

Nutrição

## **ROTULAGEM, QUALIDADE NUTRICIONAL, MARKETING E CUSTO DE PRODUTOS DE PESCA E PESCADOS**

Amanda de Holanda Cavalcanti Branco - 8º módulo de Nutrição, UFLA, iniciação científica voluntária

Dr.<sup>a</sup> Mariana Mirelle Pereira - Orientadora, DNU, UFLA - Orientador(a)

### **Resumo**

Visando avaliar a qualidade nutricional, o custo e as estratégias de marketing de pescados e produtos de pesca, um estudo quantitativo foi conduzido. Para isso, foram coletados dados, analisando as informações presentes nas embalagens e rótulos nutricionais dos alimentos. Foi realizado um estudo transversal de natureza exploratória quantitativa, de forma remota, por meio de consulta a sites e aplicativos de compra. Na embalagem dos alimentos foram pesquisadas as seguintes informações: nome, marca, tamanho da embalagem, lista de ingredientes, tabela nutricional, peso líquido e prazo de validade, baseado nas recomendações das legislações vigentes. Foi definido o grau de processamento dos alimentos e perfil de nutrientes, além da pesquisa da presença de alegações nutricionais, alegações de propriedade funcional e de saúde, bem como utilização de estratégias de marketing. Nesse estudo foram analisados 60 alimentos do grupo dos produtos e os resultados revelaram a predominância de alimentos in natura ou minimamente processados (75%), seguidos pelos alimentos ultraprocessados, que representaram 20% da amostra. Os alimentos in natura ou minimamente processados são feitos exclusivamente com ingredientes in natura e apresentaram o maior teor proteico, além do maior percentual de alimentos com perfil de nutrientes saudáveis pela classificação OPAS. Já entre os alimentos processados e ultraprocessados não foi identificada nenhuma amostra com perfil de nutrientes saudável. Nenhum alimento analisado na pesquisa foi elaborado com ingredientes transgênicos ou orgânicos. Em relação às alegações nutricionais, notou-se que foram mais comuns em produtos ultraprocessados e também, de uma forma geral, a maioria usavam técnicas de marketing, sendo a mais usada a técnica de promoção de aspectos sensoriais. Quanto ao custo dos alimentos, os in natura e minimamente processados foram os mais baratos, enquanto os processados foram os mais baratos em relação à porção. Portanto, o presente trabalho demonstra que grande parte dos pescados e produtos de pesca são in natura ou minimamente processados, mas não são os alimentos com menor alegação nutricional ou estratégia de marketing, como também, o maior custo comparado à processados e ultraprocessados.

Palavras-Chave: Produtos de pesca, Pescados, Alimento.

Instituição de Fomento: Universidade Federal de Lavras

Link do pitch: <https://www.youtube.com/watch?v=vpBh9rDeAds>