

Nutrição

**Avaliação da qualidade nutricional, estratégias de marketing e custo de diferentes verduras, hortaliças e conservas vegetais por meio da rotulagem nutricional.**

Paula Karoline Nascimento Abreu - 9º módulo de Nutrição, UFLA, bolsista PIBIC/UFLA.

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

**Resumo**

O consumo de vegetais e hortaliças é crescente na população brasileira, inclusive os que apresentam algum grau de processamento, devido à praticidade de preparação. E nesse contexto, a rotulagem de alimentos deve servir para auxiliar o consumidor a realizar escolhas alimentares mais adequadas. Diante disso, o objetivo deste trabalho foi avaliar a qualidade nutricional, as estratégias de marketing e o custo de verduras, hortaliças e conservas vegetais industrializadas utilizando a rotulagem nutricional. Dados relacionados à lista de ingredientes, tabela nutricional, custo e estratégias de marketing foram obtidos por meio da avaliação das embalagens dos produtos, bem como dos dados disponíveis no site de comercialização. Também se avaliou a classificação dos alimentos por grau de processamento e o perfil de nutrientes pelo critério OPAS. A amostra foi constituída de 97 vegetais industrializados, comercializados principalmente sob a forma congelada, enlatada e molhos prontos. Foi possível identificar que o número médio de ingredientes dos produtos ultraprocessados (UP) foi muito superior ( $n= 19,21$ ) ao dos minimamente processados (MP) ( $n=1,88$ ). O mesmo pode ser observado no percentual de aditivos, que nos processados (P) foi de 19,13%, nos UP 19,21% e nos MP de 0%. Além disso, os UP apresentaram teor médio de sódio por 100g muito elevado (516,77 mg) quando comparados aos MP (10,75mg). Arelado a isso, apenas 5% dos UP foram considerados saudáveis pelo perfil de nutrientes da OPAS, enquanto 76,5% dos MP se enquadraram em tal categoria. Ademais, o custo por porção e por caloria dos produtos P e UP foi inferior ao dos MP, situação que somada a utilização excessiva de técnicas de marketing, incentiva o consumo dos UP, já que em 65% dos mesmos foi encontrada alguma estratégia, sendo a de naturalidade, predominante. Além disso, nenhum UP estava isento delas, enquanto 29,4% dos MP não possuía nenhuma. Não foram identificadas alegações nutricionais, funcionais ou de saúde nos alimentos da amostra. Conclui-se que quanto maior o grau de processamento das verduras, hortaliças e conservas vegetais, maior o número de ingredientes, aditivos alimentares, teores de sódio, gorduras totais e saturadas. Além disso, são alimentos que utilizam diversas estratégias de marketing para promover o consumo. Contudo, apesar de serem vegetais, acredita-se que o consumo cotidiano de tais alimentos não se configura como algo benéfico à saúde humana pela baixa qualidade nutricional.

Palavras-Chave: Composição nutricional, Perfil de nutrientes, Rótulos.

Instituição de Fomento: PIBIC-UFLA

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