COMPOSIÇÃO NUTRICIONAL E PREÇO DE PRODUTOS INTEGRAIS E CONVENCIONAIS COMERCIALIZADOS EM UM SUPERMERCADO DE REDE NACIONAL DO BRASIL

LEON, Carolina Owergoor[1] (carol.owergoor@gmail.com); **MOREIRA, Caroline Camila**[2] (carolinemoreira@ufgd.edu.br)

[1]Discente do curso de Nutrição UFGD – Dourados.
[2]Docente do curso de Nutrição UFGD – Dourados.

Padrões de alimentação da população estão mudando rapidamente na grande maioria dos países, ocorrendo assim, o aumento do consumo de ultraprocessados e consequentemente o desequilíbrio na oferta de nutrientes e na ingestão excessiva de calorias. Em resposta ao elevado consumo de produtos industrializados e o interesse da população por alimentos mais saudáveis, grandes empresas mundiais lançaram produtos alternativos com apelo nutricional, como os integrais, os quais possuem maior aporte de fibras. Sendo assim, o objetivo deste trabalho foi comparar a composição nutricional e o preço de produtos industrializados integrais e convencionais. Estudo transversal realizado em Dourados-MS, por meio do censo (agosto/2018) de biscoitos, torradas, pães e cereais matinais disponíveis em estabelecimento pertencente a uma das maiores redes de supermercados do Brasil. Foram coletadas as seguintes informações dos rótulos dos produtos: informação nutricional por porção (energia, carboidratos, proteínas, gorduras totais e saturadas, fibras e sódio), preço unitário, peso da porção e peso líquido do produto. Para comparar a composição nutricional e o preço entre produtos integrais e convencionais foram utilizados os testes U Mann-Whitney ou T de Student, conforme normalidade da distribuição dos dados. Foi considerado o valor de $p<0,05$ como diferença estatística significativa. Para as análises, foi utilizado *Stata*® versão 11.0 (*Statacorp*, College Station TX, USA). Foram analisados 103 produtos sendo 59 (57,3%) integrais, os quais apresentaram maior quantidade de fibras e proteínas, menor quantidade de sódio, e preço mais elevado ($p<0,05$). O emprego isolado de determinado ingrediente/nutriente, como a adição de fibras, não conferem uma melhora no perfil nutricional global dos produtos. O preço mais elevado de produtos integrais não corresponde a um melhor perfil nutricional. O *marketing* nutricional veiculado pela indústria alimentícia em produtos integrais pode estar confundindo os consumidores quanto a real saudabilidade dos produtos, e por consequência, persuadindo-os a consumir produtos ultraprocessados como saudáveis. Fica clara a necessidade de padronização dos critérios de utilização dessa terminologia nos rótulos dos produtos, e sugere-se aos órgãos competentes o estabelecimento de um padrão de identidade e qualidade destinado aos produtos integrais.

Palavras-chave: alimentos industrializados, informação nutricional, alimentos integrais.

Agradecimentos: Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) pela concessão de bolsa de iniciação científica ao primeiro autor