



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
CAMPUS JOÃO PESSOA
DIRETORIA DE ENSINO SUPERIOR
UNIDADE ACADÊMICA DE GESTÃO E NEGÓCIOS
CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

MARIANA SOUZA SEPÚLVEDA PEREIRA

**ULTRAPROCESSADOS E NOVA ROTULAGEM NOS ALIMENTOS:
PERCEPÇÕES E IMPACTOS NO CONSUMO EM JOÃO PESSOA/PB**

**João Pessoa
2026**

MARIANA SOUZA SEPÚLVEDA PEREIRA

**ULTRAPROCESSADOS E NOVA ROTULAGEM NOS ALIMENTOS:
PERCEPÇÕES E IMPACTOS NO CONSUMO EM JOÃO PESSOA/PB**



TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**.

Orientadora: Dra. Ceres Grehs Beck

**JOÃO PESSOA
2026**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação – CIP
Biblioteca Nilo Peçanha – IFPB, *Campus* João Pessoa

P436u	<p>Pereira, Mariana Souza Sepúlveda</p> <p>Ultraprocessados e nova rotulagem nos alimentos: percepções e impactos no consumo em João Pessoa/PB. – 2026.</p> <p>49 f.</p> <p>TCC (Bacharelado em Administração) – Instituto Federal da Paraíba – IFPB / Unidade Acadêmica de Gestão e Negócios – UAG.</p> <p>Orientadora: Prof.^a Dra. Ceres Grehs Beck.</p> <p>1. Administração. 2. Alimentos ultraprocessados. 3. Nova rotulagem nutricional. 4. Percepção dos consumidores. 5. João Pessoa/PB. I. Título.</p> <p>CDU 659:664.8</p>
-------	--

Bibliotecária responsável Ivanise Andrade Melo de Almeida – CRB15/96

 INSTITUTO FEDERAL Paraíba	CAMPUS JOÃO PESSOA COORDENAÇÃO DO CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO - CAMPUS JOÃO PESSOA
---	--

AVALIAÇÃO 97/2026 - CCSBA/UAS/UA/DDE/DG/JP/REITORIA/IFPB

Em 18 de junho de 2026.

FOLHA DE APROVAÇÃO

MARIANA SOUZA SEPÚLVEDA PEREIRA

Matricula 20191460036

ULTRAPROCESSADOS E NOVA ROTULAGEM NOS ALIMENTOS: PERCEPÇÕES E IMPACTOS NO CONSUMO EM JOÃO PESSOA/PB

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado em **18/junho/2026**, às **17:00** no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), Curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**.

Resultado: APROVADO

João Pessoa, 18 de junho de 2026.

BANCA EXAMINADORA:

(assinaturas eletrônicas via SUAP)

Ceres Grehs Beck

Orientador(a)

Fábio Veríssimo Jaques da Silveira

Examinador(a) interno(a)

Raissa de Azevedo Barbosa


Examinador(a) externo(a)

Documento assinado eletronicamente por:

- **Ceres Grehs Bedi**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 18/06/2026 18:00:38.
- **Fabio Verissimo Jaques da Siveira**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 18/06/2026 18:15:15.
- **Raisa de Azevedo Barbosa**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 22/06/2026 12:41:15.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 17/06/2026. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.fpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código	893651
Verificador:	bff72a08aa
Código de Autenticação	



NOSSA MISSÃO: Ofertar a educação profissional, tecnológica e humanística em todos os seus níveis e modalidades por meio do Ensino, da Pesquisa e da Extensão, na perspectiva de contribuir na formação de cidadãos para atuarem no mundo do trabalho e na construção de uma sociedade inclusiva, justa, sustentável e democrática.

VALORES E PRINCÍPIOS: Ética, Desenvolvimento Humano, Inovação, Qualidade e Excelência, Transparência, Respeito, Compromisso Social e Ambiental.

AGRADECIMENTO

Agradeço primeiramente a Deus pelo dom da vida, pela força e pela oportunidade de concluir o curso de Bacharelado em Administração no IFPB.

