

Estado nutricional e comportamento de consumo de produtos alimentícios por acadêmicos de um Centro Universitário, Várzea Grande, 2019

Nutritional status and consumption behavior of food products by academics of a University Center, Várzea Grande, 2019

DOI:10.34119/bjhrv4n4-108

Recebimento dos originais: 27/06/2021

Aceitação para publicação: 27/07/2021

Halana Coelho dos Santos

Graduada em Nutrição, pelo Centro Universitário de Várzea Grande - UNIVAG
Instituição : Nutricionista de Unidades de Alimentação e Nutrição - Triunfo Refeições Coletivas

Endereço: Rua Ana Cavalcante Garcia . 645 - Rondonópolis - MT

E-mail: lanasantoscoelho@gmail.com

Isabela Naira Ferro

Graduada em nutrição, pelo Centro Universitário de Várzea Grande - UNIVAG
Instituição: Profissional Autônoma

Endereço: Rua João Vicente de Barros, 349 - Ponte Nova - Várzea Grande/MT - CEP 78115-722

E-mail: isaferro.nutricionista@gmail.com

Marina Satie Taki

Mestre em Biociências pela UFMT

Instituição: Docente do curso de Nutrição do Centro Universitário Várzea Grande - UNIVAG

Endereço: AV. Dom Orlando Chaves, nº 2.655 Bairro Cristo Rei – Várzea Grande Mato Grosso – Brasil – CEP 78118-900

E-mail: marinataki@gmail.com

Jackeline Corrêa França de Arruda Bodnar Massad

Nutricionista, Mestre em Saúde Coletiva pela Universidade Federal de Mato Grosso - UFMT

Instituição: Docente do curso de Nutrição do Centro Universitário Várzea Grande - UNIVAG

Endereço: AV. Dom Orlando Chaves, nº 2.655 Bairro Cristo Rei – Várzea Grande Mato Grosso – Brasil – CEP 78118-900

E-mail: jackelinecfa@gmail.com

RESUMO

Introdução: Com a evolução da indústria alimentícia a tecnologia acabou atingindo a saúde da população, onde os alimentos de rápido e fácil acesso tem se tornado a preferência na hora da escolha de uma refeição. Uns dos públicos mais afetados por essa evolução são os universitários, que com sua rotina corrida acabam sem tempo de poder realizar uma refeição adequada e então acabam optando por cantinas universitárias, que são o meio mais fácil de se ter uma alimentação. Porém, nem sempre as escolhas são por

produtos de valores nutritivos e adequados, na sua maioria são alimentos de baixo valor nutricional e com algum tipo de influência na compra. Com isso, a carência e o prejuízo a saúde tendem a aumentar cada vez mais dentro desse público, acarretando alterações no estado nutricional. **Objetivo:** Avaliar o estado nutricional e o comportamento de consumo em alimentos de cantinas universitárias por acadêmicos da área da saúde. **Materiais e métodos:** Foi utilizado um questionário de consumo alimentar e a influência do marketing nutricional sobre o mesmo, em acadêmicos com faixa etária igual ou superior a 17 anos de cursos da área da saúde de uma instituição privada. Foi analisado também em geral o perfil nutricional através do Índice de Massa Corpórea, para então obter-se uma correlação entre a influência do marketing alimentar com o estado nutricional dos acadêmicos. **Resultados:** a maioria era do sexo feminino (84,3%), sem companheiros (76,5%), ingressantes (52,5%) matriculados no curso de psicologia (48,6%). Quanto aos hábitos de consumo, preferem consumir na Cantina 1 (85,9%) devido a localização (51,1%) e variedade (30,1%), enquanto que na Cantina 2, pelo preço (44,4%). Com relação aos alimentos, a maioria reportou que sabor (41,7%), preço (35,3%), prazo de validade (99,2%), higiene (58,8%) e nutrição (33,7%) são itens mais importantes. Dos nutrientes, os mais importantes foram as proteínas, carboidratos e vitaminas. Quanto ao estado nutricional, a maioria encontrava-se eutróficos, tanto do sexo feminino (61,39%) quanto masculino (55%). **Conclusão:** Conclui-se que a maioria estavam eutróficos, buscavam comprar pela localização, preço e sabor do alimento. Nos rótulos observam a validade e a marca do produto e quando relacionado a qualidade ressaltam a higiene e nutrição como mais importantes. Com isso, a maioria julga importante em um alimento os macronutrientes proteína e carboidrato e o micronutriente vitaminas.

Palavras-Chave: Marketing de Alimentos, Estudantes, Comportamento Alimentar, Estado Nutricional.

ABSTRACT

Introduction: With the evolution of the food industry, technology ended up affecting the population's health, where fast and easily accessible food has become the preference when choosing a meal. One of the audiences most affected by this evolution are the college students, who, with their busy routine, end up not having time to have an adequate meal and then end up choosing university canteens, which are the easiest way to have a meal. However, the choices are not always for products with nutritious and appropriate values; most of them are foods of low nutritional value and with some kind of influence on the purchase. Thus, the lack and damage to health tend to increase more and more within this public, leading to changes in nutritional status. **Objective:** To evaluate the nutritional status and food consumption behavior of university cafeterias by health students. **Materials and Methods:** A questionnaire on food consumption and the influence of nutritional marketing on it was used in students aged 17 years or older from health courses in a private institution. The nutritional profile was also analyzed in general through the Body Mass Index, to then obtain a correlation between the influence of food marketing and the nutritional status of the students. **Results:** The majority were female (84.3%), with no partner (76.5%), entering (52.5%) and enrolled in the psychology course (48.6%). As for their consumption habits, they prefer to eat at Canteen 1 (85.9%) because of the location (51.1%) and variety (30.1%), while at Canteen 2, because of the price (44.4%). Regarding food, most reported that taste (41.7%), price (35.3%), shelf life (99.2%), hygiene (58.8%), and nutrition (33.7%) are the most important items. Of the nutrients, the most important were proteins, carbohydrates and vitamins. As for nutritional status, most were eutrophic, both females (61.39%) and males (55%). **Conclusion:** It was concluded

