1 deles (5,3%) por 1-3 vezes na semana e 2 (10,5%) esporadicamente, ou seja, de 1-3 vezes por mês.

A partir disso, os participantes foram questionados sobre as opções vegetarianas que oferecem em seus cardápios, e sobre uma possível tentativa de redução na oferta de preparações com carne (Tabela 2). Observou-se que a maioria dos participantes concordam que seus cardápios possuem as opções vegetarianas, porém discordam quanto a identificação adequada no cardápio.

Tabela 2 – Percepção dos participantes/respondentes quanto ao tipo do cardápio e interesse em diminuir a oferta de carne (n = 24)

	Concordo fortemente n (%)	Concordo n (%)	Nem concordo, nem discordo n (%)	Discordo n (%)	Discordo totalmente n (%)
As opções oferecidas em meu cardápio como pratos principais podem ser consideradas veganas ou vegetarianas	9 (37,5)	8 (33,3)	2 (8,3)	3 (12,5)	2 (8,3)
As preparações vegetarianas/veganas são devidamente identificadas no cardápio	12 (50%)	3 (12,5)	4 (16,7)	4 (16,7)	1 (4,2)
Houve uma tentativa de reduzir a oferta de preparações com carne nesse restaurante	3 (12,5)	4 (16,7)	3 (12,5)	9 (37,5)	5 (20,8)

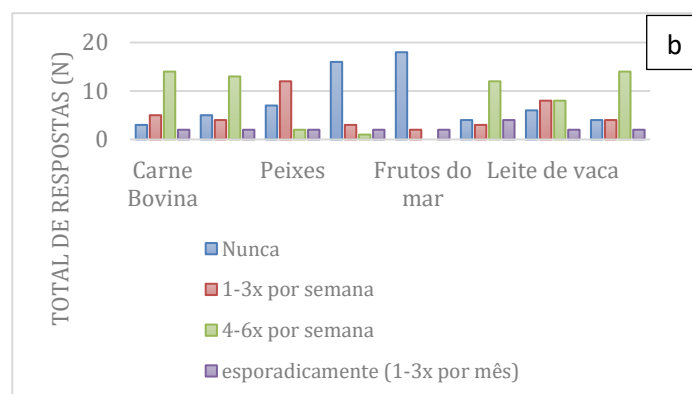
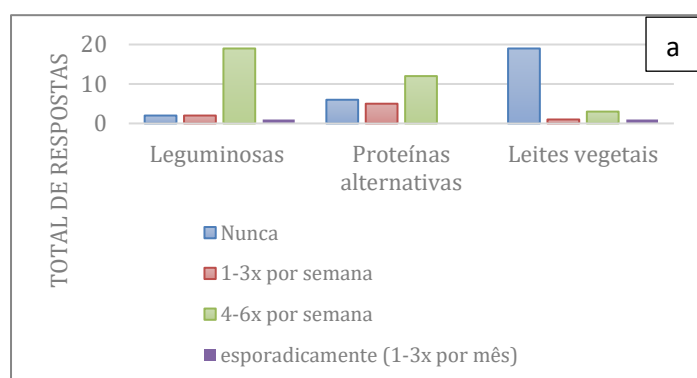


Figura 3 – Frequência em que alimentos de origem vegetal são servidos (a); e frequência em que alimentos de origem animal são servidos (b) nos restaurantes que responderam à pesquisa (n = 24).

Observou-se quanto à oferta de alimentos de origem vegetal (Figura 3a) que a maioria dos estabelecimentos serviam leguminosas de 4-6 vezes por semana (19 e 79,1%). Os alimentos de origem animal (Figura 3b) eram servidas na maior parte (14 e 58,3%) dos locais na frequência de 4 a 6 vezes por semana. Apesar da grande oferta de pratos com alimentos de origem animal, 83,3% (20) responderam que há demanda por pratos vegetarianos em seus restaurantes, sendo que eles têm interesse em oferecer pratos adequados em seus estabelecimentos, utilizando o aumento da demanda desse público como a principal motivação citada, mas não única opção. Ou seja, aspectos como “busca por variedade e saúde”, “contato com novos alimentos, diversidade nas preparações”, “bem-estar, melhora na disposição, consciência com o meio ambiente”, “proprietários veganos” entre outros, apareceram como razões da implementação desses pratos no cardápio.

Por fim, como forma de avaliar as principais limitações para a implementação de preparações vegetarianas/veganas nos cardápios dos estabelecimentos participantes, observou-se o fator “conhecimentos em nutrição” parece ser um dos maiores impeditivos para a oferta de preparações vegetarianas/veganas (Tabela 3). Além disso, a “falta de conhecimento da mão de obra sobre alimentos substitutos da carne”, também parecem limitar a oferta de preparações vegetarianas/veganas.

