



Universidade de Brasília
Faculdade de Educação Física - FEF/UnB
Trabalho de Conclusão de Curso

Pedro Henrique Marques de Souza

Guilherme Álvares Lapidus

VALORES PESSOAIS E O USO DE SUPLEMENTOS

Brasília-DF

2024



VALORES PESSOAIS E O USO DE SUPLEMENTOS

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Universidade de Brasília,
como parte das exigências do Curso de
Educação Física para a obtenção
do título de Bacharel.

Prof. Dr. Américo Pierangeli Costa
Orientador

Brasília-DF
2024

DEDICATÓRIA

Primeiramente a Deus, a todos os familiares, amigos, professores e a toda comunidade acadêmica, não seria possível sem qualquer uma dessas partes.

AGRADECIMENTOS

A Deus por ter nos dado força e nos capacitado para concluir essa etapa da vida.

A cada familiar, em especial aos nossos pais e também às nossas esposas e enteado, por todo apoio que nos deram e por sempre nos impulsionarem e acreditarem em nosso potencial.

Ao Prof. Dr. Américo Pierangeli Costa, por toda atenção, cuidado, compreensão e parceria que foi fundamental para a conclusão desse ciclo.

A cada voluntário que se dispôs a participar da pesquisa.

Aos Professores da Faculdade de Educação Física da UnB (FEF/UnB) e de outros departamentos pela colaboração na formação.



RESUMO

O presente estudo tem como objetivo investigar a relação entre valores pessoais e o uso de suplementos alimentares entre praticantes de atividade física. Com o aumento do consumo de suplementos, impulsionado por fatores como a prática esportiva e a influência de mídias sociais, torna-se relevante compreender se os valores individuais impactam essa escolha. A pesquisa foi conduzida com 154 participantes, sendo que 121 faziam uso de suplementos. Para avaliar os valores pessoais, utilizou-se a escala *List of Values* (LoV), que categoriza nove valores centrais. Os resultados apontaram correlações significativas, porém fracas, entre o consumo de aminoácidos e os valores de pertencimento e entusiasmo, além de uma associação entre o uso de estimulantes e a sensação de segurança. Foi observado também que a sensação de realização pessoal está moderadamente associada à intensidade de atividade física e ao tempo dedicado aos treinos. Conclui-se que, embora algumas correlações sejam fracas, há indícios de que os valores pessoais influenciam o consumo de suplementos, especialmente no que se refere ao bem-estar e à realização pessoal. A pesquisa abre caminhos para futuras investigações com amostras mais amplas e representativas.

Palavras-chave: valores pessoais, suplementos alimentares, atividade física, List of Values, consumo.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, suplementos alimentares são utilizados por diferentes tipos de pessoas, com diversos objetivos diferentes, como ganho de massa muscular, perda de peso, por motivos de saúde e diversos outros. O consumo pode variar de acordo com cultura, costumes, questões econômicas, regulamentação, disponibilidade e acesso.

No Brasil e no mundo o consumo de suplementos alimentares tem aumentado de forma significativa com o passar dos anos, podemos apontar alguns fatores que influenciam esse crescimento, como o aumento da prática de atividade física e também o avanço da conscientização sobre bem-estar e saúde.

De acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Alimentos para Fins Especiais e Congêneres (ABIAD), no Brasil o mercado de suplementos alimentares movimentou cerca de 2 bilhões em 2019. A nível global, de acordo com a Grand View Research, em 2019 o mercado de suplementos alimentares foi avaliado em cerca de 123,28 bilhões de dólares e a tendência é que continue a crescer a cada ano.

Buscando analisar o consumo de suplementos e o perfil do consumidor em Brasília notamos que segundo Zago (2012), 44% dos adolescentes de 15 a 19 anos que frequentam academias, fazem o uso de suplementos por indicação de amigos, sem a prescrição adequada feita por um nutricionista. Já Melo (2012), aponta que 68% dos indivíduos de 21 a 25 anos fazem o uso de suplementos a partir de indicações feitas por nutricionistas. Silveira (2012), mostra que 62% dos consumidores de suplementos são do sexo masculino com idade de 18 a 50 anos, que 46% consomem suplementos com indicação

de nutricionistas e que 27% consomem por conta própria.

Os tipos de suplementos mais populares são os proteicos, vitamínicos, aminoácidos, estimulantes e carboidratos. Dentre esses, Silveira (2012), aponta que 53% dos indivíduos que fazem o uso de suplementos consomem Whey Protein e 23% fazem o uso de mais de 3 tipos de suplementos. Anteriormente, o uso de suplementos era mais comum para atletas de alto rendimento e fisiculturistas, porém hoje esse uso está muito mais disseminado entre as pessoas que frequentam academias por buscarem mais saúde e por questões estéticas, também entre as que praticam outras atividades físicas.

De acordo com Verdan (2021), alguns dos benefícios do uso de suplementos são a melhora do desempenho esportivo, o suprimento de deficiências nutricionais, aumento da saúde óssea e cardíaca e auxiliam na perda de peso e ganho de massa muscular. Porém, sabemos que sob uso inadequado os suplementos também podem fazer mal à saúde e interferir no uso de medicamentos, pode gerar também uma sobrecarga hepática, além um desequilíbrio funcional no corpo.

O uso de suplementos muitas vezes acontece não por uma necessidade real ou deficiência nutricional e sim por influência de amigos, mídia e do próprio meio dos praticantes de exercício físico. Silva (2017), aponta que 36% das pessoas que usam suplementos fazem esse uso por conta própria e 25% por outros motivos, totalizando 51%. Já Santos (2017), aponta que 31% consome por indicação do educador físico, 18% por conta própria e 8% por indicação de amigos, totalizando 57%. Em Brasília, Albuquerque (2012), mostra que 71% consomem por iniciativa própria, indicação de amigos, familiares, vendedor de loja de suplementos e do educador físico.

Quando analisamos essa realidade em praticantes de atividade física de alta intensidade, segundo Almeida (2019), 53% consomem suplementos a partir da prescrição de um nutricionista e 7% por prescrição de um endocrinologista, totalizando 60%. Já entre educadores físicos quando questionados sobre a melhor adequação para indicação de suplementos, segundo Oliveira (2017), 75% apontam o nutricionista como a pessoa mais indicada para prescrever o uso de suplementos e 7% o médico, totalizando 82%.