that the majority were eutrophic, sought to buy by the location, price and flavor of the food. On the labels they observe the validity and the brand of the product and when related to quality they emphasize hygiene and nutrition as the most important. Thus, most people consider important the macronutrients protein and carbohydrate and the micronutrient vitamins in a food.

Keywords: Food Marketing, Students, Food Behavior, Nutritional Status.

1 INTRODUÇÃO

O consumo alimentar é determinado pelas escolhas alimentares dos indivíduos e constitui um processo complexo que envolve fatores socioculturais e psicológicos. A escolha alimentar está ligada ao meio ambiente, a história individual e a personalidade, que são refletidos em valores pessoais. O processo da escolha alimentar engloba não só decisões baseadas em reflexões conscientes, mas também em decisões automáticas e inconscientes, tomadas muitas vezes pelo impulso (ESTIMA *et al.*, 2009)

Com o decorrer dos anos, a sociedade tem evoluído cada vez mais, buscando sempre resultados práticos e rápidos para suprir suas necessidades diárias, incluindo a alimentação. A tecnologia atingiu de diversas formas, todas as idades e classes sociais, sendo para o benefício ou malefício da vida humana (SOUZA & SOUZA, 2017).

Os brasileiros atualmente têm uma boa porcentagem de sua renda destinada a refeições fora do lar, como lanches, sanduíches e bebidas. Visto assim que a alimentação sempre será uma opção de gasto independentemente do estado socioeconômico do indivíduo, mesmo em situações de crise financeira, e com isso reflete o mercado e o marketing alimentar, que sempre agem de forma a garantir que o fluxo e o desejo nunca cessem e que o setor alimentício cresça cada vez mais (AVELAR, 2010).

O setor alimentício se transformou numa forma de comércio para alguns e facilidade para outros. Os alimentos têm se tornado cada vez mais industriais, práticos e conseqüentemente prejudiciais à saúde devido aos aditivos químicos, as gorduras, açúcares e alto teor de sódio presentes, característico de alimentos ultra processados (SOUZA & SOUZA, 2017). Estes são fórmulas industriais feitas integralmente ou parcialmente de alimentos ou sintetizados em laboratórios, realçando sabor, cor e textura, causando assim mudanças no perfil nutricional da população (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2014).

Os alimentos ultra processados têm um alto consumo em países de renda média, como o Brasil, por exemplo. Com isso, a dieta brasileira ultrapassa as recomendações de

consumo de densidade energética, proteína, açúcar livre, gordura trans e sódio e apresenta teores insuficientes de fibras e potássio, comprometendo o balanço energético e aumentando o ganho de peso em excesso, além de aumentar também as chances de morbimortalidade (LOUZADA, 2015). Com isso o marketing introduziu a propaganda nutricional, onde ele destaca uma propriedade nutricional e consegue alcançar o desejo do cliente, mesmo que muitas vezes, esse alimento não tenha realmente aquilo o que promete (FARIA, 2018).

Considerando a importância da qualidade nutricional dos alimentos, convém destacar que a literatura atual tem relacionado o excesso de peso com a ocorrência de doenças cardiovasculares, alteração no perfil lipídico e prevalência de hipertensão arterial. Isso são fatores epidemiológicos consequentes da obesidade, que atualmente são consequências do tabagismo, alcoolismo, sedentarismo e má alimentação, principalmente em público jovens (CARVALHO *et al.*, 2015).

Nesse contexto, o universitário tem uma rotina de trabalho ou estágio durante o dia, e isso acaba impedindo-o de ter uma refeição controlada. Fazendo assim com que, ele opte por um consumo de alimentos hipercalóricos e de baixo valor nutritivo, trazendo algumas carências e prejuízos a sua saúde (SOUZA, 2014), tornando-o esse um público importante a ser pesquisado

Diante do exposto, o objetivo deste trabalho foi avaliar o estado nutricional e o comportamento de consumo de alimentos de cantinas universitárias por acadêmicos da área da saúde.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

Trata-se de um estudo de corte transversal e quantitativo, que foi realizado em salas de aula de uma instituição privada, com faixa etária igual ou superior a 17 anos, ambos os sexos, dos cursos de nutrição, biomedicina, psicologia e educação física provenientes da área da saúde. Não participou da pesquisa, qualquer outro indivíduo que não seja acadêmico de uma graduação da área da saúde. A participação na pesquisa era confirmada mediante assinatura do termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE) que constava ciência do objetivo da pesquisa e metodologia proposta.

O presente estudo faz parte da pesquisa “Comportamento de consumo influenciando na aquisição de produtos alimentícios em cantinas universitárias”, realizado em Mato Grosso 2018/2019, aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa do

Centro Universitário de Várzea Grande – UNIVAG, sob o número 95778918.0.0000.5692.

