

PERFIL DOS CONSUMIDORES FACE AO DESPERDÍCIO E REAPROVEITAMENTO DE HORTOFRUTÍCOLAS EM AMBIENTE DOMÉSTICO

A.O.
ARTIGO ORIGINALCONSUMER PROFILE TOWARDS WASTE AND REUSE OF
FRUIT AND VEGETABLES IN A DOMESTIC ENVIRONMENT¹ Estagiária em Ciências da NutriçãoInês Pinho¹; Lílíana Carola²; Mayumi Thais Delgado²; Rui Poinhos³; Sara Rodrigues³² Modelo Continente Hipermercados S.A., Estrada da Outurela, n.º 118, Edifício Imopolis Bloco D, 2790-114 Carnaxide, Portugal³ Faculdade de Ciências da Nutrição e Alimentação da Universidade do Porto, Rua Dr. Roberto Frias, 4200-465 Porto, Portugal

*Endereço para correspondência:

Inês Pinho
Avenida Brasil 649 4.º direito,
3700-072 São João da Madeira,
Portugal
inespinho@hotmail.com

Histórico do artigo:

Recebido a 27 de agosto de 2015
Aceite a 30 de setembro de 2015

RESUMO

Atualmente é reconhecida a contribuição da etapa de consumo no valor estimado de desperdício alimentar em Portugal. Para compreensão e exploração deste fenómeno, em ambiente familiar, é reconhecido o benefício de uma abordagem sociológica e comportamental. O estudo objetivou a caracterização do perfil dos consumidores de uma cadeia de hipermercados portuguesa, face ao desperdício e reaproveitamento de hortofrutícolas em ambiente doméstico. Procedeu-se à aplicação indireta de um questionário, apelando ao conhecimento dos dados sociodemográficos, hábitos de consumo, frequência de desperdício de hortofrutícolas e respetivo reaproveitamento. Foi calculado um índice de frequência de desperdício e um índice de reaproveitamento, com base nas questões inerentes ao seu conhecimento. Procedeu-se a uma regressão logística binária para avaliação do efeito das variáveis relativas aos dados sociodemográficos e hábitos de consumo nos dois índices. Em diferentes lojas da mesma cadeia de hipermercados, foram recrutados 184 consumidores. Na análise multivariada, apenas as variáveis idade e zona geográfica detinham influência significativa em ambos os índices. Foi possível verificar que os consumidores oriundos das zonas centro e sul do país apresentam menor frequência de desperdício, e simultaneamente maior reaproveitamento. Detetou-se ainda que indivíduos com maior idade apresentaram uma menor frequência de desperdício, mas também menor reaproveitamento.

PALAVRAS-CHAVE

Consumidor, Desperdício alimentar, Hortofrutícolas, Portugal, Reaproveitamento alimentar

ABSTRACT

It is currently recognized the contribution of consumption step in the estimated amount of food waste in Portugal. A sociological and behavioral approach can give advantages in the exploration and understanding of this phenomenon in a familiar environment. The aim of the study was to characterize the consumer profile of a Portuguese supermarket chain related to the waste and reuse of fruit and vegetables in a domestic environment. 184 consumers were indirectly surveyed in different stores, appealing to knowledge of socio-demographic data, consumption habits, frequency of fruit and vegetable waste and their reuse. An index of waste frequency and an index of fruit and vegetables reuse were calculated, based on the survey questions related to this topic. A binary logistic regression was made to evaluate the effect of socio-demographic data and consumer habits in the two indexes mentioned. In multivariate analysis, age and geographical area held a significant influence in both indexes. It was found that consumers coming from the central and southern areas of the country had reported a less frequency of waste, and simultaneously most reuse. It was also found that individuals with higher age had a less frequency of waste, but also smaller reuse.

KEYWORDS

Consumer, Food waste, Fruit and vegetables, Portugal, Food reuse

INTRODUÇÃO

Na sociedade ocidental atual, o consumismo e a abundância acoplados a uma depreciação do valor simbólico da comida, contrastam com a realidade da fome, pobreza e declínio da integridade do meio ambiente. Urge a necessidade de consciencializar a população e formular medidas que visem alterar esta realidade (1).

