



PERCEPÇÃO DO CONSUMIDOR EM RELAÇÃO A VALIDADE DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS

Kátia Mitie Ohira dos Santos¹
Alexandre Panov Momesso²
Ricardo Moreira Calil³
Ercilia Maria Borgheresi Calil^{4*}

RESUMO - As embalagens de produtos industrializados devem conter várias informações como ingredientes, composição nutricional e indicar a forma correta de conservação e preparo para que contribuam com o consumidor para uma escolha adequada do produto. Foram entrevistados 30 consumidores no ato da compra, em dois supermercados varejistas e questionados através de formulário próprio contendo dez questões, para avaliação de seu comportamento com relação aos rótulos, considerando a percepção que eles têm frente a diversas situações relacionadas a validade dos alimentos. Nesta pesquisa, foi possível observar que 66,7% dos entrevistados, confiam na data de validade expressa na embalagem dos produtos, embora 96,7% não tenham conhecimento de como esta informação é definida pelos fabricantes.

Palavras-chave: consumidor; embalagens; validade; vida de prateleira.

¹Pós-graduanda do Curso de Controle Sanitário-Segurança dos Alimentos da Universidade Municipal de São Caetano do Sul-USCS, São Caetano do Sul, SP, Brasil.

²Docente da Universidade Municipal de São Caetano do Sul – USCS, São Caetano do Sul, SP, Brasil.

³Docente do Curso de Pós-Graduação em Saúde Ambiental e Graduação em Medicina Veterinária, Faculdades Metropolitanas Unidas (FMU), USCS – FFA, MAPA-SP e Coordenador do NIESAA - Núcleo Interdisciplinar de Estudos sobre Segurança Alimentar e dos Alimentos, São Paulo, SP, Brasil.

⁴Docente da Universidade Anhanguera – SP e da Universidade Municipal de São Caetano do Sul – USCS. *autor para correspondência: ciliacal@hotmail.com



Consumer perception on food product shelf life

ABSTRACT - Packaging of industrialized food products must contain diverse information such as ingredients, nutritional composition, and preservation and preparation instruction to help the consumer make suitable choices. Thirty consumers were interviewed at time of purchase in two retail supermarkets. A ten-question survey was used to evaluate consumers behavior related to labels and their perception on different aspects of food product shelf life. It was observed that 66.7% of consumers trust expiration dates printed on food product packaging, but 96.7% are not aware of how this information is setup by the manufacturers.

Keywords: consumer; packaging; expiration date; shelf life.

INTRODUÇÃO

Existe a necessidade de que a qualidade dos alimentos seja mantida em nível elevado durante o período entre a compra e o consumo. Essa expectativa é uma consequência não apenas da exigência de que o alimento deva permanecer seguro, mas também de minimizar as alterações indesejadas em suas qualidades sensoriais. As necessidades de qualidade se refletem nos requisitos de rotulagem que os fabricantes de alimentos devem respeitar e dependendo dos países e do tipo de produto pode-se encontrar dizeres tais como “consumir antes de”, “bom para consumo até”, e outras variantes, sempre seguidas de uma data. Assim, os fabricantes devem ter os meios disponíveis para prever a data final da vida de armazenamento, sob determinado conjunto de condições (Food Ingredients Brasil 2011).

De acordo com Moura (2007), o estudo com produtos alimentícios consiste em submeter várias amostras a uma série de testes e examiná-las durante um período de tempo até o limite de aceitação. É o tempo em que o produto, conservado em determinadas condições de temperatura, apresenta alterações que são, até certo ponto, consideradas aceitáveis pelo fabricante, pelo consumidor e pela legislação alimentar vigente.

A vida-de-prateleira de produtos pode ser definida como um período de armazenamento em que produtos com alta qualidade inicial permanecem adequados para consumo. Entretanto, como os mecanismos de perda de qualidade



dos alimentos são complexos e os consumidores têm sensibilidade diferente a essa perda, é impossível estabelecer uma definição universal (Grizotto 2006).

A vida útil de um produto é informação estratégica de uma empresa, que pode gerenciar melhor sua distribuição e informar, de forma mais adequada, as condições de sua conservação aos consumidores (Moura 2007).

