



UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA
EMILY FILIPPI

OFERTA DE SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO EM UM SHOPPING DA GRANDE
FLORIANÓPOLIS-SC

EMILY FILIPPI

**OFERTA DE SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO EM UM SHOPPING DA GRANDE
FLORIANÓPOLIS-SC**

Artigo de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Nutrição, da Universidade do Sul de Santa Catarina, como requisito final para aprovação na unidade de aprendizagem TCC II.

Orientadora: Prof^ª. Rosana Henn, MSc.

Palhoça

2022

EMILY FILIPPI

**OFERTA DE SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO EM UM SHOPPING DA GRANDE
FLORIANÓPOLIS-SC**

Este Trabalho de Conclusão de Curso
foi julgado e aprovado em sua forma
final pelo Curso de Nutrição, da
Universidade do Sul de Santa Catarina.

Palhoça, 21 de novembro de 2022.

Prof^a. e orientadora Rosana Henn, Msc.
Universidade do Sul de Santa Catarina

Prof^a. Elisabeth Barth Almeida, MSc.
Nutricionista

Prof^a. Taren Beatriz Ferreira Leite de Oliveira, MSc.
Universidade do Vale do Itajaí

OFERTA DE SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO EM UM SHOPPING DA GRANDE FLORIANÓPOLIS-SC

FOOD SERVICES OFFERED IN A SHOPPING MALL IN THE FLORIANÓPOLIS METROPOLITAN REGION, SANTA CATARINA, BRAZIL

Emily Filippi

Acadêmica do Curso de Nutrição da Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL)

Rosana Henn

Nutricionista, Mestre em Ciência dos Alimentos, Professora e Pesquisadora do curso de Nutrição da UNISUL

RESUMO

A falta de tempo, o excesso de atividades e o trânsito intenso nas grandes cidades contribuem para que as refeições sejam feitas fora do lar. Ambientes como praças de alimentação de shoppings são escolhas frequentes para tal. Esta pesquisa objetivou avaliar a oferta de serviços de alimentação em um shopping da grande Florianópolis-SC. Teve caráter observacional, transversal e quantitativo. Foram identificados e categorizados todos os serviços de alimentação existentes no shopping e realizada sua classificação (saudáveis e não saudáveis). Dos 37 serviços de alimentação, predominaram as sorveterias e lojas de doces em geral (27%), seguidos por lanches rápidos de grandes cadeias (19%); 70% foram considerados “não saudáveis”. Verificou-se que lanches rápidos, principalmente hambúrgueres, são os itens mais pedidos e que praças de alimentação de shoppings não são locais acessíveis para ações de Educação Alimentar e Nutricional. Além disso, o consumo de alimentos saudáveis está condicionado às escolhas individuais.

Palavras-chave: Serviços de alimentação, Comportamento relacionado à alimentação, Tendências na alimentação.

ABSTRACT

The lack of time, the excess of activities and the intense traffic in the big cities contribute for the meals to be made outside home. Environments such as food courts in malls are frequent choices for this purpose. This research aimed to evaluate the supply of food services in a mall in Florianópolis-SC. It had an observational, cross sectional and quantitative character. All existing food services in the mall were identified and categorized and their classification (healthy and unhealthy) performed. Of the 37 food services, ice cream shops and candy stores in general predominated (27%), followed by fast foods from large chains (19%); 70% were considered “unhealthy”. It was found that fast foods, especially hamburgers, are the most requested items and that food courts in malls are not accessible places for Food and Nutrition Education actions. In addition, the consumption of healthy foods is conditioned to individual choices.

Keywords: Food services, Feeding behavior, Diet fads.

INTRODUÇÃO

Desde a década de 1980, o ambiente alimentar vem sofrendo alterações devido ao processo de urbanização e às mudanças nos modos de vida da população (FRANCO *et al.*, 2021). Ele está intimamente ligado a um macroambiente, composto por indústrias alimentícias, políticas e demais fatores relacionados ao perfil de consumo. Ele é considerado como um ambiente adjacente no qual o indivíduo está inserido, englobando o local de moradia e trabalho e o acesso aos alimentos, que determinam suas escolhas de consumo (HENRIQUES *et al.*, 2021).