Segundo um estudo publicado pela *Food and Agriculture Organization of the United Nations* (FAO), o desperdício alimentar ocorre ao longo de toda a cadeia de aprovisionamento alimentar, desde a produção agrícola até ao

consumo final em ambiente familiar. O mesmo indica que nos países industrializados mais de 40% dos alimentos são desperdiçados nas etapas correspondentes à distribuição e consumo (2). Um estudo publicado pela Comissão Europeia, em 2010, estima a produção anual de resíduos alimentares nos 27 Estados-Membros em cerca de 89 milhões de toneladas, isto é, 179 kg *per capita*, e realça que, se não se tomarem medidas preventivas adicionais, o volume global de desperdício alimentar atingirá, em 2020, 126 milhões de toneladas, correspondente a um aumento de 40% (3, 4).

De modo a caracterizar a situação em Portugal, destaca-se o Projeto de Estudo e Reflexão sobre o Desperdício Alimentar (PERDA). A metodologia seguida foi adaptada do estudo da FAO e a capitação anual estimada das perdas e desperdício alimentar relativa a Portugal é de 97kg por habitante/ano, dos quais 31% provêm da etapa do consumo (5). No Reino Unido o estudo *Household Food And Drink Waste*, apresenta o desperdício alimentar gerado em ambiente doméstico traduzido no valor estimado de 7 milhões de toneladas por ano, que representa 19% dos alimentos adquiridos para consumo em casa (6). Realça-se, aqui, a categorização do desperdício alimentar gerado em três grupos distintos, “evitável”, “possivelmente evitável” e “não evitável”. A primeira corresponde ao desperdício de alimentos que estariam aptos para consumo, a segunda ao desperdício gerado por distintos hábitos de consumo e preparação e a última classifica o desperdício constituído por porções de alimentos que não são aptas para consumo em circunstâncias normais (7, 8). No Reino Unido, o grupo dos hortícolas frescos está associado a 47% do desperdício possivelmente evitável e a 19% do desperdício evitável, por peso (6). Em Portugal, a análise do desperdício alimentar nas famílias, exposta por grupo de alimentos, sugere uma predominância dos grupos “frutos” e “hortícolas” (5).

Uma aproximação sociológica e comportamental, considerando a perspetiva de consumo a nível doméstico, oferece vantagens na exploração da temática do desperdício alimentar e sua compreensão (9). Em Portugal, foi estimada uma relação entre determinadas características sociais da população e o desperdício alimentar doméstico. Verificou-se que famílias com filhos tendem a desperdiçar mais do que famílias sem filhos. Observou-se, no entanto, uma tendência de desperdício decrescente à medida que a idade dos inquiridos aumenta (5). A multiplicidade de fatores que desencadeiam o fenómeno do desperdício alimentar em ambiente doméstico (5), evidencia a necessidade de se proceder a uma caracterização do consumidor português no que concerne a fatores de estilo de vida e rotinas inerentes.

OBJETIVOS

O presente trabalho teve como objetivo a caracterização do perfil dos consumidores de uma cadeia de hipermercados portuguesa, face ao desperdício e reaproveitamento de hortofrutícolas (HF).

METODOLOGIA

No âmbito de uma grande cadeia de hipermercados portuguesa, foi desenvolvido um questionário focalizado na recolha de dados sociodemográficos e respetivos hábitos (responsabilidade na compra, preparação e confeção, execução rotineira de lista de compras e existência de produção própria/domiliar) face ao desperdício e reaproveitamento de HF. Para melhor adequar o questionário, foram selecionados os hortícolas e frutos mais vendidos, em toneladas, na mesma cadeia de hipermercados (sete de cada), durante o ano de 2013 (cenoura, tomate, cebola, alface, curgete, couves, brócolo, banana, maçã, laranja, melão, melancia, pera, abacaxi). O questionário visou igualmente o conhecimento da frequência de desperdício de fruta e hortícolas, associada aos motivos que a poderão fazer variar, tendo por base o questionário aplicado no estudo PERDA (5). Foram contabilizados 10 motivos principais para a possível variação do desperdício: “não gostou da refeição”, “produção própria excessiva”, “descuido na preparação/confeção”, “cozinhou demasiada quantidade”, “quantidade insuficiente para reutilização”, “passagem do prazo de validade”, “mais ninguém vai comer”, “comprou demais”, “comida estragada” e “outros motivos indicados pelo inquirido”. Estes foram associados a uma escala de resposta com 4 itens (variável entre “nada frequente”