Cultura de consumo são os fatores que influenciam e impactam no consumo de uma determinada sociedade ou grupo. Sabemos que muitos fatores podem impactar na cultura de consumo de uma sociedade, tais como: valores daquela sociedade, mídias sociais, influencers, indicação de amigos e parentes, políticas públicas e diversos outros fatores.

Segundo McCracken (2007), o significado cultural se move de forma viva e contínua de um ponto para o outro, primeiramente do mundo que é culturalmente construído e para os bens de consumo e desses para o consumidor individual. Os bens de consumo têm um significado que extrapola o seu valor comercial e utilidade, pois têm a capacidade de carregar e comunicar junto de si um significado cultural.

O mercado de suplementos é em grande parte influenciado e impactado pela cultura de consumo. Infelizmente a maior parte dos suplementos não

possuem comprovação científica e mesmo assim são muito comercializados por tamanha influência das mídias sociais e influencers.

É nítido ver o poder da cultura no consumo de suplementos no Brasil e no mundo hoje, basta que olhemos para os influencers e para os investimentos milionários realizados pelas indústrias justamente por saber do alto impacto de um patrocínio ou ação no número de vendas de determinado produto. Segundo Valente (2018), a existência de relação de proximidade entre o influenciador e o seguidor e a maior regularidade de publicação afetam positivamente o reconhecimento da necessidade e a busca de informação. Por sua vez, a existência de relação de proximidade entre o influenciador e o seguidor, a maior regularidade de publicação e o reconhecimento de necessidade e a busca de informação influenciam positivamente a decisão de compra.

Diante do exposto, o presente estudo tem por objetivo investigar se o uso suplementos tem associação com os valores pessoais. Para tanto, pretende-se caracterizar o perfil de prática dos entrevistados; o perfil de consumo de suplementos e a percepção dos valores pessoais segundo a escala LoV (List of Values) proposta por Kahle e Kennedy (1993).

2 VALORES PESSOAIS CADEIAS MEIOS FIM E A EVOLUÇÃO DOS ESTUDOS DE VALORES PESSOAIS

Valores pessoais são princípios fundamentais intrínsecos a um indivíduo que influenciam suas decisões e comportamentos no decorrer de sua vida, são a base moral e ética que guiam as decisões daquele indivíduo. O modelo cadeia meios-fim de Gutman (1982) mostra que as cadeias são os processos ou etapas que uma pessoa passa para alcançar um determinado objetivo, os meios são os recursos, habilidades e ferramentas utilizados para chegar nos fins desejados, ou seja, em determinado objetivo ou meta. Todas essas estampas são diretamente influenciadas pelos valores pessoais de cada indivíduo, pessoas com valores pessoais diferentes possuem processos e ferramentas diferentes para chegar a determinado objetivo e dependendo dos valores pessoais da cultura em que foram criadas até os objetivos podem ser diferentes.

Falar sobre valores pessoais é algo complexo, muitos pesquisadores se dedicaram a compreender mais sobre os valores pessoais e seus impactos nas decisões de uma sociedade. São diversas pesquisas que analisam como os valores pessoais interferem no desenvolvimento de produtos de moda-vestuário, produtos de beleza, na alimentação, na escolha de uma atividade física, na compra de automóveis e diversas outras vertentes de mercado.

2.1 Aplicações Em Larga Escala Da Lista De Valores LoV

Um dos principais fatores que impactaram o avanço dos estudos de valores pessoais é justamente a facilidade de aplicação em larga escala da lista de valores pessoais, permitindo acesso a mais pessoas de maneira eficaz.

A partir dos resultados obtidos através da escala LoV, pode-se fazer análises estatísticas para mensurar a conexão desses valores com as variáveis de impacto propostas.

2.2 Lista De Valores

Os estudos que analisam os valores pessoais utilizam uma escala chamada List of Values (LoV), proposta por Kahle e Kennedy (1993). É uma escala com 9 valores pessoais e suas devidas explicações que tem como objetivo encontrar o valor pessoal mais importante para aquele indivíduo.

São estes os valores da escala LoV:

1.Sentimento de pertencer: Querer ou procurar a sensação de pertencer a um grupo social, familiar ou religioso que também te reconheça como parte.

2.Empolgação / entusiasmo: Querer ou procurar na vida ficar empolgado (estimulado) com novidades, mudanças e também com elementos de sua rotina.

3.Relacionamentos próximos (calorosos) com outras pessoas: Querer ou procurar amizade e trocas sociais com outras pessoas, socializando de forma calorosa com eles.

4.Autoconhecimento: Querer ou procurar conhecer a si mesmo, analisando ações, pensamentos, história de vida e decisões.

5.Ser respeitado: Querer e procurar manter uma imagem que gere respeito das pessoas em relação a você.

6.Diversão e prazer na vida: Querer e procurar senso de gratificação, comemoração e prazer (por meio da sensualidade ou por outras formas).

7.Segurança: Querer ou procurar por segurança e estabilidade no ambiente em que está inserido.

8.Autorrespeito (respeito próprio): Querer ou procurar se respeitar acima das impressões de outras pessoas.

9.Sensação de realização: Querer ou procurar sucesso, conquistas, feitos.

Cada um dos 9 valores é preenchido em uma escala que vai de 1 a 9, onde 1 é pouco importante e 9 é muito importante. Após o preenchimento é solicitado que a pessoa que está respondendo releia os valores com maior pontuação e selecione o valor mais importante para ela, obtendo assim o valor mais importante.

A partir da aplicação da escala LoV, podemos identificar os valores pessoais com maior relevância dentro de um determinado grupo. No meio corporativo, Almeida (2010), mostrou que em um grupo de mulheres empresárias brasileiras o senso de realização foi o valor considerado como o mais importante pela maior parte das participantes da pesquisa.

Usando outro tipo de escala, Kelly (2012), mostrou que entre idosos que praticavam atividades de ginástica e dança o senso de realização também foi o valor pessoal mais importante para a maioria dos participantes. Por fim, Arruda (2016), mostrou que para usuários de bicicletas compartilhadas a autodeterminação e estimulação foi o valor pessoal destacado como o mais importante pela maior parte dos usuários.

Por isso, acreditamos também que os valores pessoais podem estar diretamente ligados ao uso de suplementos. Em diversos outros segmentos de mercado existe uma relação de valores pessoais e cultura de consumo e o nosso objetivo com esse trabalho é realmente descobrir se há uma relação entre os valores pessoais e o uso de suplementos.