Para realização da presente pesquisa foram utilizadas as questões 3, 4, 5, 6, 13, 14, 19, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 31, 32 e 33 (anexo, I) do questionário da pesquisa matriz. Sendo essas questões sobre idade, sexo, estado civil, área do curso, locais de compra, opções de escolha, consideração na compra, importância do rótulo, qualidade do alimento, micronutrientes e macronutrientes mais importantes, além de peso e estatura auto referidos.

Foi calculado os índices de massas corpóreas (IMC) para diagnóstico do estado nutricional, utilizando as informações antropométricas conforme fórmula peso dividido por estatura ao quadrado. Os indivíduos foram diagnosticados de acordo com a classificação definida pela Organização Mundial de Saúde: BAIXO PESO $<18,5 \text{ kg/m}^2$; PESO ADEQUADO $\geq 18,5$ e $<25 \text{ kg/m}^2$; SOBREPESO ≥ 25 e $<30 \text{ kg/m}^2$; OBESIDADE $\geq 30 \text{ kg/m}^2$ (OMS, 97).

Os dados foram analisados utilizando os programas Word e Excel e os resultados apresentados em frequência absoluta e relativa, por meio de tabelas e gráficos.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ao analisarmos as características da amostra estudada (Tabela 1), observamos que a maioria era do sexo feminino (84,3%), sem companheiros (76,5%), ingressantes (52,5%) na instituição e matriculados no curso de psicologia (48,6%).

Tabela 1. Caracterização da amostra de estudantes de um Centro Universitário, Várzea Grande, 2019.

Características	N	%
Sexo		
Masculino	40	15,7
Feminino	215	84,3
Estado Civil		
Com Companheiro	60	23,5
Sem Companheiro	195	76,5
Situação		
Ingressantes	134	52,5
Concluintes	121	47,5
Cursos		
Biomedicina	38	14,9
Educação Física	24	9,4
Nutrição	69	27,1
Psicologia	124	48,6

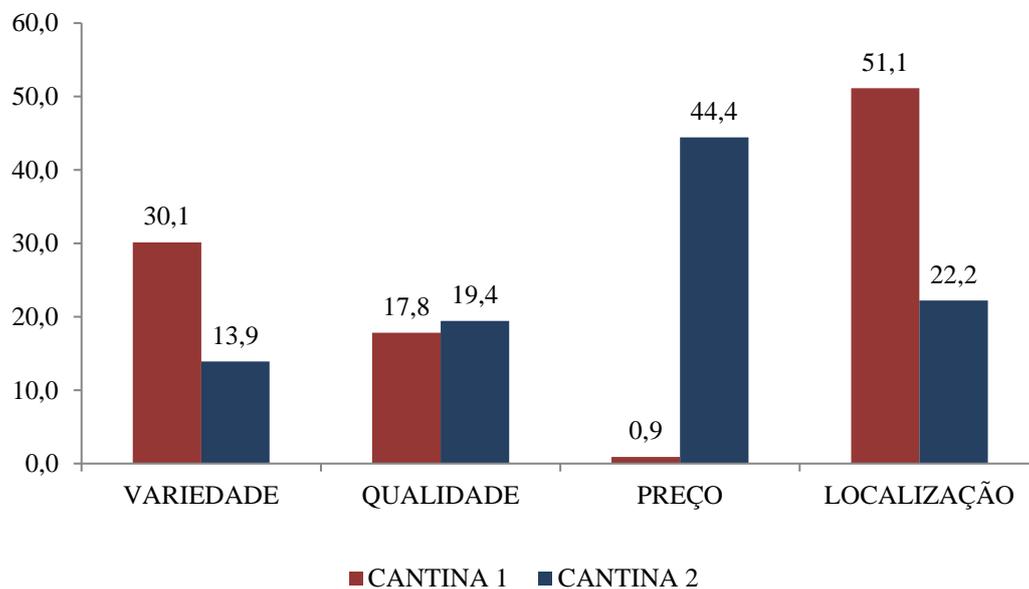
Em estudo realizado com universitários do Estado de São Paulo, o grupo de pesquisadores também encontrou uma prevalência de estudantes do sexo feminino,

principalmente no curso de psicologia, sendo este um dos cursos com mais matriculados (IGUE, BARIANI E MILANESI, 2008). Em estudo realizado com estudantes de cursos da área da saúde na Universidade Federal de Pernambuco, Recife, encontrou que a maioria eram solteiros e moravam sozinhos (PAIXÃO, DIAS E PRADO, 2010). Esses dados sugerem que as profissões da área da saúde são preferências do sexo feminino e muitos estudantes iniciam sua vida acadêmica em ambientes distantes da família.

Quanto à situação do curso, sugere-se que o número de ingressantes sempre será maior que o de concluintes, pelo fato de muitos desistirem, trancarem ou mudarem de curso no decorrer do período acadêmico (IGUE, BARIANI E MILANESI, 2008).

Quando analisamos o local de escolha para realização das refeições pelos alunos estudados (Figura 1), observamos que a maioria prefere consumir na Cantina 1 (85,9%). Na escolha da cantina 1 para compra, os universitários levaram em consideração a localização (51,1%) e variedade (30,1%) oferecida na mesma. Já na Cantina 2, a escolha é principalmente pelo preço (44,4%).

Figura 1. Comparação dos alunos pelo motivo de escolha para aquisição de produtos nas diferentes cantinas do centro universitário, Várzea Grande, 2019.