A vida de prateleira de um determinado produto consiste em submeter várias amostras deste produto, em períodos pré-definidos, a testes físico-químicos, sensoriais ou microbiológicos capazes de identificar a perda de qualidade do alimento. É definida, então, pelo período de armazenamento em que o produto com qualidade adequada permanece próprio para consumo sob condições estabelecidas de temperatura, umidade relativa, luz e outras, sofrendo pequenas alterações que não afetam a sua qualidade sensorial, nutricional e a segurança do consumidor (Paiva et al. 2012).

De outra forma Hough et al. (2003) já indicavam que estudos sensoriais com consumidores são mais interessantes pelo fato de serem estes os que, na realidade, decidem pela aceitação do produto depois de certo tempo de estocagem.

O presente trabalho objetivou observar a visão do consumidor com relação as datas de validade expostas na rotulagem dos produtos alimentícios.

MATERIAL E MÉTODOS

Para realizar esta pesquisa, inicialmente foi realizado levantamento bibliográfico, no intuito de contextualizar o cenário a respeito do tema e pré-elaborar um questionário para entrevistar os consumidores acerca do assunto. Após esta etapa foram visitados 2 supermercados situados na zona leste de São Paulo. Nestes locais foi aplicado o questionário contendo dez perguntas com duas alternativas de resposta (SIM ou NÃO), a serem escolhidas pelo consumidor no momento da entrevista realizada com 30 consumidores nos mercados pesquisados. O público alvo foi selecionado aleatoriamente sendo a amostra predominantemente feminina (63,3%) sendo que dezessete dos entrevistados (56,6%) tinham idade entre 15 e 35 anos e oito (26,7%) entre 36 a 55 anos.

Em seguida, foi construído um gráfico de coluna com as respostas do questionário aplicado aos entrevistados, com as devidas porcentagens, mostrando a percepção e atitude do consumidor frente a data de validade dos alimentos, através da utilização do programa Excel 2007 da versão Windows 8.0, da Microsoft®.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os valores obtidos pela pesquisa realizada quanto a percepção que os consumidores tinham em relação à validade de produtos alimentícios estão apresentados na Figura 1. Primeiramente quando questionados se olhavam a data de validade no momento da compra dos produtos, pouco mais da metade (56,7%) deles responderam que conferiam essa informação no rótulo e 43,3% disseram que não.