Agradeço também à minha família e aos meus amigos, que estiveram ao meu lado nessa caminhada, oferecendo apoio, incentivo e compreensão nos momentos mais desafiadores.

Ao meu pai, que faleceu durante esse processo, dedico uma gratidão especial. Ele foi um dos meus maiores exemplos, sempre me acompanhando, levando-me a faculdade, estudando comigo para as provas e demonstrando uma paciência admirável em cada etapa dessa jornada, Sua presença, seu amor e seus ensinamentos foram fundamentais para que eu chegasse até aqui, e sua memória permanecerá para sempre.

De forma muito especial, expresso a minha profunda gratidão à professora Ceres Becks, que foi uma das pessoas que mais acreditou em mim e me incentivou a seguir em frente. Mesmo quando eu mesma duvidei da minha capacidade de concluir esta etapa, ela sempre esteve presente com palavras de encorajamento, mensagens de apoio e a certeza que seria possível chegar até aqui. Sua paciência, dedicação e orientação foram muito além do papel de professora, deixando uma marca que levarei para toda a vida.

Agradeço também ao Gilson Ferreira, monitor do TCC, por toda ajuda, disponibilidade e contribuição durante o desenvolvimento deste trabalho.

São pessoas que fizeram parte da minha trajetória acadêmica e que permanecerão para sempre em minha memória e em meu coração.

A todos, o meu mais sincero muito obrigada!

RESUMO

Alimentos ultraprocessados são aqueles industrializados ou sintetizados que incorporam aditivos químicos (corantes, aromatizantes, conservantes e emulsificantes), óleos refinados, amidos modificados, açúcares e adoçantes, usados para aumentar o prazo de validade, melhorar a aparência, o sabor e/ou a textura, restando pouca ou nenhuma presença do alimento *in natura*. Englobam refrigerantes, biscoitos recheados, salgadinhos e cereais açucarados, refeições e preparações prontas para consumo ou reaquecimento (pizzas, nuggets, miojo, etc). Apesar de tentadores ao paladar, geralmente apresentam elevados teores de açúcar adicionado, gordura e/ou sal (sódio), ao mesmo tempo em que são pobres em vitaminas e fibras. Tendo em vista o aumento do consumo desses produtos entre a população e a associação com doenças, tais como: obesidade, diabetes tipo II, pressão alta, câncer e outras doenças crônicas, políticas públicas governamentais da Anvisa (Resolução RDC nº 429/2020 e IN nº 75/2020) passaram a obrigar os fabricantes a mudar as embalagens. Desde 2020, os alimentos ultraprocessados devem incluir a rotulagem nutricional frontal, uma “lupa” que destaca altos teores de açúcar adicionado, gordura saturada e sódio, de modo a informar o consumidor sobre o que está comprando e ingerindo (Brasil, 2020). Diante disso, esta pesquisa buscou analisar a percepção de consumidores de João Pessoa sobre a nova rotulagem de alimentos ultraprocessados e os impactos do consumo para a saúde. Para tanto, foi aplicado um questionário online a 325 consumidores de João Pessoa/PB, selecionados por conveniência, durante o mês de abril de 2026. Os resultados da análise quantitativa sugerem que a maioria dos participantes percebeu os novos selos nutricionais frontais e reconhece sua importância, pois parte significativa dos respondentes afirmou ter reduzido o consumo de determinados produtos ultraprocessados, passando a observar mais atentamente os rótulos e buscando alternativas consideradas mais saudáveis. Entretanto, fatores como sabor, praticidade, conveniência, rotina acelerada e preço continuam exercendo forte influência sobre as decisões de compra. A interpretação qualitativa das respostas às perguntas abertas, corrobora os resultados e resultou em 5 categorias de análise: Reconhecimento da Necessidade de Mudança, Falta de Tempo e Busca por Praticidade, Consciência dos Riscos Associados ao Consumo, Educação Alimentar e Conscientização. Verificou-se que, embora os participantes relatem histórico de ocorrência de doenças crônicas (como hipertensão, diabetes e obesidade) entre seus familiares e declarem ter elevado nível de conhecimento sobre os riscos associados ao consumo excessivo de açúcar, sódio e gorduras, observou-se que os alimentos ultraprocessados permanecem presentes de forma frequente em sua alimentação, evidenciando a complexidade do comportamento do consumidor e a necessidade de ações complementares às estratégias de rotulagem. Disso conclui-se que a nova rotulagem nutricional frontal representa uma importante ferramenta de promoção da saúde e conscientização do consumidor, contribuindo para escolhas mais conscientes. Contudo, considera-se que sua efetividade tenderia a ser ampliada quando associada a ações de educação alimentar, incentivo ao consumo de alimentos *in natura* e políticas públicas que subsidiem o acesso a opções alimentares mais saudáveis.