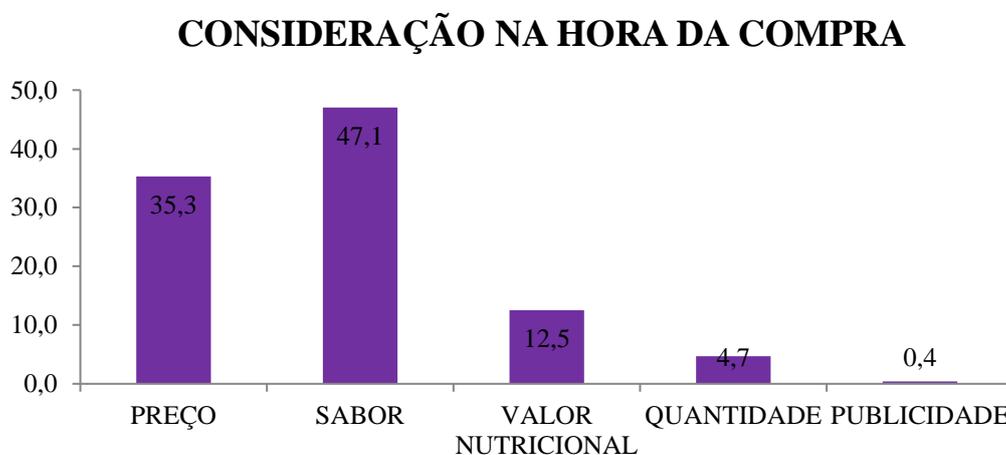


A localização se destaca como motivo de escolha de uma determinada cantina pelo fato de fácil acesso e conforto, por mais que fora do campus tenha maior variedade de opções, o que se encontra mais perto se torna mais prático (OLIVEIRA *et al.*, 2017). Segundo Loureiro (2016), na escolha de um alimento, a variedade e o preço são os fatores

que mais influenciam os acadêmicos na hora da compra de um produto em cantinas universitárias.

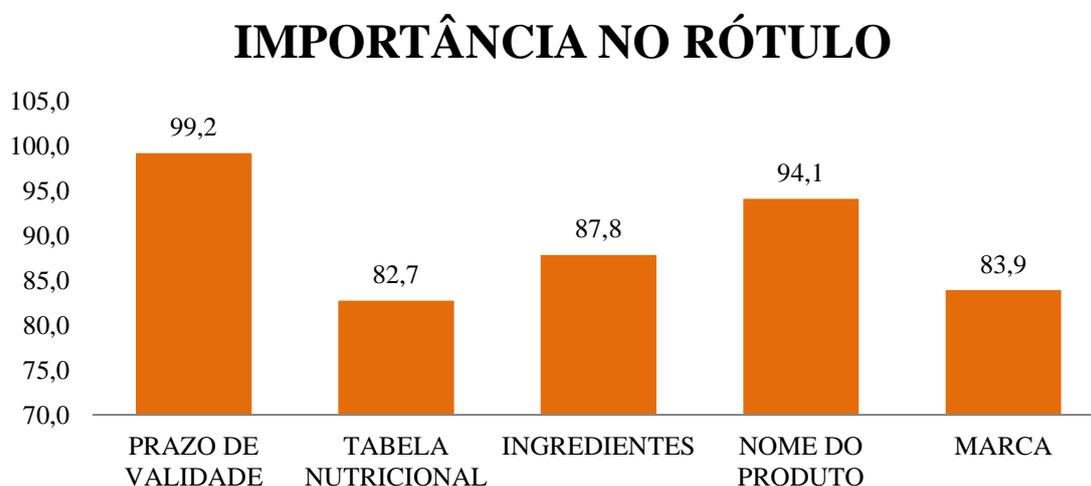
Na hora da compra de um produto (Figura 2), os universitários reportaram que sabor (41,7%) e preço (35,3%) são os requisitos mais importantes. Segundo Dias *et al.* (2016), o preço é uma característica que influencia na preferência na hora da escolha dos universitários para compra, pois isso também abrange o fator socioeconômico de cada indivíduo. Além disso, um alimento saboroso está relacionado ao prazer, por isso é um dos fatores importantes na hora da compra de um produto.

Figura 2. Distribuição dos alunos pelas características de escolha para aquisição de produtos nas cantinas do centro universitário, Várzea Grande, 2019.



Com relação às características importantes no rótulo (Figura 3), o prazo de validade (99,2%) foi o item que apareceu em grau de importância em maior frequência entre os universitários enquanto a tabela nutricional (82,7%) o de menor.