No contexto atual, considera-se o ambiente alimentar um importante denominador social nas escolhas alimentares. Pode-se definir o ambiente alimentar a partir de quatro extensões: meio físico, econômico, político e sociocultural, que mencionam às distinções de qualidade, promoção, custo, disponibilidade, aspectos socioculturais e significados do alimento para o indivíduo. Os padrões alimentares são influenciados por questões pessoais como cultura, conhecimento, preferência e aceitabilidade e, também, por meio do acesso, disponibilidade, qualidade e preço do alimento. Fatores como a distância do local do trabalho para a residência colaboram para constituir o ambiente alimentar (CUNHA *et al.*, 2022).

É necessário investigar o ambiente alimentar a fim de conferir a qualidade e a disponibilidade dos alimentos ofertados (COSTA *et al.*, 2018). O ambiente onde se vive ou trabalha influencia diretamente na qualidade da alimentação do indivíduo. Uma alimentação adequada só é possível em ambientes que garantam o acesso aos alimentos de qualidade (LOPES; MENEZES; ARAÚJO, 2017).

É cada vez mais recorrente a realização das refeições em ambientes fora do lar. Estudos apontam que praticamente um terço dos gastos das famílias brasileiras, relacionados à alimentação, são utilizados para “comer fora”, além de demonstrarem a preocupação em relação a qualidade dos alimentos consumidos, principalmente em centros urbanos (FRANCO *et al.*, 2021), considerando que os lanches rápidos fazem parte de uma das opções deste comer (MONTEIRO, 2008). A falta de tempo, o deslocamento e a quantidade de atividades contribuem para que os indivíduos façam suas refeições fora do lar (OLIVEIRA, 2019).

Leal (2010) constatou que as escolhas alimentares diárias são determinadas, principalmente, pela vida profissional e hábitos de determinado indivíduo. A refeição que é mais realizada fora de casa, sobretudo durante a semana, é o almoço, realizado na própria empresa ou em restaurantes nos arredores.

Tendo em vista a demanda da necessidade de ambientes alimentares fora do lar, as praças de alimentação de shopping centers são zonas muito exploradas para tal (COLLAÇO, 2004). Um shopping center é uma atmosfera híbrida, por comercializar dos mais variados produtos e serviços, e as praças de alimentação fazem parte desse meio, agradando assim todo o tipo de público (BEVILACQUA, 2018).

As praças de alimentação também são espaços híbridos, objetivos e acessíveis para realizar as refeições, utilizadas como opções para comer fora de casa. Os estabelecimentos são dispostos lado a lado, cada qual com um determinado segmento culinário, onde os comensais escolhem um restaurante, fazem o pedido, após alguns minutos o retiram e escolhem algum lugar da praça para comê-los e em seguida saem (COLLAÇO, 2004).

Considerando o movimento das praças de alimentação, elas podem ser vistas como negativas quando realizar as refeições nesse espaço se dá por obrigação. Mas, ao escolher o shopping de forma livre como local para realizar a refeição, sem depender da rotina, ela passa a ser vista de forma positiva, como momento de lazer (COLLAÇO, 2004).

Este estudo justificou-se pela necessidade de avaliar a qualidade dos alimentos ofertados em praças de alimentação de shoppings centers, pensando principalmente nos clientes que as frequentam diariamente, seja por trabalharem no local ou no seu entorno. Importante também destacar a falta de literatura sobre o tema, que poderá contribuir com a literatura a seu respeito. Diante disso, o objetivo dessa pesquisa foi avaliar a oferta de serviços de alimentação em um shopping da Grande Florianópolis-SC.

METODOLOGIA

Esta pesquisa teve um delineamento observacional, transversal e quantitativo.

O objeto do estudo abrangeu todos os serviços de alimentação de um dos shoppings da grande Florianópolis-SC, selecionado por conveniência.

Os dados foram coletados entre julho e agosto de 2022, por meio de uma lista de verificação elaborada para essa pesquisa.

Primeiramente, foi realizada a identificação e a categorização dos serviços de alimentação existentes no shopping, com classificação adaptada de Saelens *et al.* (2007), a saber: a) restaurante *a la carte*; b) restaurante com bufê livre; c) restaurante por quilo; d) restaurante “prato feito” e) lanches rápidos de grandes cadeias; f) lanches rápidos locais; g) bar; h) cafeteria; i) sorveterias e doces em geral.

