

Apesar da importância atribuída pelos pais à primeira refeição do dia

## Estudo sobre pequeno almoço das crianças revela escolhas menos saudáveis

*Linda-a-Velha, 23 de outubro de 2019* – O estudo de *Avaliação da Composição do Pequeno Almoço de Crianças dos 3 aos 10 anos em Portugal*, desenvolvido pela Keypoint e promovido no âmbito dos 20 anos do programa “Nestlé por Crianças Mais Saudáveis” – implementado nas escolas portuguesas em parceria com a Direção-Geral da Educação – revela que, apesar da importância atribuída pelos pais a esta refeição, nem sempre são tomadas as opções mais saudáveis no que toca ao pequeno almoço dos seus filhos.

O estudo agora apresentado mostra que **a quase totalidade (99,6%) das crianças inquiridas toma o pequeno-almoço diariamente**, 95% das quais em casa e 90,5% com companhia. Em 82% dos casos, as crianças são envolvidas na escolha daquilo que vão comer, mas 53% não participa na sua preparação. É, contudo, notório o aumento da participação na escolha do pequeno-almoço e no auxílio da sua preparação com o aumento da faixa etária.

Quando chega a hora de fazer escolhas, **os alimentos mais frequentemente consumidos** ao pequeno almoço pelas crianças entre os 3 e os 10 anos incluídas no estudo são **leite** (57,2%), **pão** (47,2%) e **cereais** (31,3%). O alimento mais frequentemente consumido pelas crianças entre os 3 e os 5 anos é leite (67,1%), seguido de pão (38,1%). Já as crianças entre os 6 e os 10 anos consomem mais frequentemente pão ao pequeno-almoço (53,4%) e em seguida leite (50,6%). Em ambos os grupos etários, cereais é o terceiro alimento consumido com mais frequência (22,4% no grupo [3-5] anos e 36,3% no grupo [6-10] anos).

Verifica-se ainda que **menos de um quinto das crianças (17%) consome fruta** ao pequeno-almoço e o consumo de fruta é mais frequente nas crianças cujo pequeno almoço habitual é apenas leite simples (22%).



Good Food, Good Life

Por outro lado, as crianças avaliadas cujo pequeno almoço habitual inclui **pão** (leite simples e pão, ou leite com chocolate e pão), **consomem maioritariamente carcaça ou semelhante** (74% e 78%, respetivamente), habitualmente com manteiga.

Constata-se ainda que **os hábitos de pequeno-almoço não mudam ao longo da semana**, pelo que no caso da maior parte das crianças incluídas no estudo (71%), o pequeno-almoço que comem durante a semana é igual ao que comem ao fim-de-semana ou nas férias.

De salientar pela positiva que, no que toca à **atitude dos pais/cuidadores relativamente à alimentação e à importância atribuída ao pequeno-almoço**, os inquiridos atribuem importância máxima – numa escala de 1 a 6 – à primeira refeição do dia, tanto no que diz respeito à saúde (81%), como ao crescimento (79%) e à atenção/concentração da criança (74%). A importância do pequeno-almoço para a atenção/concentração da criança parece ser mais valorizada por pais/cuidadores de crianças em idade de ensino básico (grupo etário dos 6 aos 10 anos de idade).

*“Através deste estudo, percebemos que os pais e cuidadores nem sempre fazem as melhores opções relativamente à composição do pequeno almoço das suas crianças, apesar de a maioria conseguir reconhecer a importância desta refeição para a saúde, crescimento e nível de atenção dos mais pequenos”, explica Ana Leonor Perdigão, nutricionista e responsável pelo programa. “É por isso que são fundamentais iniciativas como o ‘Nestlé por Crianças Mais Saudáveis’, que ajudam as famílias a adotar hábitos de vida mais saudáveis. Este estudo revela a importância de prosseguir com o nosso trabalho nas escolas e continuar a disponibilizar informação aos pais”.*

O estudo, realizado pela Keypoint para a Nestlé, incidiu sobre uma amostra de 1086 indivíduos, representativa da população residente em Portugal, referente a crianças entre os 3 e os 10 anos de idade, através da aplicação de um inquérito presencial aos seus pais e/ou cuidadores.

#### **Sobre “Nestlé por Crianças Mais Saudáveis”**

A Nestlé, através da sua iniciativa global “Nestlé por Crianças Mais Saudáveis” assumiu o compromisso de ajudar 50 milhões de crianças a viver de forma mais saudável até 2030. O objetivo da Companhia é dar suporte aos pais e aos cuidadores para que estes possam ajudar os seus filhos a terem uma vida mais saudável, apoiada na pesquisa e desenvolvimento em nutrição que a Nestlé leva a cabo todos os dias e que se reflete numa constante inovação no seu portefólio e num contínuo trabalho de educação alimentar que promove nas escolas.

Da mesma forma, o programa global da Nestlé dedicado às crianças está também focado em reduzir, de forma transversal ao seu portefólio, os teores de sal, açúcar e gordura saturada, com a simultânea inclusão de ingredientes saudáveis, como vegetais e cereais ricos em fibra. Ajudar as famílias a adotar hábitos de vida mais saudáveis é outro dos objetivos que a Companhia persegue, através da disponibilização de informação transparente, de receitas simples, com dicas de cozinha e de estilos de vida ativos para os mais novos. Conhecer mais profundamente as



Good Food, Good Life

necessidades nutricionais das crianças tem sido um fator crítico para um melhor acompanhamento em nutrição, saúde e bem-estar.

#### **Sobre a Nestlé**

A Nestlé é a maior companhia mundial de alimentação e bebidas. Está presente em 189 países em todo o mundo e os seus 323.000 Colaboradores estão comprometidos com o seu propósito de “Melhorar a qualidade de vida e contribuir para um futuro mais saudável”. A Nestlé oferece um vasto portefólio de produtos e serviços para as pessoas e para os seus animais de companhia ao longo das suas vidas. As suas mais de 2000 marcas variam de ícones globais como Nescafé ou Nespresso, até marcas locais amplamente reconhecidas como CERELAC, NESTUM e SICAL. A performance da Companhia é orientada pela sua estratégia de Nutrição, Saúde e Bem-estar. A Nestlé está sediada na vila suíça de Vevey, onde foi fundada há mais de 150 anos.

Em Portugal, a Nestlé está presente desde 1923 e tem atualmente 2066 Colaboradores, tendo gerado em 2018 um volume de negócios de 500 milhões de euros. Conta atualmente com duas fábricas (Porto e Avanca), um centro de distribuição (Avanca) e cinco delegações comerciais espalhadas pelo Continente e pelas ilhas.