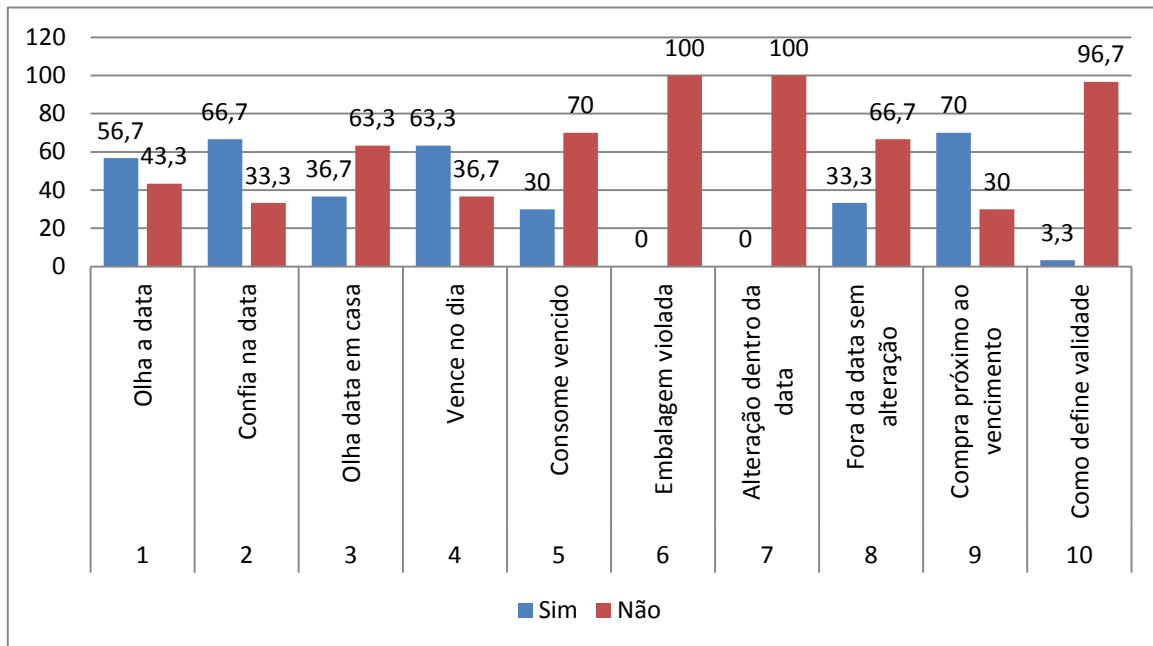


Figura 1 - Percepção e atitude do consumidor quanto à validade dos alimentos

Ficou também demonstrado que havia certa preocupação em seguir a data de validade sendo que 66,7% confiavam nesta informação impressa no rótulo, mesmo que a maioria (96,7%) não tivesse conhecimento de como a validade dos produtos era definida. Em contrapartida, apenas 36,7% dos consumidores verificavam a data de validade em casa e 63,3% não tinham esta preocupação.

De acordo com a pesquisa de Lorenzato (2006), realizada em Brasília sobre a percepção do consumidor em relação à segurança dos alimentos, a rotulagem foi um dos itens avaliados, tendo 62,8% dos entrevistados declarado ter costume de ler o rótulo dos alimentos, sendo que a informação mais observada por eles é o prazo de validade.

Avaliando a rotulagem de alimentos em supermercado no Balneário de Camboriú, SC, Felipe et al. (2003) demonstraram que enquanto 49% dos consumidores afirmaram ler os rótulos dos alimentos com frequência, 29% às vezes só no



momento da compra e 21% não costumava ler. Segundo a pesquisa de Machado et al. (2006) realizada na Bahia, o hábito dos consumidores lerem os rótulos no momento da compra de produtos alimentícios é variável sendo que dos entrevistados 19% não lêem o rótulo e 81% o fazem, sendo que destes, 52% são leitores constantes e 28,7% não constantes.

O estudo de Cavada et al. (2012), revelou que a data de validade é um dos itens mais consultados no rótulo (69,54%) assim como o trabalho de Deimling et al. (2015) onde 53% dos indivíduos observou este fator na embalagem, levando a concluir que o consumidor tem uma certa preocupação com a segurança do alimento.

Uma pesquisa realizada por Nunes e Gallon (2013) demonstrou que no momento da compra, 19,3% dos consumidores não consultava os rótulos alimentares, 58,7% às vezes enquanto apenas 22% sempre liam os rótulos.

Quanto ao vencimento, no presente trabalho, 30% dos entrevistados disseram que consumiam alimentos vencidos, e 70% não tinham este hábito. Mas se houvesse alteração nas características sensoriais mesmo que o alimento estivesse dentro da validade estabelecida pelo fabricante, 100% respondeu que não consumia. E se não houvesse alteração mas a validade ultrapassasse o estabelecido pelo fabricante no rótulo, 66,7% não consumia mas 33,3% respondeu que sim.

Um estudo realizado por Pereira (2012) em Belo Horizonte, quanto a informação contida no rótulo, data de validade e sua verificação antes do consumo, 68% dos consumidores disseram sempre verificar se o produto está dentro do prazo de validade antes de consumi-lo. Somente 1% disseram nunca. Lorenzato (2006) ainda verificou que quando os entrevistados foram questionados se já haviam adquirido algum produto ou embalagem fora da especificação, 54,16% responderam que nunca compraram produtos com qualquer tipo de problema, contra 45,84% que declararam ter comprado produtos com alterações. Dentre elas aproximadamente a metade estava relacionada à embalagem danificada e/ou alteração de sabor, cor, odor e aspecto.

Na presente pesquisa 100% dos entrevistados responderam não comprar o produto se a embalagem estivesse violada e quando houvesse promoções em supermercados com a venda do produto próximo ao vencimento impresso no rótulo, 70,0% responderam que comprariam tal produto enquanto 30,0% preferiam não comprar.

Segundo o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor, na hora das compras no supermercado ou na abertura da embalagem, o consumidor pode não se atentar ao prazo de validade dos alimentos ou até mesmo não conseguir identificá-lo nos



produtos que adquire. O prazo de validade de um alimento é estabelecido pelos fabricantes a partir de pesquisas que têm como objetivo verificar e garantir a estabilidade de ingredientes e nutrientes, além de condições desejáveis em relação a aspectos físico-químicos. Um alimento dentro do prazo de validade, conservado obedecendo às indicações do fabricante, deve garantir ao consumidor suas qualidades nutricionais e sanitárias (Brasil 2014).

