



Graduação Pós-Graduação
 Artigo completo Relato de prática Resumo expandido

CONHECIMENTO E PERCEPÇÕES DOS ACADÊMICOS EM RELAÇÃO AOS PRODUTOS VEGANOS

Camila Andrade Bianchi

Universidade Federal de Mato grosso do Sul (UFMS/CPNA)
camila.bianchi@ufms.br

Maria Eduarda Tomaielo

Universidade Federal de Mato grosso do Sul (UFMS/CPNA)
maria_t_santos@ufms.br

Mariana Santos Teixeira

Universidade Federal de Mato grosso do Sul (UFMS/CPNA)
mariana.santos.t@ufms.br

Victor Gabriel Pereira da Silva

Universidade Federal de Mato grosso do Sul (UFMS/CPNA)
v_gabriel@ufms.br

Lia Moretti e Silva

Universidade Federal de Mato grosso do Sul (UFMS/CPNA)
lia.silva@ufms.br

Amélia de Lorena Stanzani

Universidade Federal de Mato grosso do Sul (UFMS/CPNA)
amelia.stanzani@ufms.br

Alexandre Honig Gonçalves

Instituto Federal de Mato Grosso do Sul (IFMS)
alexandrehoniggoncalves@gmail.com

Jéssica Romagnoli Freire Campos

Universidade Federal de Mato grosso do Sul (UFMS/CPNA)
jessica.rsf@hotmail.com

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo avaliar o nível de conhecimento e percepção dos acadêmicos da UFMS, campus de Nova Andradina, sobre os produtos veganos. A escolha desse tema deve-se ao crescimento significativo do mercado de produtos veganos ao longo dos anos, sendo impulsionado por questões ambientais, éticas e de saúde, que evitam qualquer produto que seja de origem animal. A pesquisa foi realizada por meio de uma abordagem descritiva quantitativa a estudantes dos cursos de Administração, Ciências Contábeis, Engenharia de Produção e História, utilizando um formulário online. Os resultados indicam que os acadêmicos conhecem o conceito de veganismo e associam esses produtos a uma alimentação saudável, apesar de certa insegurança na identificação de símbolos e rótulos veganos. Sendo assim, concluímos que as principais motivações para o veganismo apontadas no estudo foram,



o bem-estar animal e a preservação ambiental. As redes sociais foram identificadas como a principal fonte de informação sobre o tema, evidenciando a necessidade de maior abordagem sobre o assunto no ambiente acadêmico.

Palavras-chave: Veganismo; Percepção Acadêmica; Consumo Consciente.

1 CONTEXTUALIZAÇÃO

Nos últimos anos, o perfil dos consumidores tem mudado com o aumento na busca de alimentos mais saudáveis que aumentem o bem-estar, como por exemplo produtos veganos, sem lactose e sem carboidratos ou glúten. Entre eles, o público vegano é o que mais se destaca, motivados por razões ambientais, éticas e de saúde, evitam qualquer produto que seja de origem animal, incluindo carne, laticínios, ovos e mel. Como resultado, os alimentos veganos são isentos de lactose e colesterol. O crescimento desses mercados tem atraído a atenção de empresas e investidores, impulsionando a produção desse grupo de alimentos (Melo, Costa & Oliveira, 2024).

A escolha por uma dieta vegana pode estar relacionada a diversos fatores, como ter alergia alimentar, preocupação com o bem-estar animal, crenças religiosas e preservação do meio ambiente. Além desses motivos, a praticidade e os benefícios à saúde também influencia na escolha do indivíduo por seguir esse caminho do veganismo. Reduzir o consumo de alimentos de origem animal contribui para diminuição da ingestão de gorduras, sódio e colesterol, favorecendo para uma vida mais saudável (Aquino, Reis, Cintra, Massulo & Souza, 2023).