Palavras-chave: Marketing. Nova Rotulagem Nutricional. Alimentos Ultraprocessados. Percepção dos Consumidores. João Pessoa/PB.

ABSTRACT

Ultra-processed foods are industrially manufactured or synthesized products that contain chemical additives (colors, flavorings, preservatives, and emulsifiers), refined oils, modified starches, sugars, and sweeteners, which are used to extend shelf life and improve appearance, taste, and/or texture, leaving little or no trace of the original food. They include soft drinks, filled cookies, salty snacks, and sugary cereals, as well as ready-to-eat or ready-to-heat meals and preparations (pizzas, nuggets, instant noodles, etc.). Although tempting to the palate, they generally have high levels of added sugar, fat, and/or salt (sodium), while being low in vitamins and fiber. Given the increase in consumption of these products among the population and their association with diseases such as obesity, type II diabetes, high blood pressure, cancer, and other chronic diseases, public health policies from Anvisa (Resolution RDC No. 429/2020 and IN No. 75/2020) now require manufacturers to change their packaging. Since 2020, ultra-processed foods have been required to display front-of-package nutrition labeling—a “magnifying glass” symbol that highlights high levels of added sugar, saturated fat, and sodium—in order to inform consumers about what they are buying and consuming. In light of this, this study sought to analyze the perceptions of consumers in João Pessoa regarding the new labeling of ultra-processed foods. To this end, an online questionnaire was administered to 325 consumers in João Pessoa, Paraíba, selected by convenience, during the month of April 2026. The results of the quantitative analysis suggest that most participants noticed the new front-of-package nutrition labels and recognize their importance, as a significant portion of respondents stated they had reduced their consumption of certain ultra-processed products, started paying closer attention to labels, and sought out alternatives considered healthier. However, factors such as taste, practicality, convenience, a fast-paced routine, and price continue to exert a strong influence on purchasing decisions. The qualitative interpretation of responses to open-ended questions corroborates the results and yielded five categories of analysis: Recognition of the Need for Change, Lack of Time and Search for Convenience, Awareness of Risks Associated with Consumption, Food Education, and Awareness. It was found that, although participants reported a history of chronic diseases (such as hypertension, diabetes, and obesity) among their family members and stated that they had a high level of knowledge about the risks associated with excessive consumption of sugar, sodium, and fats, it was observed that ultra-processed foods remain a frequent part of their diet, highlighting the complexity of consumer behavior and the need for actions complementary to labeling strategies. It can be concluded that the new front-of-package nutritional labeling represents an important tool for health promotion and consumer awareness, contributing to more informed choices. However, it is considered that its effectiveness would likely be enhanced when combined with food education initiatives, incentives to consume fresh foods, and public policies that subsidize access to healthier food options.