De acordo com o Código de Defesa do Consumidor (CDC), a oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores (Brasil 1990).

CONCLUSÃO

No presente trabalho, foi possível verificar que apesar de 56,7% dos entrevistados olharem a data de validade no momento da compra, 63,3% não olham a validade em suas residências antes de consumir os produtos. Também foi observado, que 70% dos entrevistados não consomem os produtos após o vencimento, e se houver alteração dentro da data de validade, 100% não consomem, contudo se não houver alterações do produto e a validade estiver vencida, 33,3% consomem e 66,7% disseram não consumir. Apesar de 66,7% confiarem na data de validade impressa nos produtos, 96,7% não tem conhecimento de como essa informação é definida. Por essa razão, segundo a pesquisa, há o consumo de produtos fora da validade apesar da afirmação de confiança nessa informação.

REFERENCIAS

Brasil. Código de Defesa do Consumidor – CDC, Lei Nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Presidência da República Casa Civil - Subchefia para Assuntos Jurídicos. SEÇÃO II Da Oferta Art. 31 [Internet] 1990. [acesso 2015 mai 09]; Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078compilado.htm>.

Brasil. Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor - Idec, Prazo de validade dos alimentos deve estar claro aos consumidores [Internet]. 2014 [acesso 2014 nov 08]. Disponível em: <<http://www.idec.org.br/consultas/dicas-e-direitos/prazo-de-validade-dos-alimentos-deve-estar-claro-aos-consumidores>>.

Cavada GS, Paiva FF, Helbig E, Borges LR. Rotulagem nutricional: você sabe o que você está comendo? Braz. J. Food Technol. 2012; 15: 84-88.

Deimiling LCD, Weber FH, Leães FL. Influência da rotulagem de alimentos nas escolhas de consumidores de Boa Vista do Buricá. – RS. 2015; In: 5º Simpósio de Segurança Alimentar. Alimentação e Saúde, Bento Gonçalves, RS: 26-9 maio, 2015.

Felipe MR, Mezadri T, Calil J. Rotulagem de alimentos: o comportamento do consumidor usuário de supermercado do balneário Camboriú, SC. Hig Alim. 2003; 17 (111): 49-59.

Food Ingredients Brasil, www.revista-fi.com FOOD INGREDIENTS BRASIL Nº 18 – 2011 [Internet]. 2011. [acesso 2015 set 30]; Disponível em <<http://www.revista-fi.com/materias/188.pdf>>.

Grizotto RK et al. Estudo da vida-de-prateleira de fruta estruturada e desidratada obtida de polpa concentrada de mamão. Ciênc Tecnol Aliment. 2006;26(3):709-714.

Hough G, Langouhr K, Gomez G, Curia A. Survival analysis applied to sensory shelf life of foods. J Food Sci. 2003;68(1):359- 362.

Lorenzato LR. Percepção do consumidor em relação à segurança do alimento e em relação à inspeção e fiscalização dos alimentos [Monografia]. Brasília: Curso de pós-graduação "Lato Sensu" em Higiene e Inspeção de Produtos de Origem Animal; 2006.

Machado SS, Santos FO, Albinatil FL, Santos LPR. Comportamento dos consumidores com relação a leitura de rótulo de produtos alimentícios. Alimentos e Nutrição. 2006; 17(1): 97-103.



Moura SCSR et al. Determinação da vida-de-prateleira de maçã-passa por testes acelerados. Ciênc Tecnol Aliment. 2007;27(1):141-148.

Nunes ST, Gallon CW. Conhecimento e consumo dos produtos diet e light e a compreensão dos rótulos alimentares por consumidores de um supermercado no município de Caxias do Sul, RS. Alim Nutr J Brazilian Soc Food Nutr. 2013;38(2):156-171.

Paiva CL, Queiroz VAV, Rodrigues JAS. Estudos sensoriais para determinação da vida de prateleira de barra de cereais com pipoca de sorgo. Rev Bras de Milho e Sorgo. 2012; 11(3): 302-311.

Pereira CA. Comportamento dos consumidores em Belo Horizonte-MG com relação a segurança de alimentos [Dissertação]. Lavras: Universidade Federal de Lavras; 2012.