A escolha desse tema deve-se à crescente preocupação com o meio ambiente e o bem-estar dos animais, que tem estimulado a procura por opções alimentares que não contenham ingredientes de origem animal que promovam sofrimento e práticas de maus-tratos (MENDES,2020). Produtos como bolsas de couro, cosméticos e roupas são exemplos que, muitas vezes, utilizam o sofrimento dos animais como fontes para produção, em vista disso, a adoção de práticas mais conscientes visa minimizar o sofrimento dos animais como também os danos ambientais

Dentro do ambiente universitário, que forma os profissionais do futuro e que impactarão práticas sociais e organizacionais, é importante entender o nível de conhecimento sobre o veganismo, assim como as razões que podem levar indivíduos a adotar ou rejeitar esse estilo de vida de acordo com a filosofia de vida do veganismo que defende o consumo consciente sem a utilização de animais e práticas nocivas para o meio ambiente.

Sendo assim, o presente estudo, tem como objetivo identificar o nível de conhecimento dos acadêmicos, dos cursos de Administração, Ciências Contábeis, Engenharia de Produção e História, sobre o consumo de alimentos que não contenham origem animal. Investigar as razões que levam os acadêmicos a praticar ou não o veganismo. Com a influência de fatores ambientais, éticos e sociais em suas escolhas alimentares. Compreender seus hábitos

alimentares, bem como a sua preocupação com o bem-estar animal e com o meio ambiente.

2 DESENVOLVIMENTO

A pesquisa foi realizada por meio de uma abordagem descritiva quantitativa, a fim de avaliar o conhecimento e a percepção dos acadêmicos em relação aos produtos veganos.

A amostra é composta por 104 acadêmicos dos cursos de Administração, Ciências Contábeis, Engenharia de Produção e História, sendo ao todo 465 alunos ativos, obtendo uma margem de erro de 10%, aplicados a estudantes da UFMS - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, campus CPNA - de Nova Andradina.

Para a coleta de dados, foi utilizado um formulário online, contendo 10 questões, da plataforma Google Forms, que foram distribuídos através do compartilhamento de links, que permitiu os acadêmicos acessassem o formulário para o preenchimento das respostas.

A aplicação dos questionários foi realizada dos dias 02 de junho de 2025 ao dia 06 de junho de 2025. A análise estatística, das respostas obtidas através dos questionários foi realizada com o uso de gráficos e tabelas para a visualização dos dados.

3 ANÁLISE DE DADOS

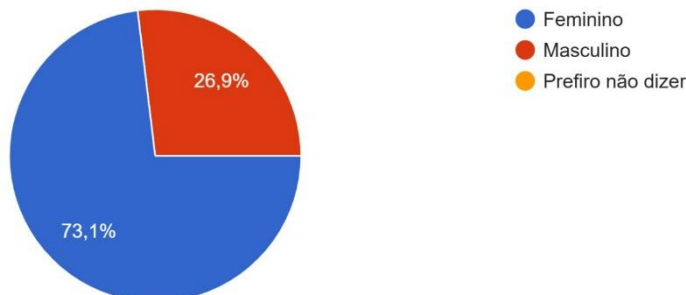
O formulário de pesquisa foi aplicado entre o período de 2 a 6 de junho de 2025, junto aos alunos da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), Campus de Nova Andradina, abrangendo os cursos de Administração, Ciências Contábeis, Engenharia de Produção e História. A pesquisa contou com 104 respostas, distribuídas entre diferentes cursos e faixas etárias.

Conforme o gráfico 1, a maioria dos participantes da pesquisa se identifica com o gênero feminino (73,1%), enquanto 26,9% se identificam como masculino. Nenhum dos respondentes escolheu a opção “prefiro não dizer”.

Gráfico 01: Perfil da amostra

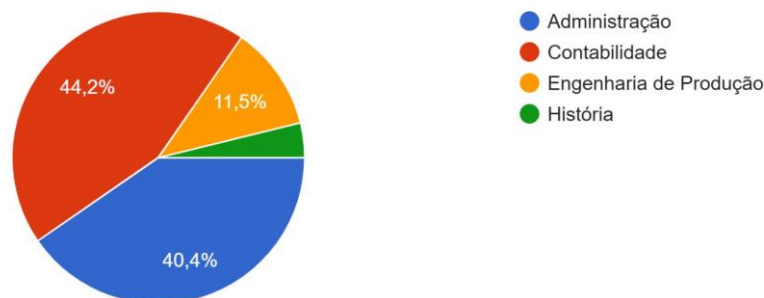
Qual o seu gênero?