Keywords: Marketing. Front-of-Package Nutrition Labeling. Ultra-Processed Foods. Consumer Perception. João Pessoa/PB.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 OBJETIVOS	13
1.1.1 Objetivo Geral	13
1.1.2 Objetivos Específicos	13
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	14
2.1 NOVA ROTULAGEM DE ALIMENTOS ULTRAPROCESSADOS	14
2.1.1 O que são Alimentos Ultraprocessados	14
2.1.2 Prejuízos dos Alimentos Ultraprocessados	15
2.1.3 Objetivos da Nova Rotulagem Frontal	17
2.1.4 Tendências de Mudanças na Oferta e Consumo de Alimentos Ultraprocessados	18
2.2 COMPORTAMENTO DE CONSUMO E PROCESSO DE TOMADA DE DECISÃO DE COMPRA	20
3 METODOLOGIA DA PESQUISA	22
4 INTERPRETAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS	23
4.1 PERFIL DOS RESPONDENTES	23
4.2 HÁBITOS DE CONSUMO DE ALIMENTOS ULTRAPROCESSADOS	26
4.3 PRINCIPAIS FATORES QUE MOTIVAM O CONSUMO	28
4.4 INTERESSE PELOS RÓTULOS NUTRICIONAIS FRONTAIS	30
4.5 PERCEPÇÃO E INFLUÊNCIA DA NOVA ROTULAGEM NUTRICIONAL FRONTAL	31
4.6 CONHECIMENTO DOS RISCOS À SAÚDE E HISTÓRICO FAMILIAR DE DOENÇAS	34
4.7 ANÁLISE QUALITATIVA DAS RESPOSTAS ABERTAS	36
4.7.1 Reconhecimento da Necessidade de Mudança	36
4.7.2 Dificuldades Econômicas para uma Alimentação Saudável	36
4.7.3 Falta de Tempo e Busca por Praticidade	37
4.7.4 Consciência dos Riscos Associados ao Consumo	37
4.7.5 Educação Alimentar e Conscientização	38
4.8 SÍNTESE DOS RESULTADOS	39
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	40
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	43
APÊNDICE - INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	45

1 INTRODUÇÃO

Segundo o Guia Alimentar do Ministério da Saúde, os alimentos *in natura* ou minimamente processados são aqueles submetidos a alterações mínimas, como remoção de partes não comestíveis, secagem, moagem, pasteurização, refrigeração ou congelamento (Brasil, 2014), conservando as suas características nutricionais originais. Frutas, verduras, legumes, grãos e carnes frescas são alguns exemplos, e normalmente contêm maior teor de vitaminas, minerais e fibras, cooperando para uma alimentação equilibrada e para prevenção de doenças (Brasil, 2014).

Por outro lado, os alimentos ultraprocessados passam por múltiplos processos industriais e contêm aditivos químicos (corantes, aromatizantes, conservantes e emulsificantes), óleos refinados, amidos modificados, açúcares e adoçantes, que são usados para melhorar a aparência, o sabor e/ou a textura e também aumentar o prazo de validade e neste rol, incluem: refrigerantes, biscoitos recheados, salgadinhos e cereais açucarados, refeições e preparações prontas para consumo ou reaquecimento (pizzas, nuggets, miojo, etc) (Brasil, 2022).

Mas, o consumo de ultraprocessados vem sendo associado cada vez mais a diversos riscos à saúde incluindo: câncer, graves condições cardíacas e pulmonares, transtornos mentais e até morte precoce (Lane et al., 2024).

Então, desde 2020, uma política pública regulatória da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) - a Instrução Normativa nº 75/2020 (Brasil, 2020) -, passou a exigir a modificação das embalagens pelos fabricantes de alimentos ultraprocessados, incluindo a rotulagem nutricional frontal, por meio de um símbolo de advertência em forma de “lupa”, que começa com o texto “ALTO EM”, conforme Figura 1. Esta medida visa alertar os consumidores sobre o conteúdo nutricional de nutrientes como açúcares, gorduras saturadas e sódio que estão comprando e consumindo.