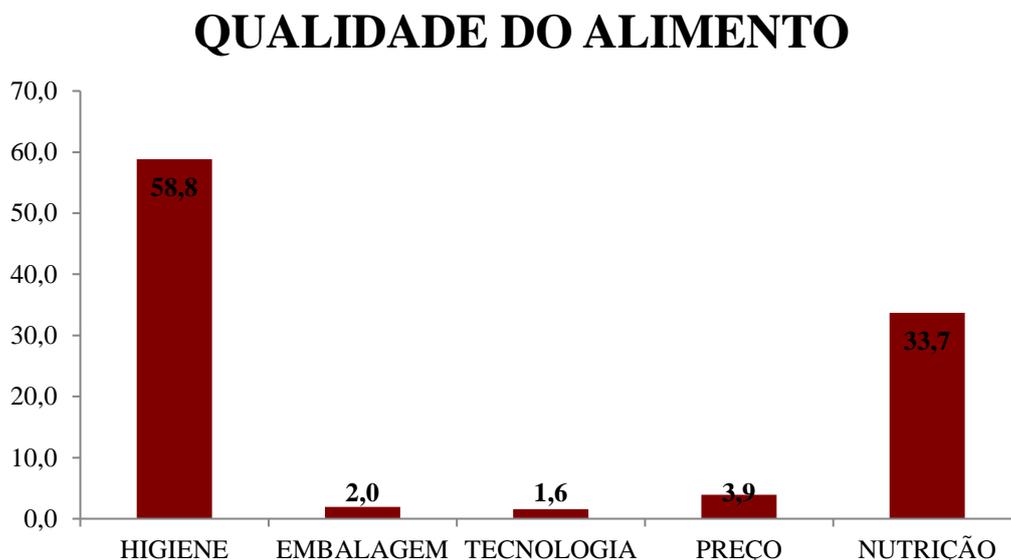
Figura 3. Distribuição dos alunos segundo características importantes nos rótulos dos produtos, Várzea Grande, 2019.



Estudos indicam que a maioria dos consumidores consulta o prazo de validade dos produtos por acreditarem ser o fator de mais importância e segurança para consumo (MACHADO *et al.*, 2006; SOARES, NETO E SILVA, 2016). Já em questão dos valores nutricionais, Machado *et al.* relata que os consumidores não colocam isso como critério importante, pois eles buscam observar apenas o que seja útil, como informações de *diet* e *light*, por exemplo, porém a composição em si não foi relatada importante na hora de compra.

Relacionado à qualidade do alimento (Figura 4), a higiene (58,8%) e a nutrição (33,7%) são os itens que os acadêmicos indicaram serem os principais. No que se refere a qualidade do alimento, os mesmos acadêmicos que julgaram não consultar a tabela nutricional no rótulo por não acharem importante, aqui já optaram pela nutrição como um fator de qualidade do alimento. Essa contradição está pelo fato de que poucos sabem realmente ler um rótulo, ou até mesmo deixam para ler depois da compra, e quando isso acontece, eles consultam o valor calórico e as gorduras, julgando-os como principal informação de padrão nutricional, por isso existe a contradição de leitura e interpretação do que se lê e sabe superficialmente (CASSEMIRO, COLAUTO E LINDE, 2006; MARZAROTTO e ALVES, 2017).

Figura 4. Distribuição dos alunos segundo características importantes para a qualidade dos alimentos no ato da compra, Várzea Grande, 2019.

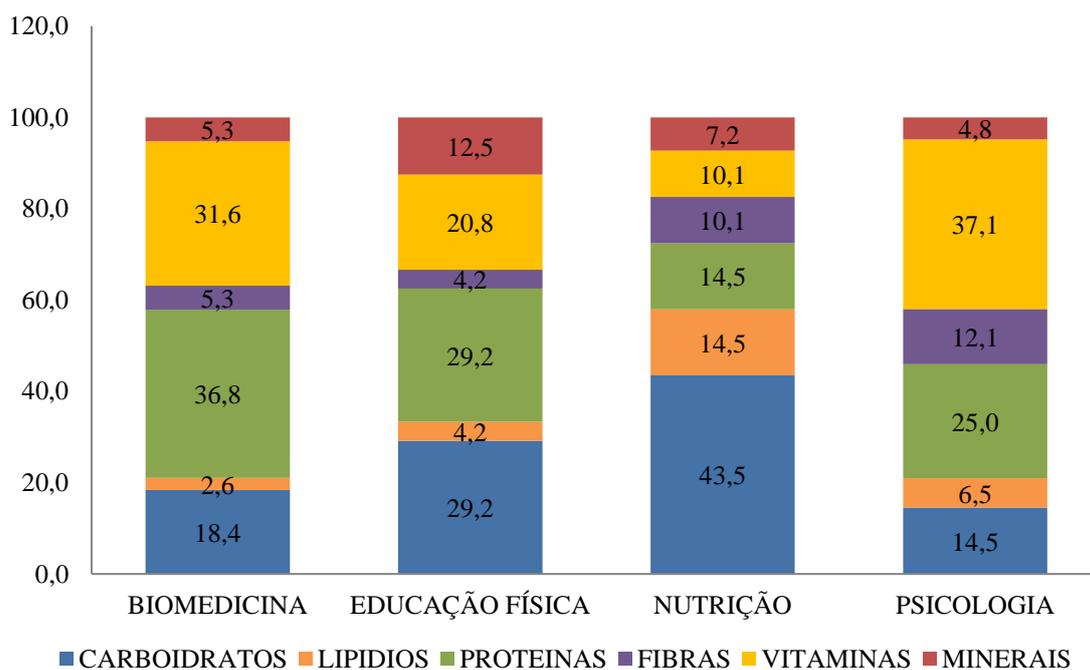


Ao analisarmos a Figura 5, observamos que dos nutrientes de um alimento, o mais importante para os estudantes de Biomedicina são as proteínas (36,8%) e as vitaminas (31,6%), já para os de educação física são os carboidratos (29,2%) e as proteínas (29,2%).

Entre os discentes do curso de nutrição, os carboidratos (43,5%) são considerados mais importantes e entre os de psicologia, as vitaminas (37,1%).