104 respostas



Qual curso de graduação você está cursando?

104 respostas



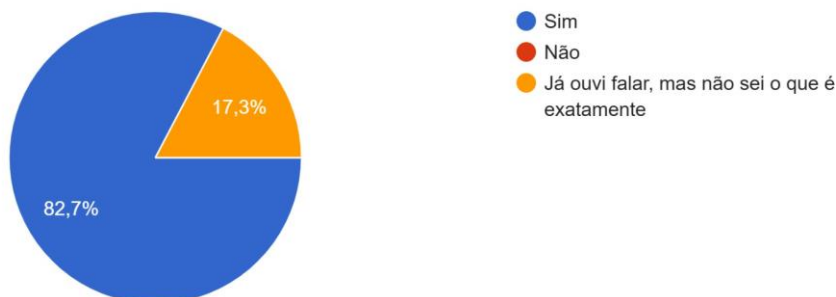
Fonte: Elaborado pelos autores.

A partir dos dados obtidos por meio do questionário, observa-se que grande parte dos respondentes está na faixa de 19 a 24 anos (69,2%), seguido por 25 a 29 anos (12,5%). As demais faixas aparecem em menor número: 30 a 34 anos (9,6%), acima de 35 anos (6,7%) e menores de 18 anos não foram registrados. A maioria dos participantes é do curso de Contabilidade (44,2%), seguido de Administração (40,4%), Engenharia de Produção (11,5%) e História (3,8%).

Gráfico 02 e 03: Conhecimento sobre veganismo

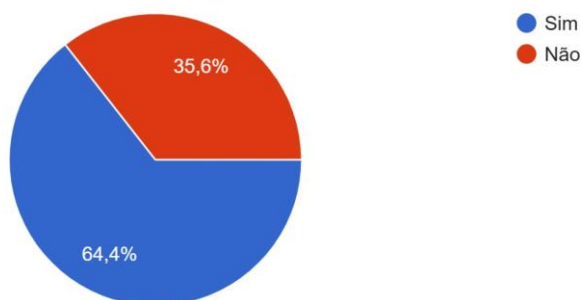
Você sabe o que são produtos veganos?

104 respostas



Você sabe o que significa este símbolo?

104 respostas



Fonte: Elaborado pelos autores.

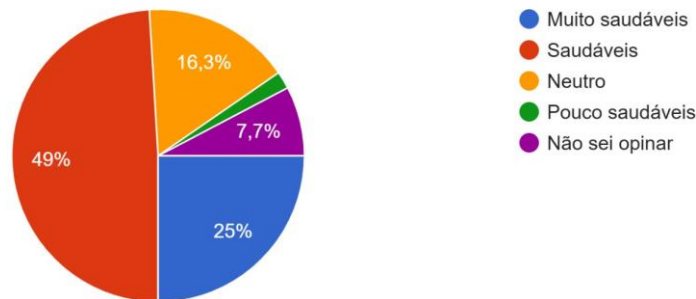
Os resultados revelam que a grande maioria dos estudantes (82,7%) afirma saber o que são produtos veganos, enquanto 17,3% disseram já ter ouvido falar, mas não sabem exatamente o que são. Nenhum participante declarou desconhecer totalmente o termo, indicando boa familiaridade com o tema.

Com base nos gráficos apresentados, é possível identificar que ao serem questionados sobre a capacidade de identificar um produto vegano, as respostas revelaram certa insegurança: apenas 64,4% disseram reconhecer o símbolo vegano, enquanto 35,6% não souberam identificá-lo. Isso indica que, mesmo com o conhecimento teórico, ainda falta familiaridade com o rótulo e os sinais que indicam o veganismo no dia a dia.

Gráfico 04: Saúde

Qual sua opinião sobre os produtos veganos em relação à saúde?

104 respostas



Fonte: Elaborado pelos autores.

Verifica-se, por meio dos gráficos abaixo, que a maioria considera os produtos veganos como saudáveis e muito saudáveis (74%). Uma pequena parcela tem opinião neutra (16,3%), poucos os acham pouco saudáveis (2%), e 7,7% não souberam opinar.