Figura 1: Exemplo de rótulo nutricional frontal



Fonte: Instrução Normativa ANVISA N° 75/2020 (Brasil, 2020)

Segundo a IN 75/2020, quando o alimento ultrapassa os limites dos açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio permitidos, a indústria alimentícia precisa adicionar este rótulo nutricional frontal, deixando claro para o consumidor o alto percentual dessas substâncias nos alimentos que, porventura, deseje comprar (Brasil, 2020). Ainda, de acordo com o Art. 51 da RDC 429/2020 (Brasil, 2020), após a regulamentação efetiva (que ocorreu em 09 de outubro de 2024), todos os fabricantes de alimentos ultraprocessados passaram a ser obrigados a inserir o rótulo frontal para indicar que os alimentos contêm quantidades acima do teor permitido de açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio.

Um relatório recente do Ministério da Saúde intitulado “Monitoramento da rotulagem de alimentos no Brasil”¹ (Brasil, 2025), é uma iniciativa que integra a Política Nacional de Alimentação e Nutrição e explica que a rotulagem nutricional é uma estratégia regulatória e educativa que visa a reduzir doenças crônicas não transmissíveis (DCNT) relacionadas ao consumo excessivo de açúcares, sódio e gorduras saturadas. O relatório aponta um dado alarmante: dos 39 mil alimentos e bebidas embalados lançados no Brasil entre novembro de 2020 e novembro de 2024, 62% são ultraprocessados e apenas 18,4% *in natura* ou minimamente processados (Brasil, 2025).

Portanto, diante dos dados deste relatório, conclui-se que o novo rótulo nas embalagens contendo informações sobre estes altos índices de ingredientes nocivos em alimentos ultraprocessados têm como pano de fundo a expectativa do governo brasileiro em educar e alertar os consumidores e, assim, alertar a população para diminuir os índices de mortalidade por doenças associadas ao consumo excessivo de açúcares, sódio e gordura saturada da população, entre elas: diabetes, pressão alta, obesidade, problemas cardíacos, etc.

Para Kotler e Keller (2012) o processo de tomada de decisão de compra consiste no reconhecimento da necessidade, seguido da busca por informações, nos quais são avaliadas as alternativas para, então, partir para a decisão de compra (ou não compra), sendo que a última etapa envolve a avaliação pós compra, ou seja, a satisfação, que pode levar à recompra. Então, considerando que

¹ Relatório em parceria com a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), a Organização Pan-Americana da Saúde (Opas) e o Núcleo de Pesquisas Epidemiológicas em Nutrição e Saúde da Universidade de São Paulo (USP).

os consumidores têm necessidades de comprar alimentos, é durante a avaliação das alternativas que o rótulo frontal pode influenciar na informação sobre os riscos associados a esta compra e consumo para sua saúde. Desta forma, à luz deste conceito, pode-se esperar que, o consumidor ao tomar consciência (por ter acesso à informação mais visível sobre o alto teor desses ingredientes no novo rótulo), tenha a tendência de optar por opções mais saudáveis.

Este estudo preenche uma lacuna de estudos da área de administração e marketing, pois muito tem sido estudado sobre este tema da rotulagem dos ultraprocessados, mas com publicações encontradas principalmente em revistas especializadas em nutrição e saúde pública, a exemplo de Louzada et al. (2015), Monteiro et al. (2019), Sousa et al. (2020), Bandeira et al. (2021), Lane et al. (2024) e, mais recentemente, Skruchinski e Ravazzani (2026).

Por exemplo, Sousa et al. (2020) estudaram as tabelas de rotulagem nutricional das embalagens (e não a nova rotulagem frontal). Lane et al. (2024), conduziram um estudo global robusto com foco em mostrar os efeitos nocivos do consumo elevado de ultraprocessados, associado a maior risco de mortalidade precoce, doenças cardiometabólicas e transtornos mentais. Já, Bandeira et al. (2021) avaliaram o desempenho e a percepção de cinco modelos de rotulagem nutricional frontal (RNF) entre consumidores brasileiros. Skruchinski e Ravazzani (2026) conduziram um estudo quantitativo com apenas 71 indivíduos sobre a influência da mudança da rotulagem nutricional no consumo de alimentos ultraprocessados.