Em um estudo transversal realizado na Cidade de Natal, no Estado do Rio Grande do Norte, os participantes observaram como importante apenas a gordura e o valor calórico de um alimento, descartando os micronutrientes como uma escolha importante (SOUZA *et al.*, 2011). Isso entra em contradição com os dados encontrados neste trabalho, uma vez que os acadêmicos pesquisados optaram por carboidratos, proteínas e vitaminas como nutrientes importantes em um alimento. Essa divergência pode ser justificada pelo público alvo de cada pesquisa, onde no estudo transversal SOUZA *et al.*, 2011 os públicos foram de baixa escolaridade e baixa renda familiar, com pouco conhecimento sobre os nutrientes e suas reais importâncias. Já os participantes desta pesquisa, são acadêmicos de uma universidade particular, matriculados em cursos da área da saúde, obtendo assim um maior conhecimento.

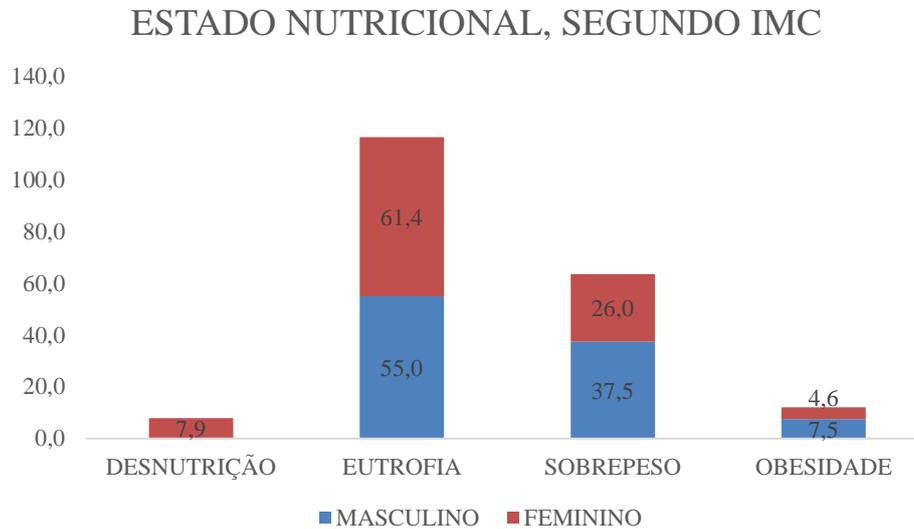
Figura 5. Distribuição dos alunos segundo nutrientes importantes nos alimentos, Várzea Grande, 2019.



Ao analisarmos a Figura 6, observamos o estado nutricional e que a maioria dos alunos da amostra encontra-se eutróficos, tanto do sexo feminino (61,39%) quanto masculino (55%). De acordo com Ramos (2005), a prevalência de um estado nutricional adequado em estudantes, contradiz resultados de pesquisas que mostram um aumento de sobrepeso e obesidade em acadêmicos. E ressalta que isso acontece por conta da diferença

do público abrangido, onde muda fatores genéticos, hidratação e estrutura óssea, por exemplo.

Figura 6. Estado nutricional de estudantes de um centro universitário, Várzea Grande, 2019.



Segundo Paixão, Dias e Prado (2010), os alunos de cursos na área da saúde costumam apresentar um IMC adequado no início do curso por praticarem atividade física e por cuidarem mais da alimentação, porém quando se aproxima do final do curso ocorre um aumento na prevalência de sobrepeso, ocasionado pela diminuição de atividades físicas e mudança nos hábitos alimentares, provavelmente devido a falta de tempo. Na amostra coletada pode-se observar isso, pois a maioria dos participantes eram ingressantes na instituição, por isso a prevalência de um IMC adequado.

4 CONCLUSÃO

Concluimos que a maioria dos homens e mulheres da pesquisa se encontravam eutróficos. Quando os acadêmicos buscam algo para consumir, eles levam em consideração a localização da cantina e o preço do produto. Para a escolha de um produto, os mesmos optam muitas vezes apenas pelo sabor.

Ao compararem um alimento, os universitários julgam importante nos rótulos apenas as informações de prazo de validade e marca do produto, mas ao optarem por qualidade os mesmos se contradizem escolhendo a nutrição e higiene como características essenciais para qualidade na aquisição do produto. Com isso, a maioria julga importante em um alimento os macronutrientes proteína e carboidrato e o micronutriente vitaminas.

Considerando o exposto, sugerimos que é necessária uma orientação sobre leitura de rótulos, pois ficou claro a falta de entendimento pelas partes pesquisadas. Uma vez que o rótulo contém todas as informações que classificam um produto, sendo eles bons e ruins, e sendo de difícil interpretação, acaba por prejudicar a escolha na hora da compra, consequentemente atingindo na saúde dos mesmos.

REFERÊNCIAS

AVELAR, A.E.S. **Fatores de influência no consumo de alimentos e alimentação fora do lar**. 2010. P.15-18. Dissertação de mestrado. Universidade Federal de Lavras, Minas Gerais, 2010.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. **Guia alimentar para a população brasileira**. Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde, Departamento de Atenção Básica. 2ª ed. Brasília: Ministério da Saúde, 2014.

CASSEMIRO, I.A.; COLAUTO, N.B.; LINDE, G.A. Rotulagem nutricional: quem lê e por quê? **Arq. Ciênc. Saúde Unipar**, Umuarama, v. 10, n. 1, p. 9-16, 2006.