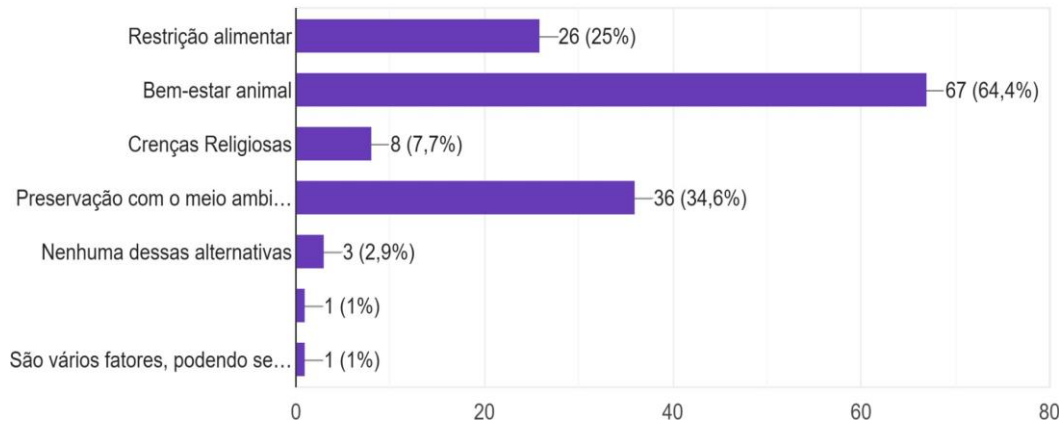
Segundo Craig (2009), “uma dieta vegana bem planejada tende a ser útil para aumentar a ingestão de nutrientes protetores e fitoquímicos, ao mesmo tempo que reduz gorduras saturadas e colesterol, contribuindo para a prevenção de doenças crônicas”. Porém, estudos sistemáticos apontam que, apesar dessas vantagens, dietas veganas podem apresentar deficiências significativas de nutrientes como vitamina B₁₂, vitamina D, cálcio, ferro, zinco, selênio e ácidos graxos de cadeia longa (EPA/DHA), caso não haja atenção cuidadosa à seleção de alimentos e suplementação adequada. Então podemos concluir que consumir produtos veganos pode ser saudável e trazer benefícios como aumento de fibras e fitoquímicos, redução de colesterol e risco de doenças cardiovasculares, desde que acompanhe um planejamento nutricional cuidadoso.

De acordo com os resultados obtidos, nota-se que os principais motivos para a adoção de uma alimentação vegana, os gráficos a seguir mostram que mais de 70% dos participantes apontaram o bem-estar animal, seguido de 73% que citaram a preservação ambiental, e 25% que mencionaram restrições alimentares. Outros fatores como crenças religiosas (7,7%) e outros motivos variados também foram lembrados. Esses dados confirmam que a motivação ética ainda é a mais forte entre as razões associadas ao veganismo.

Gráfico 07: Alimentos considerados veganos

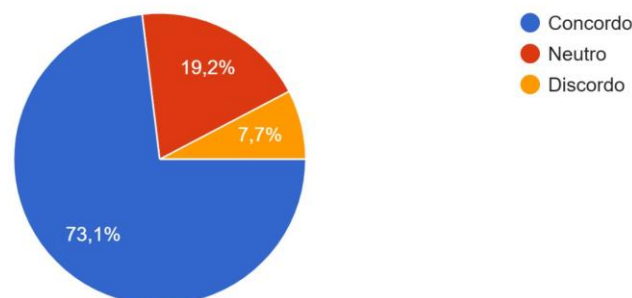
Por qual motivo, você acredita, que as pessoas se tornam veganas?

104 respostas



Você concorda que o consumo de alimentos veganos auxilia na preservação do meio ambiente e bem-estar animal?

104 respostas



Você entende que, alguns tipos de alimentos, incluindo carnes, ovos, laticínios, mel, e produtos, como roupas, sapatos e bolsas de couro, tem origem animal, são considerados veganos?

104 respostas



Fonte: Elaborado pelos autores.

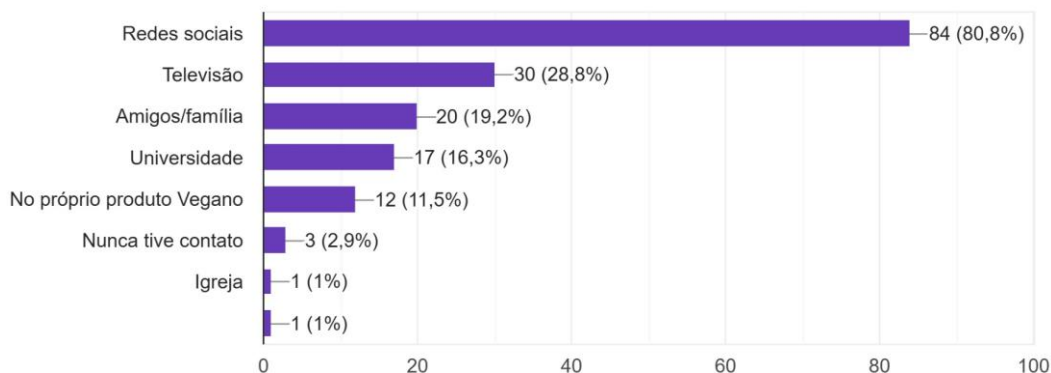
A leitura do gráfico permite concluir que ao serem perguntados sobre o que pode ou não

ser considerado vegano, 68,3% acertaram a resposta, demonstrando bom entendimento, enquanto 20,2% erraram e 11,5% não souberam responder.

Gráfico 08: Fonte de informação

Você já teve contato com informações sobre produtos veganos em algum desses contextos?

104 respostas



Fonte: Elaborado pelos autores.

Conforme ilustrado no gráfico abaixo, verifica-se que em relação às fontes de informação, a grande maioria afirma que aprende sobre o tema pelas redes sociais (80,8%), seguidas por televisão (28,8%), amigos e familiares (19,2%), e em menor proporção, na própria universidade (16,3%).

4 CONCLUSÃO

Analisando as informações coletadas, percebe-se que os estudantes da UFMS em Nova Andradina possuem um bom entendimento dos princípios teóricos do veganismo. Eles compreendem as vantagens para a saúde, o meio ambiente e o tratamento dos animais. Contudo, muitos acham complicado distinguir produtos veganos em suas compras cotidianas, indicando que precisam se acostumar mais com os sinais e etiquetas nas embalagens.

As justificativas mais citadas para escolher o veganismo foram questões de ética e preocupação ambiental, com a saúde e restrições alimentares vindo em seguida. As redes sociais são a principal fonte de informações sobre o assunto, enquanto a universidade ainda não participa tanto dessa discussão. Assim, é crucial que a instituição promova discussões e iniciativas educativas sobre consumo consciente e sustentável, aumentando o conhecimento e a reflexão sobre a vida vegana.

REFERÊNCIAS

- AQUINO, J. M.; REIS, M. A. G. dos; CINTRA, P.; MASSULO, A.; SOUZA, I. da R. Veganos e consumo dos alimentos ultra processados: uma abordagem crítico-constructiva. **Revista Eletrônica Multidisciplinar de Investigação Científica**, Brasil, v. 2, n. 4, 2023. Disponível em: <https://remici.com.br/index.php/revista/article/view/46>. Acesso em: 23 maio. 2025.
- CRAIG, W. J.; MANGELS, A. R. **Health effects of vegan diets.** *The American Journal of Clinical Nutrition*, v. 89, supl. 5, p. 1627S–1633S, maio 2009.
- DE MELO, A. G. A.; CRISTIANE S. R. C.; RAIANY, S. O. Consciência ecológica e atitude ecológica: um estudo da influência desses fatores na intenção de compra da geração Z de alimentos veganos. **ANAIS: XXIV MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, PÓS-GRADUAÇÃO, PESQUISA E EXTENSÃO-PPGA UCS.** 2024. Disponível em: <https://revistas.utfpr.edu.br/rbta/article/view/14676>. Acesso em 23 de maio de 2025.
- MENDES, P. V. Crenças e bem-estar animal na intenção de compra de alimentos veganos. **Revista Clav**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 45-62, 2020. Disponível em: <https://conferencias.fgv.br/clav/article/view/327>. Acesso em: 24 maio 2025.