Para analisar a qualidade dos serviços de alimentação, foi realizada a verificação dos cardápios oferecidos pelos estabelecimentos que comercializam alimentos, no site oficial do shopping e/ou dos próprios estabelecimentos, a fim de investigar os marcadores da alimentação saudável (frutas, hortaliças e feijão) e não saudável (alimentos ultraprocessados). Essa metodologia vem ao encontro do fato de que a maior disponibilidade, variedade, qualidade e publicidade de alimentos saudáveis, como frutas e hortaliças, podem estar associadas a um maior acesso e, conseqüentemente, consumo destes alimentos; enquanto os mesmos parâmetros para produtos ultraprocessados podem estar associados ao menor consumo de alimentos saudáveis (DURAN *et al.*, 2015).

Também foram verificados, em cada estabelecimento, os preços das três preparações mais vendidas, mediante questionamento aos atendentes.

Os resultados foram organizados em banco de dados do programa *Microsoft Office Excel 2016*[®] e foi utilizada estatística descritiva para apresentação dos resultados. Foi calculada a média e do desvio padrão dos

preços de cada serviço de alimentação (saudáveis e não saudáveis). Em seguida, foi aplicado o Teste t de duas amostras, a fim de verificar diferença estatisticamente significativa entre elas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir da coleta de dados, 37 estabelecimentos compuseram o rol de serviços de alimentação em um shopping da Grande Florianópolis.

A Tabela 1 mostra os resultados sobre a categorização dos tipos de estabelecimentos que comercializam alimentos, bem como a qualidade dos serviços ofertados, a partir dos marcadores da alimentação saudável (frutas, hortaliças e feijão) e não saudável (alimentos ultraprocessados).

Tabela 1: Categorização dos tipos de estabelecimentos que comercializam alimentos e qualidade dos serviços de alimentação em um shopping da Grande Florianópolis, jul./ago. 2022.

Tipos de estabelecimentos	n	%
Restaurante <i>a la carte</i>	03	8
Restaurante com bufê livre	01	3
Restaurante por quilo	03	8
Restaurante “prato feito”	03	8
Lanches rápidos de grandes cadeias	07	19
Lanches rápidos locais	02	5
Bar	04	11
Cafeteria	04	11
Sorveterias e doces em geral	10	27
Total	37	100
Qualidade dos serviços	n	%
Saudável (presença de frutas, hortaliças e feijão)	11	30
Não saudável (presença de alimentos ultraprocessados)	26	70
Total	37	100

Conforme a Tabela 1, é possível verificar que 27% (n=10) dos estabelecimentos eram compostos por sorveterias e doces em geral, seguidos por lanches rápidos de grandes cadeias (19%, n=07). Bares e cafeterias representaram 11% (n=04) cada.

De acordo com a qualidade dos serviços de alimentação pesquisados, apenas 30% (n=11) foram classificados como saudáveis, pois apresentaram a maioria do cardápio adequado a esta classificação. Mas, é importante destacar que nenhum estabelecimento foi classificado como totalmente saudável, pois mesmo com a presença de hortaliças, frutas e feijão, havia também a presença de frituras, massas, embutidos e alimentos ultraprocessados. Outro ponto notado foi a forma de preparo dos alimentos, que normalmente ocorrem em grandes proporções, exigindo uma grande quantidade de óleo e sal para manter a palatabilidade. Foi possível perceber também a grande quantidade de oferta de chocolates, sorvetes e doces em geral e o excesso de frituras e ultraprocessados presentes nos cardápios.

Com o passar dos anos, o padrão alimentar da população passou por mudanças relacionadas à qualidade e quantidade dos alimentos, com uma excessiva ingestão de alimentos com alto valor calórico, propiciando o aumento de peso e o desenvolvimento da obesidade (SANTOS, 2019; REGO, 2018). Nota-se que o ambiente alimentar é um importante determinante na ingestão alimentar da população e são diversos os fatores influenciadores das escolhas e comportamento alimentar (CUNHA *et al.*, 2022). Ele pode interferir de maneira positiva ou negativa sobre a escolha alimentar e a saúde das pessoas. Torna-se confusa uma escolha alimentar saudável em ambientes antagônicos, conhecidos como ambientes obesogênicos, desmotivando assim o consumo de alimentos saudáveis devido a sua acessibilidade e custo (FRANCO, 2021). Apesar de os ambientes obesogênicos não serem promotores de saúde, são eles que atendem as necessidades da população, de maneira prática e rápida, com a oferta de lanches rápidos e alimentos industrializados. Sabe-se que o elevado acesso a ambientes não saudáveis propicia o ganho de peso e consequentemente o sobrepeso e obesidade (OLIVEIRA *et al.*, 2021).