3 MATERIAIS E MÉTODOS

Este estudo foi conduzido por meio de uma pesquisa exploratória, empregando uma abordagem quantitativa. Trata-se de uma investigação descritiva inicial, com o objetivo de explorar as relações e associações entre as abordagens de levantamento em grandes populações, focando na atividade física e nos valores pessoais.

Para a quantificação da frequência semanal de atividade física e do perfil comportamental de cada participante, foram utilizadas questões de perfil de prática de atividade física, adaptado do PAQ - *Physical Activity Questionnaire* utilizado por Craig *et al* (2003), além de questões sobre o perfil de consumo de suplementos agrupados por categorias (usualmente definidas pelo mercado) e a Lista de Valores (List of Values - LoV).

A coleta de dados foi realizada por meio de um formulário disponibilizado na plataforma Google Forms, acessível de 8 de outubro de 2023 a 17 de novembro de 2023. Durante esse período, foram obtidas 154 respostas, sendo que destas 121 respostas faziam o uso de suplementos. O formulário (Anexo 1) foi baseado no modelo original da Lista de Valores (LoV), que classifica os valores pessoais de acordo com a sua importância em uma escala numérica de nove pontos (1 a 9), conforme descrito por Kahle *et al.* (1986) e Kahle & Kennedy (1993). Além disso, o formulário incluía uma seção de Perfil Sociodemográfico, que coletou informações sobre características da amostra, como sexo, faixa etária, estado civil, número de pessoas no lar, renda familiar média, contribuição para a renda mensal e número de pessoas que contribuem para a renda familiar.

4 RESULTADOS

4.1 Caracterização da Amostra

Apresenta-se na Tabela 1, a caracterização da amostra da presente pesquisa quanto ao sexo (Masculino ou Feminino), estado civil (Solteiro, Casado/União Estável, Separado/Divorciado ou Viúvo), renda familiar média mensal (em salários mínimos - SM) e se o entrevistado contribui para essa renda mensal.

Tabela 1 – Caracterização da amostra

| Sexo | Frequência | % do Total | % Cumulativo |
|-------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| Masculino | 87 | 71.9 % | 71.9 % |
| Feminino | 34 | 28.1 % | 100.0 % |

| Faixa Etária | Frequência | % do Total | % Cumulativo |
|---------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| Entre 18 e 24 anos | 52 | 43.0 % | 43.0 % |
| Entre 25 e 30 anos | 29 | 24.0 % | 66.9 % |
| Entre 31 e 35 anos | 13 | 10.7 % | 77.7 % |
| Entre 36 e 40 anos | 8 | 6.6 % | 84.3 % |
| Entre 41 e 45 anos | 8 | 6.6 % | 90.9 % |
| Entre 46 e 50 anos | 6 | 5.0 % | 95.9 % |
| Mais que 50 anos | 5 | 4.1 % | 100.0 % |

| Estado Civil | Frequência | % do Total | % Cumulativo |
|-----------------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| Solteiro(a) | 75 | 62.0 % | 62.0 % |
| Casado(a) / União estável | 39 | 32.2 % | 94.2 % |
| Separado(a) / Divorciado(a) | 6 | 5.0 % | 99.2 % |
| Viúvo(a) | 1 | 0.8 % | 100.0 % |

| Renda Familiar Média | Frequência | % do Total | % Cumulativo |
|-----------------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| Até 1 S.M. | 6 | 5.0 % | 5.0 % |
| Entre 1 e 3 S.M. | 22 | 18.2 % | 23.1 % |
| Entre 3 e 5 S.M. | 33 | 27.3 % | 50.4 % |
| Entre 5 e 10 S.M. | 34 | 28.1 % | 78.5 % |
| Entre 10 e 15 S.M. | 10 | 8.3 % | 86.8 % |
| Entre 15 e 20 S.M. | 4 | 3.3 % | 90.1 % |
| Entre 20 e 25 S.M. | 5 | 4.1 % | 94.2 % |
| Entre 25 e 30 S.M. | 3 | 2.5 % | 96.7 % |
| Mais de 30 S.M. | 4 | 3.3 % | 100.0 % |

| Contribuição para a Renda Familiar | Frequência | % do Total | % Cumulativo |
|---|-------------------|-------------------|---------------------|
| Contribuem | 85 | 70.2 % | 70.2 % |
| Não Contribuem | 36 | 29.8 % | 100.0 % |

Quanto ao perfil dos participantes da pesquisa, verificou-se que 71,9% dos voluntários são do sexo masculino, enquanto 28,1% são do sexo feminino. Em relação à faixa etária, 43,0% dos participantes possuem entre 18 e 24

anos, 24,0% têm entre 25 e 30 anos, 10,7% estão na faixa de 31 a 35 anos, 6,6% possuem entre 36 e 40 anos, outros 6,6% têm entre 41 e 45 anos, 5,0% possuem entre 46 e 50 anos, e 4,1% têm mais de 50 anos.

No que diz respeito ao estado civil, a maioria dos participantes, 62,0%, é solteira; 32,2% são casados ou estão em união estável; 5,0% são separados ou divorciados; e 0,8% são viúvos. Quanto à renda familiar média, 5,0% possuem renda de até um salário mínimo, 18,2% têm renda entre um e três salários mínimos, 27,3% entre três e cinco salários mínimos, 28,1% entre cinco e dez salários mínimos, 8,3% entre dez e quinze salários mínimos, 3,3% entre quinze e vinte salários mínimos, 4,1% entre vinte e vinte e cinco salários mínimos, 2,5% entre vinte e cinco e trinta salários mínimos, e 3,3% possuem renda superior a trinta salários mínimos.

Em relação à contribuição para a renda familiar, 70,2% dos participantes afirmaram contribuir, enquanto 29,8% disseram não contribuir.

4.2 Caracterização da Prática de Atividade Física

Apresenta-se na Tabela 2, a caracterização da amostra da presente pesquisa quanto à intensidade de atividade física no mês anterior à pesquisa, à frequência semanal de atividade física, ao principal tipo de exercício e ao tempo médio por dia de treino.