CARVALHO, C. A.; FONSECA, P. C. A.; BARBOSA, J. B.; MACHADO, S. P.; SANTOS, A. M.; SILVA, A.A.M. Associação entre fatores de risco cardiovascular e indicadores antropométricos de obesidade em universitários de São Luís, Maranhão, Brasil. **Rev. Ciência & Saúde Coletiva**. v. 20, n. 2, p. 479-490, 2015.

DIAS, P.S.; BRITO, J.A.S.; COSTA, A.P. influência da condição socioeconômica no comportamento alimentar de universitários do sexo masculino. **Revista Eletrônica de Administração e Turismo**. v. 8, n. 4, p. 927-944, 2016.

ESTIMA, C.C.P; PHILIPPI, T.S.; ALVARENGA, M.S. Fatores Determinantes Consumo Alimentar: Porque os indivíduos comem o que comem? **Rev Bras Nutr Clin**. V. 24 n.4 p. 263-8, 2009.

FARIA, E.F, **A influência do marketing na rotulagem de alimentos industrializados**, 2018. 22f. Dissertação. Centro universitário de Brasília – uniceub, faculdade de ciências da educação e saúde curso de nutrição, Brasília, 2018.

IGUE, E. A., BARIANI, I. C. D., MILANESI, P. V. B. **Vivência acadêmica e expectativas de universitários ingressantes e concluintes**. 2008. Dissertação de mestrado. Universidade São Francisco, faculdade de psicologia, Campinas, 2008.

LOUZADA M.L.C.; MARTINS, A.P.B.; CANELLA, D.S.; BARALDI, L.G.; LEVY, R.B.; CLARO, R.M.; CANNON, G.; MOUBARAC, J.C; MONTEIRO, C.A. Alimentos ultra processados e perfil nutricional da dieta no Brasil. **Revista Saúde Pública**. P. 2-9, 2015.

LOUREIRO, M. P.; Estado nutricional e hábitos alimentares de universitários. **Rev. Segurança Alimentar e Nutricional**. V. 23, n. 2, p. 955-972, 2016.

MARZAROTTO, B.; ALVES, M. K. Leitura de rótulos de alimentos por frequentadores de um estabelecimento comercial. **Ciência & Saúde**. v. 10, n. 2, p. 102-108, 2017.

MACHADO, S. S.; SANTOS, F. O.; ALBINATI, F. L.; SANTOS, L. P. R. Comportamento dos consumidores com relação à leitura de rótulo de produtos alimentícios, **Rev. Alim. Nutr., Araquara**. v.17, n.1, p.97-103, 2006.

OLIVEIRA, M.C.; SANTOS, C.R.B.; NASCIMENTO, H.S.; SANTOS, I.P.G. Ambientes alimentares universitários: percepções de estudantes de Nutrição de uma instituição de ensino superior. **Rev. Demetra: alimentação, nutrição & saúde**. v. 12, n. 2, p. 431-445, 2017.

PAIXÃO, L.A.; DIAS, R.M.R.; PRADO, W.L. Estilo de vida e estado nutricional de universitários ingressantes em cursos da área de saúde do recife/PE. **Revista Brasileira de Atividade Física & Saúde**. v. 15, n. 3, p. 145 – 150, 2010.

RAMOS, S.A; **Avaliação do estado nutricional de universitários**. Dissertação. Faculdade de Farmácia da UFMG, programa de pós-graduação em ciências de alimentos, Belo Horizonte, 2005.

SOARES, D. J.; NETO, L. G. M.; SILVA, L. M. R. Análise do comportamento dos consumidores com relação à compreensão e entendimento das informações dos rótulos de alimentos. **Agropecuária Técnica**. v. 37, n. 1, p. 105-111, 2016.

SOUZA SMFC, LIMA KC, MIRANDA HF, CAVALCANTI FID. Utilização da informação nutricional de rótulos por consumidores de Natal, Brasil. **Rev Panam Salud Publica**. v. 29, n.5, p. 337– 43, 2011.

SOUZA, M.T.A.; SOUZA, F.M. Avaliação dos hábitos alimentares dos Universitários de uma Instituição Privada de Ensino Superior no interior da Bahia. **Revista Multidisciplinar e de Psicologia**. v.10, n.33, p. 263-264, 2017.

SOUZA, V.S.; BASTOS, T.P.F; OLIVEIRA, M.F.A. Perfil dos Alunos Universitários dos Cursos de Educação Física e Fisioterapia em Relação à Alimentação e a Atividade Física. **Revista Práxis**. Rio de Janeiro, ano VI, nº 11, P104-105, Junho de 2014.

ANEXO – I

**QUESTIONÁRIO PESQUISA: COMPORTAMENTO DE CONSUMO
INFLUENCIANDO NA AQUISIÇÃO DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS EM
CANTINAS UNIVERSITÁRIAS**

