

Comida brasileira e de padarias são as preferidas dos trabalhadores na pandemia

Comportamento de abril a setembro pode estar associado à adoção do home office e à necessidade de busca por alternativas de alimentação em estabelecimentos de bairros residenciais

O perfil de alimentação dos trabalhadores sofreu mudanças no período de pandemia, de acordo com levantamento realizado pela Ticket, marca de benefícios de refeição e alimentação da Edenred Brasil. O levantamento registra as preferências dos 7 milhões de usuários de benefícios da Ticket.

No cenário nacional geral, as cozinhas favoritas dos trabalhadores são as de comida brasileira – representada pelos restaurantes de comida popular, como arroz, feijão, carne, salada, e que concentra os estabelecimentos que comercializam comida a quilo ou o famoso prato feito – e a de padaria - que também inclui a venda de pratos feitos e buffet para comida por quilo, além de outros tipos de alimentos prontos para consumo. Elas se intercalam nas duas primeiras posições ao longo de todo o período analisado. Em seguida, estão lanchonetes, fast-food, pizzarias, carne, cafés e doces e japonesa.

O principal movimento percebido entre abril e setembro foi a queda do consumo de preparações à base de carnes. Em abril, este tipo de culinária ocupava a quarta posição na preferência nacional, mas chega a setembro em sexto lugar, depois de ter passado os meses de maio a agosto na oitava posição.

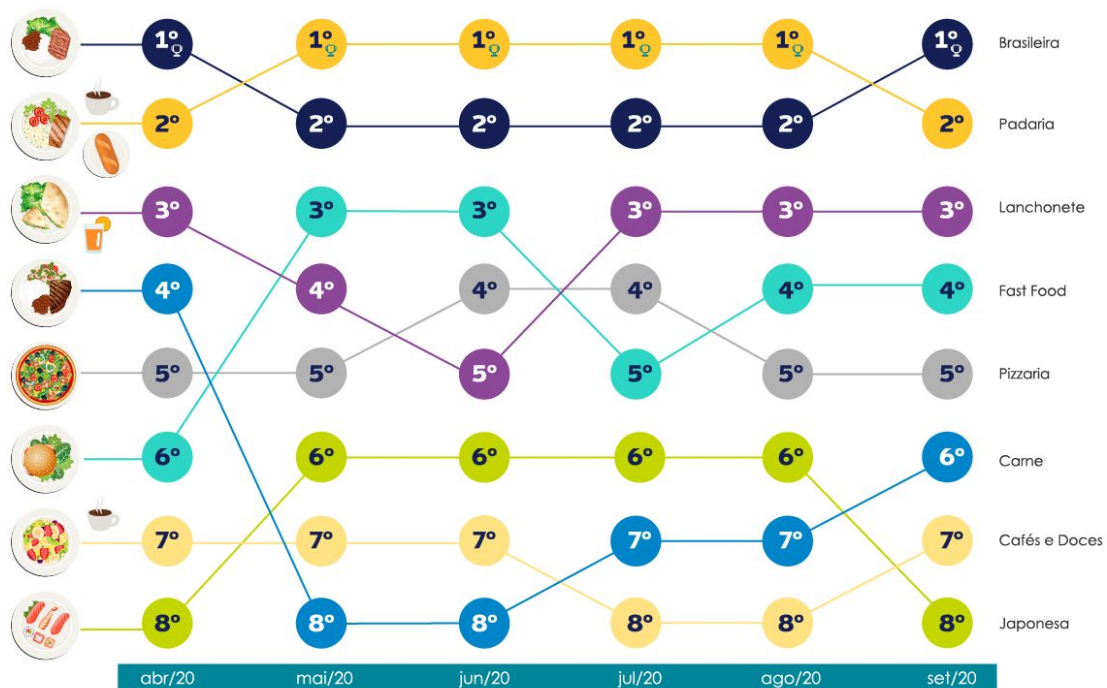
Outro destaque esteve na comida japonesa, que depois de ter ganhado duas posições, subindo do 8º lugar, em abril, para o 6º, de junho a agosto, em setembro volta para o ponto de origem.

De maneira mais sutil, a comida brasileira, favorita em abril, perdeu espaço entre maio e agosto, para a de padaria. Depois de quatro meses na segunda posição, recuperou a liderança em setembro, período que reflete o início da retomada das atividades das empresas em seus escritórios.

As movimentações refletem, principalmente, modificações associadas ao momento de isolamento social, com a adoção do home office e a necessidade de buscar alternativas de restaurantes localizados nos bairros residenciais.