Tabela 2 – Caracterização da Prática de Atividade Física

| Intensidade de atividade física no último mês | Frequência | % do Total |
|--|-------------------|-------------------|
| Não participo | 3 | 2.5 % |
| Moderada | 52 | 43.0 % |
| Vigorosos | 51 | 42.1 % |
| Vigorosos e competição | 15 | 12.4 % |
| Frequência semanal de atividade física | Frequência | % do Total |
| 2 | 1 | 0.8 % |
| 3 | 13 | 10.7 % |
| 4 | 24 | 19.8 % |
| 5 | 46 | 38.0 % |
| 6 | 28 | 23.1 % |
| 7 | 9 | 7.4 % |
| Principal tipo de exercício | Frequência | % do Total |
| Musculação, funcional e Crossfit | 90 | 74.4 % |
| Natação, corrida, triatlão e remo | 12 | 9.9 % |
| Lutas | 10 | 8.3 % |
| Outros | 9 | 7.4% |
| Tempo médio por dia de treino | Frequência | % do Total |
| Até 30 min | 2 | 1.7 % |
| De 30 a 60 min | 43 | 36.1 % |
| De 60 a 90 min | 45 | 37.8 % |

Em relação à prática de atividade física no último mês, observou-se que 2,5% dos participantes não participaram de atividades físicas, 43,0% praticaram atividades de forma moderada, 42,1% participaram de atividades vigorosas, e 12,4% participaram de atividades vigorosas associadas à competição.

Quanto à frequência semanal de atividade física, 0,8% dos participantes realizam atividade física duas vezes por semana, 10,7% três vezes por semana, 19,8% quatro vezes por semana, 38,0% cinco vezes por semana, 23,1% seis vezes por semana, e 7,4% realizam atividade física todos os dias da semana.

O principal tipo de exercício praticado pelos participantes foi musculação, funcional e Crossfit, com 74,4% dos participantes se dedicando a essas modalidades. Outras atividades incluíram natação, corrida, triathlon e remo (9,9%), lutas (8,3%), e outras modalidades (7,4%).

Quanto ao tempo médio diário de treino, 1,7% dos participantes treinam até 30 minutos por dia, 36,1% treinam entre 30 e 60 minutos, 37,8% treinam entre 60 e 90 minutos, e 24,4% treinam por mais de 90 minutos.

4.3 Caracterização do Uso de Suplementos

Apresenta-se na Tabela 3 a caracterização do uso de suplementos entre os participantes da pesquisa, abrangendo o uso de suplementos proteicos, aminoácidos, carboidratos, vitamínicos e estimulantes, bem como o gasto médio mensal com esses produtos.

Tabela 3 – Caracterização do uso de suplementos

| Suplementos Proteicos | Frequência | % do Total | % acumulada |
|------------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| Nunca | 18 | 14.9 % | 14.9 % |
| Raramente | 19 | 15.7 % | 30.6 % |
| Moderadamente | 26 | 21.5 % | 52.1 % |
| Frequentemente | 58 | 47.9 % | 100.0 % |

| Suplementos - Aminoácidos | Frequência | % do Total | % acumulada |
|----------------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| Nunca | 18 | 14.9 % | 14.9 % |
| Raramente | 22 | 18.2 % | 33.1 % |
| Moderadamente | 19 | 15.7 % | 48.8 % |
| Frequentemente | 62 | 51.2 % | 100.0 % |

| Suplementos - Carboidratos | Frequência | % do Total | % acumulada |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
|-----------------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|

| | | | |
|----------------|----|--------|---------|
| Nunca | 81 | 66.9 % | 66.9 % |
| Raramente | 19 | 15.7 % | 82.6 % |
| Moderadamente | 10 | 8.3 % | 90.9 % |
| Frequentemente | 11 | 9.1 % | 100.0 % |

| Suplementos - Vitamínicos | Frequência | % do Total | % acumulada |
|----------------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| Nunca | 33 | 27.3 % | 27.3 % |
| Raramente | 21 | 17.4 % | 44.6 % |
| Moderadamente | 27 | 22.3 % | 66.9 % |
| Frequentemente | 40 | 33.1 % | 100.0 % |

| Suplementos - Estimulantes | Frequência | % do Total | % acumulada |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| Nunca | 38 | 31.4 % | 31.4 % |
| Raramente | 22 | 18.2 % | 49.6 % |
| Moderadamente | 25 | 20.7 % | 70.2 % |
| Frequentemente | 36 | 29.8 % | 100.0 % |

| Gasto médio mensal com suplementos | Frequência | % do Total | % acumulada |
|---|-------------------|-------------------|--------------------|
| Até R\$ 100,00 | 25 | 20.7 % | 20.7 % |
| Entre 100,00 e 200,00 | 38 | 31.4 % | 52.1 % |
| Entre 200,00 e 300,00 | 31 | 25.6 % | 77.7 % |
| Entre 300,00 e 400,00 | 15 | 12.4 % | 90.1 % |
| Entre 400,00 e 500,00 | 4 | 3.3 % | 93.4 % |
| Mais de 500,00 | 8 | 6.6 % | 100.0 % |

Sobre o uso de suplementos proteicos, 14,9% dos participantes afirmaram nunca utilizar esses suplementos, 15,7% os utilizam raramente, 21,5% moderadamente, e 47,9% frequentemente. No caso dos suplementos de aminoácidos, 14,9% nunca os utilizam, 18,2% raramente, 15,7% utilizam de forma moderada, e 51,2% os utilizam frequentemente.

Quanto ao uso de suplementos de carboidratos, 66,9% dos participantes nunca os utilizam, 15,7% raramente, 8,3% moderadamente, e 9,1% utilizam esses suplementos frequentemente. Em relação aos suplementos vitamínicos, 27,3% dos participantes afirmaram nunca os utilizar, 17,4% raramente, 22,3% utilizam moderadamente, e 33,1% frequentemente. Quanto ao uso de suplementos estimulantes, 31,4% dos participantes nunca os utilizam, 18,2% raramente, 20,7% moderadamente, e 29,8% frequentemente.

Por fim, o gasto médio mensal com suplementos variou, com 20,7% dos participantes gastando até R\$ 100,00, 31,4% entre R\$ 100,00 e R\$ 200,00, 25,6% entre R\$ 200,00 e R\$ 300,00, 12,4% entre R\$ 300,00 e R\$ 400,00, 3,3% entre R\$ 400,00 e R\$ 500,00, e 6,6% gastando mais de R\$ 500,00.