ID: _____

CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS E SOCIOECONOMICAS

1. NOME: _____
2. DATA DE NASCIMENTO: _____
3. IDADE: _____
4. SEXO: 1- () MASCULINO 2-() FEMININO
5. ESTADO CIVIL: 1-() SOLTEIRO 2-() CASADO/UNIÃO ESTÁVEL/ 3 -() SEPARADO / DIVORCIADO
6. QUAL ÁREA DE CONHECIMENTO PERTENCE SEU CURSO? 1-() CIÊNCIAS DA SAÚDE 2-() CIÊNCIAS HUMANAS 3-() CIÊNCIAS MÉDICAS 4-() CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS 5-() EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA 6-() CIÊNCIAS AGRÁRIAS, BIOLÓGICAS E ENGENHARIA
7. NÚMERO DE CÔMODOS NA SUA CASA? 1-() 1 a 3 2-() 4 a 6 3-() 7 ou mais
8. NÚMERO DE PESSOAS NO DOMÍLIO, CONTANDO COM VOCÊ: _____
9. MORA COM? 1-() SOZINHO 2-() PAIS 3-() CONJUGUE/NAMORADO 4 -() COM OUTROS PARENTES
10. POSSUI RENDA INDIVIDUAL? 1-() SIM 2-() NÃO
11. RENDA INDIVIDUAL (R\$): 1-() 1 salário mínimo 2-() 2 a 3 salários mínimos 3 -() 4 ou mais salários mínimos.
12. RENDA FAMILIAR (R\$): 1-() 1 salário mínimo 2-() 2 a 3 salários mínimos 3-() 4 ou mais salários mínimos.

CARACTERÍSTICAS DE HÁBITOS DE CONSUMO E ASPECTOS DE COMPRA

13. DAS TRÊS CANTINAS DISPONÍVEIS NO CAMPUS, QUAL VOCÊ FREQUENTA MAIS? 1-() JASMIM 2-() SALOMÉ
14. PORQUE VOCÊ FREQUENTA MAIS ESTE ESTABELECIMENTO? 1-() VARIEDADE 2-() QUALIDADE 3-() PREÇO 4-() LOCALIZAÇÃO
15. O QUE VOCÊ COSTUMA CONSUMIR? 1-() SALGADO 2-() LANCHE NATURAL 3-() REFRIGERANTE 4-() SUCO 5-() DOCES 6-() OUTROS PRODUTOS INDUSTRIALIZADOS
16. QUAL O SEU SALGADO MAIS CONSUMIDO? _____
17. QUAL O SEU DOCE MAIS CONSUMIDO? _____
18. QUAL A SUA BEBIDA MAIS CONSUMIDA? _____

19. NO MOMENTO DA COMPRA VOCÊ LEVA EM CONSIDERAÇÃO: 1-() PREÇO 2-() SABOR 3-() VALOR NUTRICIONAL 4-() QUANTIDADE 5-() TECNOLOGIA / INOVAÇÃO 6-() MARCA 7-() PUBLICIDADE
--

20. AO CONSUMIREM UM PRODUTO DA CANTINA, VOCÊ O CONSUME APENAS PELO SEU VALOR NUTRICIONAL? 1-() SIM 2-() NÃO

21. VOCÊ TEM O HÁBITO DE CONSULTAR A TABELA NUTRICIONAL DOS ALIMENTOS QUE CONSUME? 1-() SIM 2-() NÃO

22. COM QUAL FREQUÊNCIA VOCÊ AVALIA A TABELA NUTRICIONAL DO ALIMENTO QUE ESTÁ CONSUMINDO? 1-() SEMPRE
2-() FREQUENTEMENTE 3-() ÀS VEZES 4-() RARAMENTE
5-() NUNCA

EM UM RÓTULO, VOCÊ CONSIDERA IMPORTANTE QUE CONTENHA:

23. PRAZO DE VALIDADE: 1-() SIM 2-() NÃO

24. TABELA NUTRICIONAL: 1-() SIM 2-() NÃO

25. INGREDIENTES: 1-() SIM 2-() NÃO

26. NOME DO PRODUTO: 1-() SIM 2-() NÃO

27. MARCA: 1-() SIM 2-() NÃO

28. O QUE VOCÊ ACHA QUE ESTÁ MAIS RELACIONADO À QUALIDADE DO ALIMENTO?
1-() HIGIENE 2-() EMBALAGEM 3-() TECNOLOGIA
4-() PREÇO 5-() NUTRIÇÃO

29. DOS PROCESSOS TECNOLÓGICOS EMPREGADOS NOS ALIMENTOS, QUAL VOCÊ ACHA QUE AUMENTA O VALOR NUTRICIONAL DOS PRODUTOS?

1-() PROCESSAMENTO MÍNIMO 2-() FERMENTAÇÃO

3-() ULTRAPSTEURIZAÇÃO 4-() FRITURA

5-() CONGELAMENTO 6-() SECAGEM

7-() ADITIVOS E CONSERVANTES 8-() IRRADIAÇÃO

30. DOS PROCESSOS TECNOLÓGICOS EMPREGADOS NOS ALIMENTOS, QUAL VOCÊ ACHA QUE DIMINUI O VALOR NUTRICIONAL DOS PRODUTOS?

1-() PROCESSAMENTO MÍNIMO 2-() FERMENTAÇÃO

3-() ULTRAPSTEURIZAÇÃO 4-() FRITURA

5-() CONGELAMENTO 6-() SECAGEM

7-() ADITIVOS E CONSERVANTES 8-() IRRADIAÇÃO

31. DOS NUTRIENTES DE UM ALIMENTO ENUMERE OS QUE ACHA QUE SÃO OS MAIS IMPORTANTES (SENDO 1 O MAIS IMPORTANTE, SEGUIDO DO 2, 3, 4, 5 ATÉ O 6, MENOS IMPORTANTE).

() CARBOIDRATO () LIPÍDIO () PROTEÍNA () FIBRA ()

() VITAMINAS () MINERAIS

CARACTERÍSTICAS ANTROPOMÉTRICAS

32. PESO AUTORREFERIDO (KG) _____

33. ESTATURA AUTORREFERIDA (METROS) _____