e “muito frequente”) à qual foi posteriormente atribuída uma pontuação crescente (valor 0 para a opção “nada frequente”, e valor 3 para “muito frequente”). O somatório desta pontuação (podendo variar entre 0 e 30) para cada participante deu origem a um Índice de frequência de desperdício de HF. A determinação da mediana do índice criou visou a divisão da amostra em dois grupos distintos: inquiridos que relataram menor desperdício (valor < mediana) e indivíduos que relataram maior desperdício (valor ≥ mediana). O questionário visou, ainda, o conhecimento do eventual reaproveitamento do desperdício gerado aquando da preparação e consumo dos frutos e hortícolas selecionados. Para tal foi questionado, com base numa resposta dicotómica, o reaproveitamento alimentar de cascas, talos, folhas e sementes (“sim” codificado com valor 1 e “não” com valor 0). Também neste caso se procedeu ao somatório da pontuação obtida (podendo variar entre 0 e 29) para cada participante, tendo-se obtido assim um Índice de reaproveitamento de HF. Posteriormente foi também determinada a mediana para divisão da amostra em dois grupos: pouco reaproveitamento relatado (valor < mediana) e muito reaproveitamento relatado (valor ≥ mediana). Para além da análise estatística descritiva, e com o objetivo de caracterizar o efeito das variáveis relativas a dados sociodemográficos e hábitos de consumo nos dois índices descritos, foram também calculados os *Odds ratios*, com intervalo de confiança de 95%, segundo uma análise univariada e multivariada, através da execução de uma regressão logística binária. Com a exceção da idade dos inquiridos, que foi integrada no modelo descrito enquanto variável contínua, todas as restantes eram variáveis categóricas. O grau de associação entre os dois índices foi medido pelo coeficiente de correlação de Spearman (ρ). O nível de significância foi estabelecido num valor inferior a 0,05.

O processo de recolha de dados foi conduzido durante um mês, entre abril e maio de 2014, de forma equitativa, nas seguintes localidades: Viana do Castelo, Braga, Porto, Matosinhos, Gaia, Maia, São João da Madeira, Ovar, Coimbra, Leiria, Santarém, Loures, Lisboa, Seixal, Montijo, Oeiras, Barreiro e Cascais. Os questionários foram aplicados de forma indireta por Nutricionistas treinadas segundo um guião destinado aos inquiridores. Tratando-se de uma amostra de conveniência, este estudo compreendeu 184 clientes da mesma cadeia de hipermercados portuguesa.

RESULTADOS

Os inquiridos apresentaram uma idade média de 53,5±15,1 anos, com um mínimo de 19 e um máximo de 84 anos, eram maioritariamente do sexo feminino (73,4%) e constituíam essencialmente famílias sem crianças (81,9%) (Tabela 1). Dos inquiridos, 73,9% eram o elemento responsável pela compra de hortícolas e 68,1% foram responsáveis pela sua preparação e confeção. A compra semanal de hortícolas frescos evidenciou-se em 77% dos inquiridos e a prática assídua de lista de compras discriminada traduziu-se em 34,3% dos indivíduos, onde apenas 27,5% possuía produção própria de hortícolas. Relativamente à fruta, 73,9% dos inquiridos eram sempre responsáveis pela compra e 78,1% admitiram ser sempre responsáveis pela sua preparação e confeção. Face à frequência de compra de fruta fresca, 84,8% relatou a aquisição destes produtos com uma frequência semanal. Apenas 33,1% admitiu executar sempre lista de compras discriminada e 24% possuía produção própria de fruta. Relativamente à autoavaliação dos inquiridos quando questionada a preocupação surgida pela temática do desperdício de HF, e motivação para alteração comportamental, numa escala de 0 a 5, obtiveram-se os seguintes resultados: 46,4% atribuiu o valor máximo da escala quando questionados acerca da sua preocupação; 47,5% atribuiu o mesmo valor quando questionados acerca da sua motivação para combater o desperdício de HF

Tabela 1

Caracterização da amostra segundo dados sociodemográficos, total e segundo os índices de desperdício e reaproveitamento de Hortofrutícolas (HF). Consumidores de uma cadeia de hipermercados portuguesa, 2014