Já, o trabalho de conclusão de curso na área de administração feito por Cornélio (2024) foi aplicado antes da entrada definitiva em vigor da obrigatoriedade da rotulagem frontal (a partir de 2024) para verificar o impacto da mudança dos rótulos nutricionais frontais em alimentos ultraprocessados nas escolhas de compra e consumo. Contudo, o estudo contemplou uma amostra pequena de 100 consumidores de João Pessoa/PB, sendo sugerida a ampliação da amostra e a pesquisa foi aplicada

Após estas leituras e filtros iniciais, percebeu-se que os estudos não fizeram correlações com o conhecimento dos consumidores acerca dos males à saúde do consumo destes alimentos, nem analisaram a consciência sobre o impacto no acometimento de certas doenças entre seus familiares.

Então, com o intuito de contribuir com o preenchimento da lacuna teórica detectada e avançar no entendimento sobre a efetividade da aplicação desta medida regulatória nas escolhas alimentares da população, o trabalho de conclusão de curso feito por Cornélio (2024) serviu de inspiração à presente pesquisa. Quanto às demais justificativas para a realização desta pesquisa, também supre uma curiosidade do ponto de vista pessoal, além de ser relevante para fins acadêmicos ao trazer contribuições para a área de administração e do comportamento do consumidor.

Desta forma, pretende-se compreender melhor como a população de João Pessoa vem reagindo a esta nova rotulagem frontal para responder à seguinte questão de pesquisa: **Qual a percepção de consumidores de João Pessoa sobre a nova rotulagem de alimentos ultraprocessados e os impactos do consumo para a saúde?**

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Analisar a percepção de consumidores de João Pessoa sobre a nova rotulagem de alimentos ultraprocessados e os impactos destes alimentos na saúde.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Identificar se a nova rotulagem frontal influencia os hábitos de compra e consumo de alimentos ultraprocessados dos consumidores em João Pessoa/PB;
- Compreender se os consumidores percebem que medida do governo em implementar a nova rotulagem visa melhorar a saúde da população ao reduzir doenças relacionadas ao consumo excessivo de açúcares, sódio e gorduras saturadas.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo são apresentados os fundamentos teóricos que embasam a pesquisa, com conceitos sobre o comportamento de consumo e o processo de tomada de decisão de compra dos consumidores e um aprofundamento sobre as regulamentações brasileiras recentes em relação aos alimentos ultraprocessados, que visam à proteção do consumidor no sentido de influenciar positivamente suas escolhas alimentares.

2.1 NOVA ROTULAGEM DE ALIMENTOS ULTRAPROCESSADOS

2.1.1 O que são Alimentos Ultraprocessados

Para Monteiro et al. (2019), os alimentos ultraprocessados são definidos dentro do sistema de classificação NOVA, que organiza os alimentos em quatro grupos, de acordo com o grau de processamento: *in natura* ou minimamente processados, ingredientes culinários processados, processados e ultraprocessados. Esta classificação agrupa os alimentos de acordo com a extensão e o propósito do processamento industrial, sendo basicamente formulações de ingredientes, em sua maioria de uso industrial exclusivo, que resultam de uma série de processos industriais (daí o termo “ultraprocessado”) (Monteiro et al., 2019). Diferem dos alimentos minimamente processados ou alimentos *in natura*, que conservam suas características nutricionais originais, a exemplo de frutas, verduras, legumes, grãos e carnes frescas, que contêm maior teor de vitaminas, minerais e fibras, cooperando para uma alimentação equilibrada e para prevenção de doenças (Brasil, 2014, 2022).