“Comemoramos em outubro o Dia Mundial da Alimentação, uma data de grande relevância pois a boa nutrição é um fator fundamental para a manutenção e preservação da saúde. Ao observar o comportamento com relação às preferências alimentares do trabalhador, apresentado por esse levantamento, fica ainda mais evidente o quanto é importante discutir e reforçar esse aspecto com as pessoas. A Ticket está, há mais de 40 anos, comprometida com iniciativas que visam o bem-estar e a melhora da qualidade de vida e saúde dos trabalhadores. Mais do que oferecer soluções transacionais para empresas, empregados e comerciantes, temos como objetivo incentivar a qualidade na alimentação por meio da oferta de ferramentas que contribuem para a introdução da alimentação equilibrada e de outros hábitos saudáveis no dia a dia”, avalia Felipe Gomes, Diretor-Geral da Ticket.

Confira, abaixo, as principais movimentações na preferência dos brasileiros, entre abril e setembro de 2020.



Fonte: Ticket



Fonte: Ticket

Queridinhos de setembro

O levantamento apresenta ainda a distribuição das preferências no mês de setembro considerando aspectos como idade e sexo dos consumidores.

Chama a atenção que os estados do Tocantins, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Maranhão são os únicos que incluem o consumo de carne entre as três primeiras posições na preferência dos trabalhadores. O Centro-Oeste responde por cerca de 34% da produção nacional de gado, o que pode estar associado à preferência, especialmente considerando a facilidade de transporte do produto para os estados vizinhos. Quando consideramos o Top 10, apenas a Paraíba não traz restaurantes com foco em preparações à base de carne entre suas preferências.

Para os trabalhadores na faixa dos 30 anos, a preferência foi pela comida brasileira, seguida de padaria e lanchonetes. Entre os que possuem mais de 40 anos o favoritismo está na padaria, seguida da comida brasileira e das preparações de lanchonetes.

Já entre o público mais jovem, onde estão os trabalhadores com até 29 anos, o fast-food desponta em primeiro lugar, seguido por lanchonetes e comida brasileira.

De acordo com o relatório Situação Mundial da Infância 2019, elaborado pela Unicef, nas últimas décadas, o Brasil reduziu significativamente a taxa de desnutrição crônica entre crianças. Apesar disso, os índices de consumo de alimentos ultraprocessados, que apresentam baixo valor nutricional e são ricos em gorduras, sódio e açúcares, tem aumentado progressivamente. Esse comportamento amplia a prevalência de sobrepeso e obesidade no Brasil: 17,1% dos adolescentes estão com sobrepeso e 8,4% são obesos. Outro aspecto relevante é ressaltado pelo livro que celebra os 40 anos do PAT, organizado pelo economista José Afonso Mazzon, da FEA-USP, com o apoio da Fundação Instituto de Administração (FIA). A publicação demonstra que a produtividade é beneficiada pela melhoria na qualidade da alimentação, pois evita doenças, aumenta a capacidade física e a resistência à fadiga. Sua penetração formal na força de trabalho está associada a uma redução de 0,77 acidente de trabalho a cada cem trabalhadores.



“A preferência por comidas menos saudáveis pelos trabalhadores mais jovens é uma constatação do levantamento e demanda uma atenção e acompanhamento para esse tema. É preciso orientar continuamente e estimular a adoção de uma alimentação rica em nutrientes, pois uma boa rotina, no que diz respeito à refeição, é fundamental para a melhora de indicadores pessoais e coletivos de saúde e longevidade”, ressalta Gomes.

As diferenças sutis de preferências alimentares entre mulheres e homens também foram analisadas, considerando 30% da base. Em setembro, entre elas, a comida de padaria é a mais popular. Já para eles, a comida brasileira é a mais consumida. Mas a mudança mais emblemática está evidenciada na nona posição, com mulheres preferindo comida saudável enquanto eles priorizam petiscos (vide tabela abaixo).

	Feminino	Masculino
1	Padaria	Brasileira
2	Brasileira	Padaria
3	Lanchonete	Lanchonete
4	Fast-Food	Fast-Food
5	Pizzaria	Pizzaria
6	Cafés e Doces	Carne
7	Carne	Cafés e Doces
8	Japonesa	Japonesa
9	Saudável	Petiscos
10	Italiana	Italiana

Fonte: Ticket

Informações Ticket

RPMA Comunicação

Carina Eguia

Kelly Queiroz

edenred@rpmacomunicacao.com.br

RPMA Comunicação

Tel.: 11 5501-4655 | 5102-4146

www.rpmacomunicacao.com.br



ticket.com.br