		N (%)	ÍNDICE DE FREQUÊNCIA DE DESPERDÍCIO HF < MEDIANA N (%)	ÍNDICE DE REAPROVEITAMENTO HF ≥ MEDIANA N (%)
Sexo	Feminino	135 (73,4%)	72 (82,8%)	82 (84,5%)
	Masculino	49 (26,6%)	15 (17,2%)	15 (15,5%)
Idade (Anos)	≤43	50 (27,2%)	15 (17,2%)	23 (23,7%)
	44-45	43 (23,4%)	17 (19,5%)	26 (26,8%)
	46-65	48 (26,1%)	27 (31,0%)	29 (29,9%)
	≥ 66	43 (23,4%)	28 (32,2%)	19 (19,6%)
Situação Profissional	Ativo	85 (46,2%)	28 (32,2%)	43 (44,3%)
	Não ativo	99 (53,8%)	59 (67,8%)	54 (55,7%)
Escolaridade	Até 4.º ano	38 (20,7%)	26 (29,9%)	22 (22,7%)
	Entre 5.º e 9.º ano	41 (22,3%)	21 (24,1%)	19 (19,6%)
	12.º ano	52 (28,3%)	18 (20,7%)	23 (23,7%)
	Ensino Superior	53 (28,8%)	22 (25,3%)	33 (34,0%)
Agregado Familiar	1 Adulto ou 1 Idoso	28 (15,4%)	18 (21,2%)	16 (16,7%)
	1 a 4 Adultos + Crianças	33 (18,1%)	10 (11,8%)	17 (17,7%)
	2 a 5 Adultos	73 (40,1%)	30 (35,3%)	37 (38,5%)
	2 a 3 Idosos	30 (16,5%)	17 (20,0%)	17 (17,7%)
	Adultos e Idosos	18 (9,9%)	10 (11,8%)	9 (9,4%)
Zona Geográfica	Norte	103 (56,0%)	39 (44,8%)	45 (46,4%)
	Centro e Sul	81 (44,0%)	48 (55,2%)	52 (53,6%)

em ambiente doméstico; e 50,8% atribuiu igualmente o valor máximo relativamente à respetiva vontade de receber mais informação sobre este assunto, nomeadamente receitas.

Na análise multivariada foi possível verificar que, a variável inerente à responsabilidade na compra de fruta apresentou influência estatisticamente significativa no índice de frequência de desperdício de HF. Por outro lado, as variáveis: idade e zona geográfica demonstraram ter influência estatisticamente significativa em ambos os índices. Constatou-se que consumidores com mais idade apresentaram maior probabilidade de integrar o grupo associado a uma menor frequência de desperdício mas menor reaproveitamento. Relativamente à zona geográfica, verificou-se que os consumidores da zona centro e sul detinham maior probabilidade de pertencer ao grupo associado à menor frequência de desperdício e maior reaproveitamento. Verificou-se que os consumidores responsáveis pela aquisição de fruta apresentaram maior probabilidade de serem incluídos no grupo da menor frequência de desperdício. Contudo, esta variável não apresentou influência significativa no índice de reaproveitamento de HF (Tabela 2).

Detetou-se uma correlação fraca ($\rho = -0,111$) e não significativa ($\rho = 0,155$) entre os valores dos dois índices estudados.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Observou-se que à medida que aumenta a idade dos inquiridos, maior era a probabilidade de estes pertencerem ao grupo correspondente a uma menor frequência de desperdício, bem como menor a probabilidade de pertencerem ao grupo de maior reaproveitamento. O resultado inerente à variável idade face ao índice de frequência de desperdício de HF, está em concordância com os dados apresentados no estudo PERDA, sugerindo que o desperdício de alimentos, divididos por grupos, diminui à medida que a idade aumenta, referenciando possíveis justificações associadas a um maior grau de conhecimentos culinários e maior disponibilidade para os colocar em prática (5). A ausência de efeito das variáveis relativas à execução de lista de compras, nos índices apresentados, vai de encontro ao sugerido no estudo PERDA, na medida em que este também não verificou uma relação entre a lista de compras e a produção de menos

desperdício alimentar (5). Contrariamente, um estudo realizado em consumidores romenos e outro realizado no Reino Unido, apresentam uma associação entre determinadas práticas comportamentais e a diminuição do desperdício alimentar, nas quais se inclui a rotina de execução da lista de compras, salientando-se a necessidade de educar a população nesse sentido (10). Realça-se que este estudo considera o desperdício de alimentos sem a sua discriminação por grupos. Novamente, em concordância com o estudo PERDA, apresenta-se a variável relativa à frequência de compras de fruta e hortícolas frescos. O estudo mencionado refere que a frequência com que se vai às compras não demonstrou ser uma variável que resulte em mais ou menos desperdício, relativamente aos alimentos em geral (5). Face a características associadas à tipologia familiar, estudos publicados no Reino Unido, Austrália, Finlândia e mesmo a nível nacional, associam-na ao desperdício alimentar, sublinhando que famílias com crianças revelam maior desperdício quando equiparadas a famílias sem crianças (5, 6, 11, 12). O mesmo não se verificou no presente estudo, salientando-se, contudo, a preponderância de famílias sem crianças que constituíram a amostra.