Destaca-se também que os alimentos ultraprocessados ocasionam o aparecimento de doenças crônicas como diabetes, hipertensão, depressão e obesidade, pois são cheios de conservantes, açúcares, sódio, gorduras e aditivos que propiciam hábitos alimentares não saudáveis e aumentam o consumo energético (COSTA *et al.*,

2021). Santos *et al.* (2020) apontaram que o consumo de alimentos industrializados tem relação também com a renda familiar, que interfere diretamente na qualidade e na disponibilidade dos alimentos. O tempo livre para o preparo dos alimentos também influencia para um maior consumo de industrializados.

De acordo com Silva e Silva (2021), os gêneros alimentícios que mais chamariam a atenção de moradores e flutuantes de Manhuaçu-MG, caso fosse implantada uma praça de alimentação na cidade, seriam os lanches rápidos e as hamburguerias, mostrando o apelo por refeições rápidas. Já em um estudo realizado por Bevilacqua *et al.* (2018), com frequentadores e funcionários de um shopping de Maringá-PR, foi possível perceber que grande parte dos entrevistados frequentavam o local pela oferta de serviços e alimentação.

A preferência por lanches rápidos provavelmente está relacionada com a satisfação do paladar, integrada aos excessos de gorduras saturadas, gorduras trans e sódio. Lanches rápidos podem causar vício, gerando a necessidade de comer independentemente de estar satisfeito ou não, e a indústria, sabendo disso, elabora produtos de forma a instigar as pessoas a comerem cada vez mais. O consumo de produtos desse tipo causa sérios danos à saúde, pois age no córtex singulado, região do cérebro acionada por excitações prazerosas (FUKE *et al.*, 2015).

Sobre a oferta de sorvetes e doces em geral visualizada no shopping, destaca-se que o açúcar é uma das principais fontes energéticas alimentares, e seu consumo, de acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS, 2015), deve ser de, no máximo, 10% das calorias diárias. Considerando uma dieta de 2.000 calorias, esse percentual equivale a 50 gramas de açúcar por dia (cerca de dez colheres de chá). Porém, estudos confirmam que seu consumo é de quase o triplo do recomendado e as fontes mais ingeridas são os ultraprocessados (PEREIRA; AMORIM, 2019). Quando consumido em excesso, o açúcar causa efeitos negativos à saúde. A ingestão alimentar fica comprometida devido a um alto nível de energia e poucos nutrientes, podendo levar à obesidade. O açúcar age de maneira direta no cérebro, com a ação dos hormônios grelina, dopamina e leptina, de forma a diminuir o prazer pela comida e induzindo o sujeito a consumir mais (REGO, 2018).

Com base nos resultados da presente pesquisa, as melhores opções no shopping para elaborar um prato mais saudável foram os restaurantes *a la carte*, bufê e a quilo, representados por apenas 19% dos serviços analisados. Neles é possível que o próprio indivíduo faça suas escolhas de forma mais consciente, fato que corrobora com a pesquisa realizada por Santos *et al.* (2011), na qual foi possível identificar que restaurantes *a la carte*, bufê e a quilo podem ser uma opção saudável para refeições fora do lar. Sigrist (2021) afirma que os alimentos-base da cozinha brasileira - o arroz e o feijão - são sempre encontrados em restaurantes a quilo, o que permite consumir alimentos pertencentes ao patrimônio alimentar brasileiro. A oferta de legumes e verduras cruas é também uma vantagem dos restaurantes a quilo.

A partir da avaliação dos preços dos serviços de alimentação, os estabelecimentos classificados como “saudáveis” tiveram média de preço de R\$49,87(±1,40); já os “não saudáveis” tiveram média de R\$41,44 (±0,84). Não foi verificada diferença estatisticamente significativa entre as médias de preços ($p=0,56$). A pequena diferença de preço entre os saudáveis e não saudáveis talvez seja suficiente para induzir às escolhas não saudáveis, considerando que, de acordo com Franco *et al.* (2021), praticamente um terço dos gastos das famílias brasileiras, relacionados a alimentação, são utilizados para “comer fora”.