Como exemplos, os alimentos ultraprocessados englobam refrigerantes carbonatados; lanches doces ou salgados embalados; chocolate, doces (confeitaria); sorvete; pães e pães embalados produzidos em massa; margarinas e outros untas; biscoitos (biscoitos), doces, bolos e misturas para bolos; cereais de café da manhã; tortas e pratos de massa e pizza já preparados; 'nuggets' de aves e peixes, salsichas, hambúrgueres, cachorros-quentes e outros produtos de carne

reconstituídos; sopas 'instantâneas' em pó e embaladas; e muitos outros produtos (Monteiro et al., 2019; Brasil, 2014).

Já, o Guia Alimentar para a População Brasileira (Brasil, 2014) define ultraprocessados como produtos resultantes de formulações industriais com muitos ingredientes, incluindo aditivos como corantes, aromatizantes, emulsificantes e conservantes, que são usados para melhorar a aparência, o sabor e/ou a textura, oferecer ao consumidor conveniência, sabor e maior prazo de validade, contudo, com pouca ou nenhuma presença do alimento *in natura*.

Os alimentos ultraprocessados, como hambúrguer, embutidos, macarrão instantâneo, salgadinhos de pacote, biscoitos/bolachas doces/salgados/recheados, entre outros, são nutricionalmente desbalanceados - ricos em gorduras, açúcares e sódio, muito pobres em fibras, vitaminas e minerais. Esses alimentos prejudicam o controle da fome e da saciedade e estimulam o comer sem atenção, induzindo ao consumo excessivo (Brasil, 2022, p. 12).

Ainda de acordo com Monteiro et al. (2019), os alimentos ultraprocessados são formulações industriais com baixo valor nutricional (pobres em vitaminas e fibras) e alta densidade energética, com elevados teores de açúcar adicionado, gordura e/ou sal (sódio), e seu consumo crescente está diretamente relacionado à piora dos indicadores de saúde populacional. Segundo os autores, os alimentos ultraprocessados representam mais da metade da energia alimentar total consumida em países de alta renda, como os EUA, Canadá e o Reino Unido e uma boa parcela da energia alimentar total em países de renda média, como o Brasil, México e Chile.

2.1.2 Prejuízos dos Alimentos Ultraprocessados

A Organização Mundial da Saúde (OMS, 2017) alerta que doenças como: obesidade, diabetes tipo 2, hipertensão arterial e doenças cardiovasculares estão fortemente associadas ao consumo excessivo de alimentos ultraprocessados, caracterizados por altos teores de açúcar, sódio e gorduras. “Os alimentos ultraprocessados favorecem a ocorrência de obesidade, doenças do coração, diabetes e câncer, além de contribuir para o aumento do risco de deficiências nutricionais” (Brasil, 2022, p. 15). Monteiro et al. (2019) destacam que o aumento da participação desses alimentos na dieta está diretamente relacionado à piora da qualidade nutricional global.

O estudo conduzido por Lane et al. (2024) foi baseado em informações de 9,8 milhões de pessoas ao redor do mundo, e os pesquisadores relacionam o consumo de ultraprocessados a um risco aumentado de adquirir 32 doenças prejudiciais à saúde, tais como: doenças cardiovasculares (ataque cardíaco e AVC), obesidade, diabetes tipo 2, ansiedade e depressão, câncer, doenças pulmonares, transtornos mentais e morte precoce. Além disso, o Guia Alimentar para a População Brasileira (Brasil, 2014, 2022) reforça a necessidade de priorizar alimentos *in natura* ou minimamente processados, desestimulando o consumo de ultraprocessados, especialmente na adolescência.

No tocante à preocupação com a população, é importante lembrar que a Constituição Federal Brasileira de 1988, em seu artigo 6º (Brasil, 1988), prevê o direito à educação, saúde, trabalho, moradia, transporte, lazer, segurança, previdência social, proteção à maternidade e à infância, e assistência aos desamparados e, desta forma, e assim, inclui os direitos sociais à população e ao assegurar a saúde, inclui o direito à alimentação.

