

Nutrição

## **Projeto de Rotulagem Nutricional dos Alimentos Gelados Comestíveis**

Taynara de Oliveira Ferreira - 3º módulo de Nutrição, UFLA, bolsista PIBIC/FAPEMIG

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

Rafaela Corrêa Pereira - Coorientador docente do IFMG Bambuí

### **Resumo**

Os rótulos são ferramentas de grande importância para que o consumidor faça escolhas alimentares adequadas, ainda quando se considera o fato de que os alimentos industrializados estão presentes na alimentação cotidiana em números crescentes, seja compondo as refeições principais ou como sobremesas, como é o caso dos gelados comestíveis. Diante disso, objetivou-se avaliar a qualidade nutricional, técnicas de marketing, alegações e custo de gelados comestíveis. Coletou-se de forma remota informações presentes na embalagem e rotulagem nutricional dos produtos: nome do produto, marca, tamanho da embalagem, lista de ingredientes, tabela nutricional, tamanho da porção, presença ou não de alegações nutricionais, funcionais e de saúde, como também custo e técnicas de marketing. Ao todo, analisou-se 103 produtos, que foram classificados como: processados (6,80%) e ultraprocessados (93,20%). Não houve produtos classificados como minimamente processados. De acordo com o perfil OPAS de nutrientes, nos alimentos processados, 28,60% possuíam excesso de gorduras totais e saturadas e 28,60% apresentavam três ou mais critérios inadequados. Nos alimentos ultraprocessados, 50% apresentam 3 ou mais critérios inadequados pelo perfil de nutrientes OPAS e 20,8% mostraram excesso de gorduras totais. Os alimentos ultraprocessados também apresentaram maior número médio de ingredientes ( $n = 96$ ) e a maior presença de aditivos (43,99%) na sua composição, além de alto valor energético (209,08 Kcal), elevados teores de açúcares (11,78g/100g) e sódio (70,41mg/100g). Já os gelados processados mostraram maior percentual de edulcorantes (3,39%) e menor valor energético (169,98 Kcal/100g). Em relação às estratégias de marketing, 81,60% dos alimentos empregavam alguma técnica e nenhum apresentou alegação funcional ou de saúde. Todos os alimentos processados com alegação nutricional possuíam a alegação “sem adição de açúcares”, enquanto nos ultraprocessados foi identificado o uso da alegação “sem adição de açúcares” (2,10%) e “fonte de fibra alimentar” (1,10%). Sobre o custo, os gelados ultraprocessados tiveram o menor custo médio em 100g (R\$7,57). Logo, concluiu-se que a maioria dos gelados comestíveis avaliados são ultraprocessados, possuem composição nutricional insatisfatória e fazem uso de estratégias de marketing para incentivar o consumo, além de possuírem um custo mais baixo, o que pode fomentar seu consumo, apesar de não serem alimentos adequados. Agradecimento ao PIBIC/UFLA.

Palavras-Chave: Ultraprocessados, custos, técnicas de marketing.

Instituição de Fomento: PIBIC/FAPEMIG

Link do pitch: <https://youtu.be/Wc8LQ8DM430>