4.4 Caracterização dos Valores Pessoais

Apresenta-se na Tabela 4 a caracterização dos valores pessoais dos participantes, com base na soma total de pontos atribuídos a diferentes aspectos, incluindo a sensação de realização, autoconhecimento, autorrespeito, ser respeitado, segurança, empolgação/entusiasmo, relacionamentos próximos, diversão/prazer na vida, sentimento de pertencer, e o valor considerado mais importante.

Tabela 4 - Caracterização dos valores pessoais

| Valores Pessoais | Mínimo | Máximo | Moda | Percentil 25 | Percentil 50 Mediana | Percentil 75 | Soma | Shapiro-Wilk W | Shapiro-Wilk P |
|---|--------|--------|------|--------------|----------------------|--------------|------|----------------|----------------|
| Sensação de realização | 3 | 9 | 9.00 | 8.00 | 9.00 | 9.00 | 1000 | 630 | < .001 |
| Autoconhecimento | 1 | 9 | 9.00 | 8.00 | 9.00 | 9.00 | 996 | 641 | < .001 |
| Autorrespeito | 1 | 9 | 9.00 | 8.00 | 9.00 | 9.00 | 976 | 632 | < .001 |
| Ser respeitado | 1 | 9 | 9.00 | 7.00 | 9.00 | 9.00 | 946 | 731 | < .001 |
| Segurança | 1 | 9 | 9.00 | 7.00 | 8.00 | 9.00 | 934 | 763 | < .001 |
| Empolgação / entusiasmo | 1 | 9 | 9.00 | 6.00 | 8.00 | 9.00 | 866 | 821 | < .001 |
| Relacionamentos próximos com outras pessoas | 1 | 9 | 9.00 | 5.00 | 7.00 | 9.00 | 803 | 867 | < .001 |
| Diversão e prazer na vida | 1 | 9 | 9.00 | 5.00 | 7.00 | 9.00 | 770 | 847 | < .001 |
| Sentimento de pertencer | 1 | 9 | 9.00 | 4.00 | 6.00 | 9.00 | 722 | 874 | < .001 |

Ressalta-se que nenhum dos itens da escala aprestou distribuição normal de acordo com o teste de normalidade de Shapiro-Wilk. Nesse sentido, os dados foram descritos com base na moda, mediana (percentil 50) e primeiro e terceiro quartis (percentis 25 e 75). Os valores pessoais dos participantes foram avaliados com base em uma soma total de pontos para cada item. A sensação de realização alcançou uma soma de 1000 pontos entre os participantes. O valor relacionado ao autoconhecimento teve uma soma total de 996 pontos, enquanto o autorrespeito somou 976 pontos.

Ser respeitado foi um valor que acumulou 946 pontos, seguido pela segurança, que totalizou 934 pontos. O item relacionado à empolgação e entusiasmo somou 866 pontos. Em relação aos relacionamentos próximos com outras pessoas, a soma foi de 803 pontos.

A diversão e o prazer na vida acumularam 770 pontos e o sentimento de pertencer totalizou 722 pontos.

4.5 Correlação entre os valores pessoais e o consumo de suplementos

Foi realizada uma análise de correlação utilizando o coeficiente de Spearman para investigar a relação entre os tipos de suplementos consumidos e os valores pessoais. A ingestão de aminoácidos e as variáveis de sentimento de pertencimento e empolgação/entusiasmo foram as únicas a apresentarem correlação significativa, conforme apresentado na Tabela 5.

Tabela 5 – Correlação entre os valores pessoais e uso de suplementos aminoácidos

| | | Aminoácidos |
|-------------------------|--------------------|-------------|
| Sentimento de pertencer | Coeficiente | 0.181 |
| | Graus de liberdade | 119 |
| | Valor de p | 0.047 |
| Empolgação / entusiasmo | Coeficiente | 0.191 |
| | Graus de liberdade | 119 |
| | Valor de p | 0.036 |

Os resultados indicam uma correlação positiva, embora fraca, entre a ingestão de aminoácidos e o sentimento de pertencimento ($\rho = 0,181$; $p = 0,047$). Esse resultado sugere que um maior consumo de aminoácidos pode estar associado de forma não robusta à valoração da sensação de pertencimento em um grupo ou comunidade.

Além disso, foi observada uma correlação positiva entre a ingestão de aminoácidos e a empolgação/entusiasmo ($\rho = 0,191$; $p = 0,036$). Embora também apresente um coeficiente de correlação fraco, ela é significativa, indicando que o consumo de aminoácidos pode estar correlacionado a pessoas que valorizam a empolgação ou entusiasmo como algo relevante na vida.

Esses achados sugerem que, apesar de as correlações serem fracas, há uma associação estatisticamente significativa entre o consumo de aminoácidos e as percepções de pertencimento e entusiasmo.

Os resultados apontaram também uma correlação positiva entre o uso de suplementes estimulantes e o valor segurança, conforme Tabela 6.

Tabela 6 – Correlação entre o valor pessoal e uso de suplementos vitamínicos e estimulantes

| | | Estimulantes |
|-----------|--------------------|--------------|
| Segurança | Coeficiente | 0.210 |
| | Graus de liberdade | 119 |
| | Valor de p | 0.021 |

A correlação entre a sensação de segurança e o uso de estimulantes foi um pouco mais forte ($\rho = 0,210$; $p = 0,021$), e estatisticamente significativa. Isso

sugere que o consumo de estimulantes pode estar associado a pessoas que valorizam a segurança, entre os participantes do estudo.

4.6 Correlação entre os valores pessoais e a prática de atividade física.

Após a realização dos testes de correlação entre os valores pessoais investigados e as variáveis de caracterização de prática de atividade física, encontrou-se resultados apenas com o valor “sensação de realização”. O Valor sensação de realização esta correlacionado com as três variáveis ordinais que caracterizam o perfil de prática de atividade física, conforme a Tabela 7.