Conforme os resultados, os produtos alimentícios mais vendidos nos setores de lanches rápidos foram os variados sabores de hambúrgueres, que basicamente se resumem à alta quantidade de carboidratos, gorduras e sódio. Apesar de parecer óbvio que as gorduras, os carboidratos, o excesso de sódio e de açúcar dos ultraprocessados não são saudáveis, o estudo de Fuke *et al.* (2015), realizado com estudantes do ensino médio e ensino superior, em uma cidade do Rio Grande do Sul, demonstrou que alimentos ricos em gordura, colesterol e alto teor de sal geram mais prazer, sendo assim mais palatáveis e preferidos nas escolhas.

Com base na pesquisa teórica e de campo, os produtos alimentícios mais atraentes foram os lanches rápidos de grandes cadeias e os sorvetes e doces em geral, seja pelos preços mais atraentes, no caso de quem faz as refeições diariamente fora de casa, seja por sabores mais palatáveis, buscados em momentos de lazer, durante um passeio no shopping. Foi possível verificar que as escolhas de maior preferência dos clientes foram os hambúrgueres, dos mais variados tipos e sabores. Todos os estabelecimentos que possuíam hambúrgueres nos cardápios citaram pelo menos um tipo dentre as três preparações de maior saída, ficando clara a preferência pela sensação de prazer ao realizar uma refeição fora do lar.

CONCLUSÃO

A análise da oferta dos serviços de alimentação de um shopping da grande Florianópolis demonstrou que no local há opções de alimentos saudáveis. Nos restaurantes a quilo, por exemplo, é possível montar um prato saudável, mesmo com a presença de alimentos não saudáveis à disposição.

Em contrapartida, 70% dos serviços de alimentação foram classificados como não saudáveis. Sabendo que comer fora é uma necessidade da atualidade, utilizar o ambiente dos shoppings para realizar as refeições não é a melhor escolha, tendo em vista que o local não é promotor de alimentação saudável e sim um ambiente obesogênico.

Nesse sentido, destaca-se que quem se alimenta no shopping eventualmente, em um dia de lazer, talvez não seja afetado por esse ambiente com poucas opções saudáveis. Mas, funcionários do shopping e de empresas localizadas em seu entorno, que necessitam realizar suas refeições no local, podem ser prejudicados com relação à qualidade da sua alimentação diária.

Acreditava-se que a escolha pelos alimentos não saudáveis era decorrente de uma diferença de preços a favor dessa categoria, fato que não foi observado, não justificando então a preferência pelos não saudáveis.

Deve-se levar em consideração também os interesses econômicos do shopping, que ao projetar uma praça de alimentação, visa o retorno financeiro, independente de conter estabelecimentos promotores da alimentação saudável. Percebe-se que não é um local acessível para ações de Educação Alimentar e Nutricional, e o consumo de alimentos saudáveis está condicionado às escolhas individuais.

Para estudos futuros, sugere-se realizar uma pesquisa que trace o perfil dos clientes que frequentam o shopping e que costumam usufruir das praças de alimentação, incluindo seus hábitos de consumo alimentar no local.

REFERÊNCIAS

BEVILACQUA, L. M.; SILVA, M. M.; OLIVEIRA, J. S.; NAKATA, T. T. Percepções e usos dos espaços de shoppings centers: um estudo na cidade de Maringá. **Caderno de Gestão e Empreendedorismo**, v. 6, n. 3, p. 1-13, 2018.

COLLAÇO, J. H. L. Restaurante de comida rápida, os fast-foods, em praças de alimentação de shopping centers: transformações no comer. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, n. 33, p. 116-135, jan./jun. 2004.

COSTA, B. V. L.; FREITAS, P. P.; MENEZES, M. C.; GUIMARÃES, L. M. F.; FERREIRA, L. F.; ALVES, M. S. C.; LOPES, A. C. S. Ambiente alimentar: validação de método de mensuração e caracterização em território com o Programa Academia da Saúde. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 34, n. 9, p. e00168817, 2018.

COSTA, C. S.; SATTAMINI, I. F.; STEELE, E. M.; LOUZADA, M. L. C.; CLARO, R. M.; MONTEIRO, C. A. Consumo de alimentos ultraprocessados e associação com fatores sociodemográficos na população adulta das 27 capitais brasileiras (2019), **Revista de Saúde Pública**, v. 55, 2021.

CUNHA, C. M. L.; CANUTO, R.; ROSA, P. B. Z.; LONGARAI, L. S.; SCHUCH, I. Associação entre padrões alimentares com fatores socioeconômicos e ambiente alimentar em uma cidade do sul do Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 27, n. 2, p. 687-700, 2022.