No que concerne às questões de autoavaliação dos inquiridos, verificou-se que a tendência associada à preocupação relatada pelos consumidores, face à temática do desperdício alimentar, parece corresponder à apresentada na literatura. No estudo PERDA, das 41 pessoas inquiridas apenas 3 revelaram ausência de preocupação. Um estudo realizado entre consumidores gregos revela que 90% da população declarou existência de preocupação face ao assunto (5, 13). Estes dados sugerem que os consumidores avaliados transparecem sensibilidade no que respeita às consequências do desperdício alimentar. Este aspeto poderá ser um bom indicio para a aceitação de campanhas que visem mudanças a desenvolver junto desta população. Neste âmbito, outros trabalhos internacionais foram já desenvolvidos. Realça-se a campanha *Love food, hate waste* lançada pelo *Waste and Resources Action Programme* em 2007, assente na consciencialização do consumidor face aos benefícios da diminuição do desperdício alimentar, incluindo a divulgação de receitas que o capacitem para o alcance deste objetivo (14). No Brasil, destaca-se o programa MESA BRASIL SESC voltado

Tabela 2

Características que influenciam os índices de frequência de desperdício e de reaproveitamento de Hortofrutícolas (HF). Consumidores de uma cadeia de hipermercados portuguesa, 2014