Tabela 7 – Correlação entre os valores pessoais e a intensidade de atividade física

| | | Intensidade de atividade física no último mês | Frequência semanal de Atividade Física | Tempo médio por dia de treino |
|--|--------------------|--|---|--------------------------------------|
| Frequência semanal de Atividade Física | Coeficiente | 0.435 | — | — |
| | Graus de liberdade | 119 | — | — |
| | Valor de p | < .001 | — | — |
| Tempo médio por dia de treino | Coeficiente | 0.306 | 0.299 | — |
| | Graus de liberdade | 117 | 117 | — |
| | Valor de p | < .001 | < .001 | — |
| Sensação de realização | Coeficiente | 0.187 | 0.205 | 0.301 |
| | Graus de liberdade | 119 | 119 | 117 |
| | Valor de p | 0.040 | 0.024 | < .001 |

Os resultados demonstram uma correlação positiva e moderada entre a intensidade de atividade física no último mês e a frequência semanal de atividade física ($\rho = 0,435$; $p < 0,001$), indicando que indivíduos com maior intensidade de atividade física tendem a se exercitar com maior frequência semanal.

Além disso, foi encontrada uma correlação positiva entre a intensidade de atividade física no último mês e o tempo médio por dia de treino ($\rho = 0,306$; $p < 0,001$), sugerindo que uma maior intensidade de atividade física está associado a um maior tempo médio dedicado ao treino diário. A relação entre a frequência semanal de atividade física e o tempo médio por dia de treino também foi positiva e significativa ($\rho = 0,299$; $p < 0,001$), corroborando a ideia de que indivíduos que treinam mais vezes na semana tendem a dedicar mais tempo a cada sessão de treino.

Em relação à sensação de realização, foram observadas correlações positivas, embora mais fracas, com a intensidade de atividade física no último mês ($\rho = 0,187$; $p = 0,040$) e com a frequência semanal de atividade física ($\rho = 0,205$; $p = 0,024$). Contudo, a correlação mais forte com a sensação de realização foi encontrada em relação ao tempo médio por dia de treino ($\rho = 0,301$; $p < 0,001$), indicando que dedicar mais tempo ao treino diário pode estar mais fortemente associado a uma maior sensação de realização pessoal.

Para interpretar a força dos coeficientes de correlação, ou seja, a magnitude das relações entre variáveis em pesquisas comportamentais e sociais, foi utilizada como referência a proposta de Jacob Cohen (1988) que sugere que um coeficiente de correlação entre 0,10 e 0,29 indica uma correlação fraca; entre 0,30 e 0,49, uma correlação moderada; e entre 0,50 e 1,0, uma correlação forte.

Esses resultados indicam que, de modo geral, um maior engajamento em atividades físicas, tanto em termos de frequência quanto de duração, está associado a percepções positivas de realização, embora as correlações variem em força.

5 CONCLUSÃO

Com base nas análises realizadas, é possível concluir que há evidências de correlações positivas entre o consumo de suplementos, a intensidade de atividade física e as percepções de bem-estar e realização pessoal.

As análises indicaram que a intensidade de atividade física está positivamente correlacionado tanto com a frequência semanal de exercício quanto com o tempo médio de treino diário. Essas associações sugerem que indivíduos mais ativos fisicamente tendem a se exercitar com maior regularidade e por períodos mais longos. Além disso, observou-se uma correlação positiva entre o tempo médio de treino diário e a sensação de realização, sugerindo que o aumento no tempo dedicado ao exercício pode contribuir para uma maior satisfação pessoal e bem-estar.

A ingestão de aminoácidos foi positivamente correlacionada com sentimentos de pertencimento e empolgação/entusiasmo, ainda que essas correlações sejam fracas. Esse achado aponta para uma possível, embora sutil, influência dos aminoácidos no bem-estar emocional dos indivíduos.

A análise das correlações com o sentimento de segurança revelou que o uso de estimulantes está associado a uma maior sensação de segurança, com uma correlação estatisticamente significativa. Por outro lado, a relação com o uso de vitamínicos, apesar de positiva, não alcançou significância estatística, sugerindo que sua influência na sensação de segurança pode ser limitada.

As correlações observadas variam em força, e algumas associações, embora positivas, não alcançaram significância estatística robusta. Estes resultados podem fornecer insights valiosos para a promoção da saúde e bem-estar, apontando para a importância de um estilo de vida ativo e o possível papel dos suplementos na melhoria do estado emocional dos indivíduos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados obtidos nesta pesquisa devem ser interpretados com cautela devido às limitações relacionadas ao número de participantes, o que pode limitar a generalização dos resultados, no entanto, podem servir como base para novas pesquisas conduzidas com um número maior e mais representativo de participantes, a fim de confirmar e ampliar as conclusões apresentadas, fortalecendo a validade e a aplicabilidade dos resultados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE, M. M. Avaliação do consumo de suplementos alimentares nas academias de Guará-DF. *RBNE - Revista Brasileira de Nutrição Esportiva*, v. 6, n. 32, 13 maio 2012.

ALMEIDA, I. V.; DE OLIVA RIBEIRO, M. C.; FREITAS, R. F. Uso de suplementos alimentares e fatores associados em praticantes de atividade física de alta intensidade. *RBNE - Revista Brasileira de Nutrição Esportiva*, v. 12, n. 76, p. 992-1004, 1 jan. 2019.

ALMEIDA, Ivana Carneiro; VILAS BOAS, Luiz Henrique de Barros; SETTE, Ricardo de Souza; DE OLIVEIRA, Alessandro Silva. Valores Pessoais das Mulheres Empresárias: Aplicação da Escala LOV. *ReMark - Revista Brasileira de Marketing*, [S. l.], v. 9, n. 3, p. 49–68, 2010.

ARRUDA, Hanna Rocha; BANDEIRA, Emanuella Lustosa; DA SILVA, Áurio Lúcio Leocádio; REBOUÇAS, Silvia Maria Dias Pedro. Consumo Colaborativo e Valores Pessoais: O Caso da Bicicleta Compartilhada. *ReMark - Revista Brasileira de Marketing*, [S. l.], v. 15, n. 5, p. 683–698, 2016.

COHEN, J. *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. 2. ed. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 1988.

CRAIG, C. L. et al. International Physical Activity Questionnaire: 12-country reliability and validity. *Medicine & Science in Sports & Exercise*, v. 35, n. 8, p. 1381-1395, 2003.

GUTMAN, J. A means-end chain model based on consumer categorization processes. *Journal of Marketing*, v. 46, p. 60-72, 1982.

KAHLE, L. R.; KENNEDY, P. Using the List of Values (LOV) to Understand Consumers. *Journal of Consumer Marketing*, v. 6, n. 3, p. 5-12, 1993.