Tabela 3 – Possíveis limitações para oferta de produtos veganos em restaurantes (n =24)

	Concordo fortemente n (%)	Concordo n (%)	Nem concordo, nem discordo n (%)	Discordo n (%)	Discordo fortemente n (%)
Preparações vegetarianas/vegasas são mais caras de produzir	4 (16,7)	4 (16,7)	7 (29,2)	7 (29,2)	2 (8,3)
Preparações vegetarianas/vegasas são mais difíceis de serem preparadas	5 (20,8)	3 (12,5)	11 (45,8)	3 (12,5)	2 (8,3)
A falta de conhecimento da mão de obra sobre alimentos substitutos da carne limita as preparações vegetarianas/vegasas	10 (41,7)	7 (29,2)	4 (16,7)	2 (8,3)	1 (4,2)
A mão de obra insuficiente prejudica na preparação de pratos vegetarianos/veganos	5 (20,8)	10 (41,7)	4 (16,7)	5 (20,8)	0
A falta de estrutura física do restaurante prejudica na preparação de pratos vegetarianos/veganos	1 (4,2)	4 (16,7)	5 (20,8)	10 (41,7)	4 (16,7)
O conhecimento em nutrição auxilia no preparo e nas escolhas para preparar pratos vegetarianos/veganos	12 (50)	11 (45,8)	0	1 (4,2)	0
Os pratos vegetarianos/veganos, quando servidos, são a base de ovos	1 (4,2)	0	6 (25)	9 (37,5)	8 (33,3)
Os pratos vegetarianos/veganos devem ser preparados apenas com leguminosas	1 (4,2)	0	5 (20,8)	12 (50)	6 (25)

CONCLUSÕES:

Embora o número de respostas não tenha atingido uma quantidade ideal até o momento, os resultados são capazes de identificar algumas dificuldades para a oferta de preparações vegetarianas e/ou veganas em diferentes tipos de restaurantes. Ainda que os gestores percebam o aumento dessa demanda em seus estabelecimentos e tentem acompanhar com a implementação de pratos que atendam a essa população, há certas limitações que precisam ser superadas. Ou seja, a falta de conhecimento da mão de obra sobre o tema, pode ser melhorado a partir de treinamentos com os colaboradores para sua capacitação. Ademais, os resultados apresentados ainda são inconclusivos, pois necessitam de mais respostas para uma análise mais robusta dos dados.

BIBLIOGRAFIA

ARNONI, F.; MASTELLA, M. **Análise da oferta de opções vegetarianas em bares e restaurantes não especializados.** Revista Hospitalidade. São Paulo, volume 17, n.03, p. 50-73, 2020. Doi: <https://doi.org/10.21714/2179-9164.2020.v17n3.003>.

IBOPE. **PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA SOBRE VEGETARIANISMO BRASIL ABRIL DE 2018 JOB0416.** [s.l.]: , [s.d.]. Disponível em: <https://www.svb.org.br/images/Documentos/JOB_0416_VEGETARIANISMO.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2022.

MALEK, Lenka; UMBERGER, Wendy J.. **Distinguishing meat reducers from unrestricted omnivores, vegetarians and vegans: A comprehensive comparison of Australian consumers.** 2020. University of Adelaide, Austrália, 2020. Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.104081>> Acesso em: 06 mai. 2022.

RAPHAELY, Talia; MARINOVA, Dora. **Flexitarianism: traditional diets as social innovation for sustainability.** 2012. Curtin University, Australia, 2021. Disponível em: <https://portalperiodicos.unoesc.edu.br/visaoglobal/article/view/3433/1532>. Acesso em: 10 jun. 2022.

THE REDUCETARIAN FOUNDATION. **Reducetarian Foundation**. 2021. Disponível em: <<https://www.reducetarian.org/>>. Acesso em: 20 abr. 2022.

Ruby MB. Vegetarianism. A blossoming field of study. *Appetite*. 2012; 58: 141–150. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2011.09.019> PMID: 22001025

SOCIEDADE VEGETARIANA BRASILEIRA (São Paulo). **Segunda Sem Carne atinge marca de 67 milhões de refeições em 2018**. 2018. Disponível em: <https://svb.org.br/2501-segunda-sem-carne-atinge-marca-de-67-milhoes-de-refeicoes-em-2018>. Acesso em: 09 abr. 2022 SOCIEDADE VEGETARIANA BRASILEIRA (São Paulo). **Vegetarianismo**. 2021. Disponível em: <https://www.svb.org.br/vegetarianismo1>. Acesso em: 09 abr. 2022.