VARIÁVEIS INDEPENDENTES	ÍNDICE DE FREQUÊNCIA DE DESPERDÍCIO HF EXP(B) E INTERVALO DE CONFIANÇA 95% MENOR DESPERDÍCIO* VS. MAIOR DESPERDÍCIO**		ÍNDICE DE REAPROVEITAMENTO HF EXP(B) E INTERVALO DE CONFIANÇA 95% MAIOR REAPROVEITAMENTO** VS. MENOR REAPROVEITAMENTO*	
	UNIVARIADA	MULTIVARIADA ²	UNIVARIADA	MULTIVARIADA ²
SEXO				
Feminino ¹				
Masculino	0,75 (0,35-1,62)	0,84 (0,26-2,73)	0,29 (0,14-0,57)	0,42 (0,15-1,16)
IDADE	1,05 (1,03-1,07)	1,04 (1,00-1,08)	0,99 (0,98-1,01)	0,96 (0,93-0,99)
ZONA GEOGRÁFICA				
Norte ¹				
Centro e Sul	2,20 (1,18-4,11)	3,16 (1,34-7,45)	2,31 (1,27-4,20)	3,04 (1,36-6,80)
SITUAÇÃO PROFISSIONAL				
Ativo ¹				
Não ativo	2,87 (1,52-5,43)	1,30 (0,48-3,56)	1,17 (0,66-2,10)	1,77 (0,69-4,52)
AGREGADO FAMILIAR	p = 0,06	p = 0,16	p = 0,96	p = 0,99
1 Adulto ou 1 Idoso ¹				
1-4 Adultos +crianças	0,24 (0,08-0,71)	0,39 (0,10-1,55)	0,80 (0,29-2,20)	0,67 (0,18-2,59)
2- 5 Adultos	0,47 (0,18-1,20)	0,68 (0,22-2,11)	0,77 (0,32-1,86)	0,83 (0,28-2,46)
2-3 Idosos	0,77 (0,26-2,33)	0,28 (0,06-1,25)	0,98 (0,35-2,78)	0,84 (0,23-3,13)
Adultos e Idosos	1,00 (0,26-3,82)	1,54 (0,29-8,24)	0,75 (0,23-2,46)	0,98 (0,22-4,29)
ESCOLARIDADE	p = 0,03	p = 0,31	p = 0,22	p = 0,17
Até ao 4º ano ¹				
Entre 5º e 9º ano	0,51 (0,19-1,34)	0,74 (0,22-2,51)	0,63 (0,26-1,53)	0,44 (0,15-0,132)
12º ano	0,25 (0,10-0,63)	0,33 (0,10-1,10)	0,58 (0,25-1,34)	0,44 (0,14-1,37)
Ensino Superior	0,35 (0,14-0,89)	0,49 (0,13-1,79)	1,20 (0,51-2,81)	0,10 (0,30-3,32)
COMPRA DE HORTÍCOLAS				
Não responsável ¹				
Sempre responsável	1,68 (0,78-3,63)	0,18 (0,02-1,47)	2,31 (1,18-4,54)	1,18 (0,23-6,10)
LISTA COMPRAS HORTÍCOLAS				
Não executa sempre ¹				
Executa sempre	1,05 (0,55-2,09)	0,71 (0,15-3,32)	1,55 (0,83-2,89)	0,65 (0,17-2,49)
FREQUÊNCIA COMPRA HORTÍCOLAS FRESCOS	p = 0,46	p = 0,49	p = 0,62	p = 0,54
Diariamente ¹				
Semanalmente	0,58 (0,24-1,41)	0,44 (0,13-1,44)	0,85 (0,36-2,02)	0,85 (0,28-2,55)
Quinzenalmente	0,42 (0,08-2,32)	0,36 (0,03-3,97)	0,53 (0,11-2,49)	0,91 (0,12-7,19)
Mensalmente	1,69 (0,15-18,71)	1,35 (0,07-26,86)	0,33 (0,05-2,18)	0,19 (0,02-1,92)
PRODUÇÃO PRÓPRIA DE HORTÍCOLAS				
Não ¹				
Sim	1,31 (0,66-2,58)	1,83 (0,52-6,47)	1,30 (0,67-2,51)	0,92 (0,32-2,67)
PREPARAÇÃO/CONFEÇÃO HORTÍCOLAS				
Não responsável ¹				
Sempre responsável	1,41 (0,69-2,86)	0,56 (0,16-1,97)	2,38 (1,27-4,48)	1,51 (0,50-4,55)
COMPRA DE FRUTA				
Não responsável ¹				
Sempre responsável	2,55 (1,14-5,70)	11,17 (1,32-94,79)	2,05 (1,05-4,02)	0,99 (0,19-5,20)
LISTA COMPRAS FRUTA				
Não executa sempre ¹				
Executa sempre	1,13 (0,58-2,17)	1,68 (0,37-7,68)	1,48 (0,79-2,77)	1,78 (0,46-6,78)
FREQUÊNCIA COMPRA FRUTA FRESCA	p = 0,87	p = 0,76	p = 0,47	p = 0,69
Diariamente ¹				
Semanalmente	0,82 (0,32-2,07)	1,44 (0,41-5,05)	0,71 (0,28-1,82)	0,74 (0,23-2,39)
Quinzenalmente	1,13 (0,15-8,21)	2,85 (0,14-57,43)	0,31 (0,05-2,08)	0,31 (0,21-4,61)
PRODUÇÃO PRÓPRIA DE FRUTA				
Não ¹				
Sim	0,76 (0,37-1,56)	0,58 (0,15-2,20)	1,22 (0,62-2,42)	2,12 (0,69-6,49)
PREPARAÇÃO/CONFEÇÃO DE FRUTA				
Não é responsável ¹				
Sempre responsável	1,59 (0,71-3,52)	0,97 (0,26-3,66)	1,79 (0,89-3,62)	0,78 (0,25-2,44)

¹ Categoria de referência

² Modelo ajustado para todas as variáveis incluídas na tabela; variável significativa (p<0,05)

* <Mediana

** ≥Mediana

para a inclusão social e solidariedade contra a fome e desperdício de alimentos (15). Na Dinamarca, a campanha *Stop Spild Af Mad* constituiu um movimento sem fins lucrativos, instituído pelos consumidores e para os consumidores, destinado à sensibilização e instrução dos mesmos com base em comportamentos que visam a diminuição do desperdício alimentar em ambiente doméstico (16). No mesmo sentido, visando o incremento da sensibilização da população em estudo, foi elaborado um livro educativo, disponível online, reunindo sugestões de receitas que vão ao encontro deste objetivo (17).