KELLY, Luciana Torres Souza. Atividades Física, Educativa e de Dança: Um Estudo dos Valores Pessoais dos Consumidores Idosos. *ReMark - Revista Brasileira de Marketing*, [S. l.], v. 10, n. 3, p. 24–45, 2012.

McCRACKEN, Grant. CULTURA E CONSUMO: UMA EXPLICAÇÃO TEÓRICA DA ESTRUTURA E DO MOVIMENTO DO SIGNIFICADO CULTURAL DOS BENS DE CONSUMO. *Rev. adm. empres.*, v. 47, n. 1, Harvard Business School, Mar 2007.

Valente, João Carlos da Silva. Influenciadores digitais e o seu poder de influência no processo de decisão de compra e na construção da lealdade. Dissertação de Mestrado em Marketing e Negócios Internacionais. Coimbra Outubro de 2018.

MELO, I. C. O.; BUENO, L. DE O.; FLEURY NETO, H. P.; LIBERALI, R. O consumo de suplementos alimentares em academias de Brasília - DF. *RBNE - Revista Brasileira de Nutrição Esportiva*, v. 4, n. 24, 14 mar. 2012.

OLIVEIRA, S. F.; RIBOLDI, B. P.; ALVES, M. K. Conhecimento sobre Nutrição Esportiva, uso e indicação de suplementos alimentares por educadores físicos de Caxias do Sul-RS. *RBNE - Revista Brasileira de Nutrição Esportiva*, v. 11, n. 62, p. 141-149, 12 fev. 2017.

SANTOS, A. V.; FARIAS, F. O. Consumo de suplementos nutricionais por praticantes de atividades físicas em duas academias de Salvador-BA. *RBNE - Revista Brasileira de Nutrição Esportiva*, v. 11, n. 64, p. 454-461, 11 jun. 2017.

SILVA, R. P. DE Q. C.; VARGAS, V. DOS S.; LOPES, W. C. Consumo de suplementos alimentares por praticantes de atividade física em academias. *RBNE - Revista Brasileira de Nutrição Esportiva*, v. 11, n. 65, p. 584-592, 8 set. 2017.

SILVEIRA, D. F.; LISBÔA, S. D.; SOUSA, S. Q. DE. O consumo de suplementos alimentares em academias de ginástica na cidade de Brasília - DF. *RBNE - Revista Brasileira de Nutrição Esportiva*, v. 5, n. 25, 18 mar. 2012.

VERDAN, Karine Fino Gomes; SANTOS, Jéssica Ezidoro; JÚNIOR, Vicente Antonio de Senna. RISCOS E BENEFÍCIOS DA UTILIZAÇÃO DE SUPLEMENTOS NUTRICIONAIS NA PRÁTICA DE ATIVIDADE FÍSICA. *Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação*. São Paulo, v. 7, n. 10, out. 2021.

ZAGO, I. C.; PRAÇA, I. R.; LESSA JÚNIOR, J. F. M.; LIBERALI, R. Uso de suplementos alimentares por frequentadores de academia em Brasília. *RBNE - Revista Brasileira de Nutrição Esportiva*, v. 4, n. 24, 14 mar. 2012.

9 ANEXO 1

9/2/24, 3:13 PM

Valores Pessoais e o Uso de Suplementos

Valores Pessoais e o Uso de Suplementos

Prezado(a) Senhor(a),

Você está sendo convidado(a) a participar da pesquisa "Valores Pessoais e Uso de Suplementos", sob a responsabilidade do Prof. Dr. Américo Pierângeli Costa e se constituirá como Trabalho de Conclusão de Curso do Estudante Pedro Henrique Marques de Souza e Projeto de Pesquisa de Pedro Santana Mendanha.

Nesta pesquisa pretendemos verificar se existem associações entre os valores pessoais e o perfil de consumo de suplementos por praticantes de atividade física. Asseguramos que o seu nome, ou qualquer dado de identificação, será mantido sob sigilo, sendo solicitados no presente instrumento para fins de prosseguimento da pesquisa, quanto a possibilidade de contato futuro. A qualquer momento você pode deixar de responder ao questionário ou interromper sua colaboração com a pesquisa sem quaisquer ônus. Participar deste projeto não implica qualquer ganho financeiro.

Sua participação é fundamental para que possamos compreender formas de melhorar a identificação do perfil de consumo dos usuários de suplementos. **O questionário leva aproximadamente 10 minutos para ser respondido.** Vale lembrar que não há resposta certa ou errada pois o cerne da pesquisa está em compreender o cenário objeto do estudo e não o avaliar.

Todos os dados coletados para a pesquisa serão tratados de maneira acadêmica, seguindo o protocolos éticos.

Em caso de qualquer dúvida em relação à pesquisa, por favor entre em contato com o estudante Pedro Henrique (180026330@aluno.unb.br - 61 99540-4004) ou com o Prof. Dr. Américo Pierângeli Costa (pierangeli@unb.br - 61 99180-6980).

* Indica uma pergunta obrigatória

1. E-mail *

2. Declaro que li as informações acima, que pratico atividade física regular e concordo em participar da pesquisa. *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

Questões de inclusão

3. Você consome ou consumiu suplementos alimentares nos últimos 3 meses? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

Lista de Valores

A seguir está uma lista de coisas que algumas pessoas **procuram ou querem da vida**. Por favor, estude a lista cuidadosamente e então avalie cada coisa em quão importante é em sua vida diária, **onde 1 = nada importante e 9 = extremamente importante**.

4. **1.Sentimento de pertencer ***

Querer ou procurar a sensação de pertencer a um grupo social, familiar ou religioso que também te reconheça como parte.

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5 6 7 8 9

Pou. Extremamente importante

5. **2. Empolgação / entusiasmo ***

Querer ou procurar na vida ficar empolgado (estimulado) com novidades, mudanças e também com elementos de sua rotina.

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5 6 7 8 9

Pou Muito importante

6. **3. Relacionamentos próximos (calorosos) com outras pessoas ***

Querer ou procurar amizade e trocas sociais com outras pessoas, socializando de forma calorosa com eles.

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5 6 7 8 9

Pou Extremamente importante

7. **4. Autoconhecimento ***

Querer ou procurar conhecer a si mesmo, analisando ações, pensamentos, história de vida e decisões.