DURAN, A. C.; LOCK, K.; LATORRE, M. D. R. O.; JAIME, P. C. Evaluating the use of in-store measures in retail food stores and restaurants in Brazil. **Revista de Saúde Pública**, v. 49, n. 80, p. 1-10, 2015.

FRANCO, J. V.; GARCIA, M. T.; CANELLA, D. S.; LOUZADA, I. R.; BÓGUS, C. M. Ambiente alimentar das estações de metrô: um estudo no município de São Paulo, Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 26, n. 8, p. 3187-3198, 2021.

FUKE, G.; D'AVILDA, H.; HUEGEL, C.; MAARQUES, T. *Fast food e slow food* – duas culturas, dois modos de vida. **Nutrição Brasil**, v. 14, n.1, 2015.

HENRIQUES, P.; ALVARENGA, C. R. T.; FERREIRA, D. M.; DIAS, P. C.; SOARES, D. S. B.; BARBOSA, R. M. S.; BURLANDY, L. Ambiente alimentar do entorno de escolas públicas e privadas:

oportunidade ou desafio para alimentação saudável? **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 26, n. 8, p. 3135-3145, 2021.

LEAL, D. Crescimento da alimentação fora do domicílio. **Segurança Alimentar e Nutricional**, Campinas-SP, v. 17, n. 1, p. 123-132, 2010.

LOPES, A. C. S.; MENEZES, M. C.; ARAÚJO, M. L. O ambiente alimentar e o acesso a frutas e hortaliças: “uma metrópole em perspectiva”. **Saúde e Sociedade**, São Paulo, v. 26, n. 3, p. 764-773, 2017.

MONTEIRO, K. **Nem toda a comida de shopping center é McDonald’s**. Estudo de caso na praça de alimentação do Iguatemi Porto Alegre. Dissertação (Pós-graduação em Ciências Sociais), Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Porto Alegre, p. 256, 2008.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. **Diretriz: Ingestão de açúcares para adultos e crianças**. 2015. Disponível em: <https://www.paho.org/hq/dmdocuments/2015/NOTA-DIRECTRIZ-AZUCAR-POR-EDITADO.pdf>

OLIVEIRA, A. L. **Atributos determinantes da escolha de consumo de alimentação fora do lar: uma análise de um shopping em Fortaleza**. Monografia (Graduação em Administração), Universidade Federal do Ceará, p. 57, 2019.

OLIVEIRA, L. C. S.; SOUZA, J. C. N.; SOUZA, F. O.; COSTA, M. L.; MENDES-NETTO, R. S.; LOUREIRO, D. C.; FAGUNDES, A. A. Ambiente obesogênico: uma cartografia do ambiente alimentar comunitário de uma capital do Nordeste. **Society and Development**, v. 10, n. 11, 2021.

PEREIRA, V. E. A.; AMORIM, M. F. **O contexto da obesidade e sua relação com o consumo excessivo açúcar**. 2019.

REGO, I. N. **Associação entre estado nutricional, consumo de açúcar e cárie dentária em crianças de até 12 anos**. Dissertação (Pós-graduação em Odontologia), Universidade Federal do Amazonas, 2018.

SAELENS, B. *et al.* Nutrition Environment Measures Study in Restaurants (NEMS-R): development and evaluation. **American Journal of Preventive Medicine**, v. 32, n. 4, p. 273-281, 2007.

SANTOS, P. V. **Consumo alimentar em escolares com sobrepeso e obesidade**. Monografia (Graduação em Nutrição), Faculdade Maria Milza, 2019.

SANTOS, A. V. C.; SILVA, C. O. B.; PINTO, G. A. S. G.; PAIM, K. L.; GAEFKE, N. P.; SANTOS, T. D. M.; QUINONES, E. M.; ARES, N. C.; GIOVANINI, E. C. Efeitos maléficos dos produtos industrializados na alimentação de crianças e adolescentes: uma revisão bibliográfica. **Revista Científica das Faculdades de Medicina, Enfermagem, Odontologia, Veterinária e Educação Física**, v. 2, n. 4, 2020.

SIGRIST, M. Restaurantes a quilo: uma solução brasileira para alimentação dos imigrantes franceses em Salvador (Bahia). **Vivência: Revista de Antropologia**, v. 1, n. 58, 2021.

SILVA, F. M.; SILVA, I. C. C. **Praça de alimentação – um estudo sobre a demanda na cidade de Manhuaçu**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Arquitetura e Urbanismo), UNIFACIG Centro Universitário, 2021.