O presente trabalho detém, contudo, algumas limitações. O tamanho relativamente reduzido da amostra e a restrição da zona geográfica às localidades abrangidas pelos inquiridores, condicionam a extrapolação dos seus resultados para a totalidade de consumidores em Portugal. Predominam, ainda, os indivíduos de sexo feminino e indivíduos inseridos num agregado familiar sem crianças. O facto de todos os dados serem auto reportados leva a considerar a possível influência da deseabilidade social nas respostas obtidas (13, 18). Apesar das limitações, o estudo apresentado permitiu efetuar uma aproximação sociológica e comportamental, apresentando dados ainda pouco explorados a nível nacional, que suscitam uma orientação face à realização de campanhas de sensibilização destinadas à diminuição do desperdício de HF em ambiente doméstico.

CONCLUSÕES

Na amostra estudada verificou-se que quanto maior a idade do consumidor maior a sua propensão para a menor frequência de desperdício e menor reaproveitamento. Indivíduos da zona centro e sul do país relataram menor frequência de desperdício e maior reaproveitamento. Conclui-se que, neste contexto, a sensibilização do consumidor pode passar por uma adaptação à idade e zona geográfica, articulando o enquadramento sociocultural na formulação da mesma.

AGRADECIMENTOS

A toda a equipa do Movimento Hiper Saudável Continente, pela receptividade, simpatia, incentivo e valorização do trabalho em equipa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Esenyen A. *Want All, Waste All: Exploring Food Waste in the United States* [Student Theses]; Fordham University; 2014.
2. Food and Agriculture Organization of the United Nations. *Global Food Losses And Food Waste, Extent, causes and prevention*. Rome. 2011.
3. European Commission. *Preparatory Study on Food Waste Across EU 27*. 2010.
4. Parlamento Europeu. *Como evitar o desperdício de alimentos: Resolução do Parlamento Europeu, de 19 de janeiro de 2012, sobre como evitar o desperdício de alimentos: estratégias para melhorar a eficiência da cadeia alimentar na UE*. 2012.
5. Baptista P, Campos I, Pires I, Vaz S. *Do Campo ao Garfo, Desperdício Alimentar em Portugal*. Lisboa: CESTRAS; 2012 Dezembro.
6. Quested T, Ingle R, Parry A. *Household Food and Drink Waste in the United Kingdom 2012*. Banbury: Waste and Resources Action Programme, 2013.
7. Martins MJRL. *Avaliação e controlo do desperdício alimentar no almoço escolar nas escolas básicas de ensino público do município do porto – Estratégias para redução do desperdício* [tese de doutoramento]. Porto: FCNAUP; 2014.
8. Quested T, Johnson H. *Household Food and Drink Waste in the UK*. Internet. Banbury: Waste and Resources Action Programme, 2009 1-84405-430-6.
9. Evans D. *Beyond the Throwaway Society: Ordinary Domestic Practice and a Sociological Approach to Household Food Waste*. *Sociology*. 2011;46(1):41-56.
10. Quested T, Parry A. *New estimates for household food and drink waste in the UK*. Internet Banbury: Waste and Resources Action Programme 2011.
11. Hamilton C, Denniss R, Baker D. *Wasteful Consumption in Australia: The Australia Institute*; 2005.

12. Koivupuro H-K, Hartikainen H, Silvennoinen K, Katajajuuri J-M, Heikintalo N, Reinikainen A, et al. *Influence of socio-demographical, behavioural and attitudinal factors on the amount of avoidable food waste generated in Finnish households*. *International Journal of Consumer Studies*. 2012;36:183-91.

13. Abeliotis K, Lasaridi K, Chroni C. *Attitudes and behaviour of Greek households regarding food waste prevention*. *Waste Manag Res*. 2014;32(3):237-40.

14. Waste and Resources Action Programme. *Love Food Hate Waste* [website]. Banbury2007 [Julho, 2014]. Available from: <http://england.lovefoodhatewaste.com/>.

15. Serviço Social do Comércio Departamento Nacional. *Banco de Alimentos e Colheita Urbana, Receitas de Aproveitamento Integral dos Alimentos*. MESA BRASIL SESC - Segurança Alimentar e Nutricional. Rio de Janeiro. 2003.

16. Dreyer+Kvetny Public Relations. *Stop Spild Af Mad* [website]. Copenhagen [Julho, 2014]. Available from: <http://www.stopspildafmad.dk/>.

17. Equipa de Nutrição Continente. *Reaproveite mais, Desperdice menos*. Direção da Qualidade Alimentar ed. 2014.

18. Stefan V, Herpen Ev, Tudoran AA, Lähteenmäki L. *Avoiding food waste by Romanian consumers: The importance of planning and shopping routines*. *Food Quality and Preference* 2012;28:375-81.