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5 6 7 8 9

Pou Extremamente Importante

8. **5.Ser respeitado ***

Querer e procurar manter uma imagem que gere respeito das pessoas em relação a você.

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5 6 7 8 9

Pou Extremamente Importante

9. **6.Diversão e prazer na vida ***

Querer e procurar senso de gratificação, comemoração e prazer (por meio da sensualidade ou por outras formas).

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5 6 7 8 9

Pou Extremamente importante

10. **7.Segurança ***

Querer ou procurar por segurança e estabilidade no ambiente em que está inserido.

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5 6 7 8 9

Pou Extremamente importante

11. **8.Autorrespeito (respeito próprio) ***

Querer ou procurar se respeitar acima das impressões de outras pessoas.

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5 6 7 8 9

Pou Extremamente importante

12. **9.Sensação de realização ***

Querer ou procurar sucesso, conquistas, feitos...

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5 6 7 8 9

Pouco importante Extremamente importante

13. Agora releia os valores e dentre aqueles de maior pontuação, selecione o mais importante e que faz mais sentido ao seu cotidiano. *

Marcar apenas uma oval.

- 1. Sentimento de pertencer
- 2. Empolgação / entusiasmo
- 3. Relacionamentos próximos (calorosos) com outras pessoas
- 4. Autoconhecimento
- 5. Ser respeitado
- 6. Diversão e prazer na vida
- 7. Segurança
- 8. Autorrespeito (respeito próprio)
- 9. Sensação de realização

QUESTIONÁRIO DE AUTO RELATO DE ATIVIDADE FÍSICA

Pense na atividade física feita NO MÊS PASSADO. Escolha a alternativa que melhor representa sua atividade física geral no ÚLTIMO MÊS.

14. Escolha uma alternativa que mais combina com o seu nível de atividade física * do ÚLTIMO MÊS.

Marcar apenas uma oval.

- Eu NÃO PARTICIPO regularmente de atividades de lazer programado, esporte ou atividade física vigorosa.
- Eu PARTICIPO regularmente de atividades de lazer ou de esporte/atividade física ou de trabalho que demandam ATIVIDADE FÍSICA MODERADA,
- Eu PARTICIPO regularmente de EXERCÍCIOS FÍSICOS VIGOROSOS.
- Eu PARTICIPO regularmente de exercícios físicos vigoroso e de competições de nível estadual ou superior.

Perfil de Prática de Atividade Física

15. Em média, quantas vezes por semana você pratica atividade física?

Marcar apenas uma oval.

- 1 vez por semana;
- 2 vezes por semana;
- 3 vezes por semana;
- 4 vezes por semana;
- 5 vezes por semana;
- 6 vezes por semana;
- 7 vezes por semana;

16. Qual é o principal tipo de exercício que você pratica? *

Marcar apenas uma oval.

- Esportes como natação, corrida de rua, triatlon.
- Esportes de quadra como vôlei, basquete, handbol, beach tênis, futvôlei, futmesa,
- Futebol, futsal e beachsoccer
- Treinamento de força, treino funcional e crossfit
- Yoga, alongamento TaiShi
- Outro: _____

17. Em média, quanto tempo que você gasta praticando esta atividade?

Marcar apenas uma oval.

- Até 30 minutos de prática;
- De 30 minutos a 60 minutos de prática;
- De 60 minutos a 90 minutos de prática;
- Acima de 90 minutos de prática.

Perfil de Consumo de Suplementos

18. Considerando os últimos 3 meses, assinale a alternativa correspondente ao consumo de suplementos pelos tipos indicados: *

Marcar apenas uma oval por linha.

| | Nunca | Raramente | Moderadamente | Frequentemente |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Suplementos Proteicos(Whey Protein, Proteína Vegetal, etc.) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Aminoácidos(Creatina; L-Glutamina; BCAA's, etc) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Carboidratos (Palatinose, Maltodextrina, etc) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Suplementos Vitamínicos (Multivitamínicos, vitamina C, etc) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Estimulantes (Cafeínas, Pré-Treinos, etc)) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

19. Gasto médio mensal com suplementos (considere os últimos 3 meses): *

Marcar apenas uma oval.

- Até R\$ 100,00
- Entre 100,00 e 200,00
- Entre 200,00 e 300,00
- Entre 300,00 e 400,00
- Entre 400,00 e 500,00
- Mais de 500,00

Perfil Sociodemográfico e corporal

20. Sexo *

Marcar apenas uma oval.

Masculino

Feminino

21. Qual sua faixa etária? *

Marcar apenas uma oval.

Entre 18 e 24 anos;

Entre 25 e 30 anos;

Entre 31 e 35 anos;

Entre 36 e 40 anos;

Entre 41 e 45 anos;

Entre 46 e 50 anos.

Mais que 50 anos.

22. Estado Civil *

Marcar apenas uma oval.

Solteiro(a)

Casado(a) / União estável

Separado(a) / Divorciado(a)

Viúvo(a)

23. Quantas pessoas (incluindo você) residem no seu lar? *

Marcar apenas uma oval.

- 1;
- 2;
- 3;
- 4;
- 5;
- 6;
- 7 ou mais.

24. Você contribui para a renda média mensal familiar? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

25. Qual sua renda familiar média? *

Marcar apenas uma oval.

- Até 1 salário mínimo (até R\$ 1.320,00)
- Entre 1 e 3 salários mínimos (de R\$ 1.320,01 a R\$ 3.960,00)
- Entre 3 e 5 salários mínimos (de R\$ 3.960,01 a R\$ 6.600,00)
- Entre 5 e 10 salários mínimos (de R\$ 6.600,01 a R\$ 13.200,00)
- Entre 10 e 15 salários mínimos (de R\$ 13.200,01 a R\$ 19.800,00)
- Entre 15 e 20 salários mínimos (de R\$ 19.800,01 a R\$ 26.400,00)
- Entre 20 e 25 salários mínimos (de R\$ 26.400,01 a R\$ 33.000,00)
- Entre 25 e 30 salários mínimos (de R\$ 33.000,01 a R\$ 39.600,00)
- Mais de 30 salários mínimos (mais de R\$ 39.600,01)

Seção sem título

26. Quantas pessoas (incluindo você, se for o caso) contribuem para a renda média mensal familiar? *

Marcar apenas uma oval.

- 1;
- 2;
- 3;
- 4;
- 5;
- 6;
- 7 ou mais.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários