

Nutrição

## **ROTULAGEM NUTRICIONAL, MARKETING, ALEGAÇÕES, CUSTO E SUA RELAÇÃO COM A QUALIDADE NUTRICIONAL DE BISCOITOS DOCES COMERCIAIS**

Chayane Pereira Alves - 9º módulo de Nutrição, UFLA, bolsista PIBIC/UFLA

Mariana Mirelle Pereira Natividade - Orientadora DNU, UFLA - Orientador(a)

Rafaela Corrêa Pereira - Coorientadora DCA, IFMG

### **Resumo**

Os biscoitos possuem um papel significativo na alimentação dos brasileiros por sua conveniência e longa vida útil, o que contribuiu para o aumento do consumo ao longo do tempo, sendo encontrados em 90% dos lares no Brasil, levantando preocupações sobre a composição e valor nutricional dos biscoitos. Assim, é necessário realizar pesquisas aprofundadas nessa área para fornecer informações precisas aos consumidores, permitindo que façam escolhas alimentares mais conscientes. Diante disso, objetivou-se avaliar a qualidade nutricional, custos, estratégias de marketing e alegações associadas a biscoitos doces, com base na rotulagem nutricional. Foram coletados dados desses produtos na plataforma de comércio eletrônico Pão de Açúcar, onde dos rótulos foram retiradas informações como ingredientes, estratégias de marketing, alegações nutricionais, funcionais e de saúde. Os biscoitos foram classificados de acordo com o grau de processamento, seguindo a classificação NOVA, e com base no perfil de nutrientes, conforme proposto pela Organização Pan-Americana de Saúde (OPAS). Dos 170 biscoitos elegíveis para a pesquisa, 96,5% foram classificados como ultraprocessados e apenas 3,5% foram classificados como processados. Dos ultraprocessados, 31,3% apresentaram três ou mais critérios inadequados segundo o perfil OPAS, enquanto que dos processados, 16,70% apresentaram três ou mais critérios inadequados, mostrando um perfil de nutrientes melhor. Os biscoitos processados não apresentaram alegações nutricionais, enquanto que os ultraprocessados apresentaram 10,40% utilizando de duas ou mais alegações nutricionais simultaneamente. Entretanto apenas 12,9% de produtos utilizam estratégias de marketing, prevalecendo os ultraprocessados. Em relação aos custos, os biscoitos classificados como ultraprocessados eram mais acessíveis, com um custo médio de R\$7,04 por 100g, enquanto os biscoitos processados tinham um custo médio de R\$10,74 por 100g. Assim foi possível constatar que os biscoitos doces apresentaram perfis não saudáveis e os ultraprocessados apesar de ser a classe que mais obteve critérios inadequados, foi a mais propensa a incluir alegações nutricionais e estratégias de marketing em seus rótulos, além de ser a mais acessível em termos de custo. Esses resultados ressaltam a necessidade de novas formas de veiculação do produto, fornecendo informações claras e sem ambiguidades aos consumidores, ajudando-os a fazer escolhas alimentares mais conscientes.

Palavras-Chave: Alimentos industrializados, Legislação de alimentos, Rotulagem de alimentos.

Instituição de Fomento: UFLA

Link do pitch: [https://youtu.be/ppA39ff58Cs?si=q4ycrZAgtxG9\\_WB](https://youtu.be/ppA39ff58Cs?si=q4ycrZAgtxG9_WB)