A alimentação adequada e saudável é um direito humano básico que envolve a garantia ao acesso permanente e regular, de forma socialmente justa, a uma prática alimentar adequada aos aspectos biológicos e sociais do indivíduo e que deve estar em acordo com as necessidades alimentares especiais; ser referenciada pela cultura alimentar e pelas dimensões de gênero, raça e etnia; acessível do ponto de vista físico e financeiro; harmônica em quantidade e qualidade, atendendo aos princípios da variedade, equilíbrio, moderação e prazer; e baseada em práticas produtivas adequadas e sustentáveis (Brasil, 2014, p. 8).

Neste caso, o cuidado com a alimentação saudável faz parte dos direitos da população e deve ser regulamentado pelos governantes, como foi feito no caso da Instrução Normativa ANVISA 75/2020 (Brasil, 2020).

O Ministério da Saúde (Brasil, 2022) adverte que esses produtos ultraprocessados são prejudiciais à saúde e são planejados para estimular a venda e o consumo em grandes quantidades, e isso ocorre tanto por meio da publicidade, como pela adição dos realçadores de sabor, que estimulam o desejo de consumi-los. Também “em face do baixo custo dos seus ingredientes, é comum que muitos alimentos ultraprocessados sejam comercializados em recipientes ou embalagens gigantes e a preço apenas ligeiramente superior ao de produtos em tamanho regular” (Brasil, 2014, p. 44).

2.1.3 Objetivos da Nova Rotulagem Frontal

A implementação da rotulagem nutricional frontal no Brasil pode ser então compreendida como uma intervenção regulatória orientada à modificação de comportamento e hábitos de compra sobre o que estão comprando e ingerindo, por meio da conscientização dos consumidores.

Instituída por meio da RDC nº 429/2020 e da Instrução Normativa nº 75/2020 da ANVISA (Brasil, 2020), a medida estabelece a obrigatoriedade de alertas visuais nos rótulos frontais dos alimentos que contenham alto teor de açúcares adicionados, sódio e gorduras saturadas (conforme ilustra a Figura 1). O novo rótulo nas embalagens traz informações sobre os altos índices de ingredientes em alimentos ultraprocessados e têm como pano de fundo a expectativa do governo brasileiro de diminuir os índices de doenças associadas ao consumo de açúcar, sódio e gordura saturada da população, entre elas: diabetes, pressão alta, obesidade, problemas cardíacos, etc (Brasil, 2022).

Em vigor desde 2020 e com prazo de adequação até 2024, a imposição legal aos fabricantes ocorreu por meio da IN ANVISA Nº 75/2020 e RDC Nº 429/2020 (Quadro 1). O prazo para uso dos estoques de produtos adquiridos até 8 de outubro de 2023 encerrou em 9 de outubro de 2024. Portanto, a medida deve ser cumprida por todos fabricantes.

Quadro 1: Prazos para implementação dos rótulos frontais.

Data	Evento
9 de outubro de 2020	Publicação da IN ANVISA Nº 75/2020 e RDC Nº 429/2020.
9 de outubro de 2022	Início da vigência dos novos rótulos frontais e prazo de adequação de novos produtos lançados.
9 de outubro de 2023	Prazo para adequação dos produtos em geral; Publicação da RDC Nº 819/2023, que permite a comercialização de produtos adquiridos, sem os novos rótulos, pelas empresas até 8 de outubro de 2023.
9 de outubro de 2024	Prazo de esgotamento dos estoques de produtos adquiridos até 8 de outubro de 2023; Prazo de adequação para alimentos produzidos por: agricultor familiar, ou empreendedor familiar rural, empreendimento econômico solidário, microempreendedor individual, agroindústria de pequeno porte, agroindústria artesanal, e alimentos produzidos de forma artesanal.

9 de outubro de 2025	Prazo de adequação de bebidas não alcoólicas em embalagens retornáveis.
----------------------	---

Fonte: ANVISA, RDC Nº 429/2020 (Brasil, 2020)

Os objetivos da rotulagem frontal são: melhorar a clareza das informações nutricionais, permitindo que os consumidores façam escolhas alimentares mais informadas e saudáveis e também minimizar os riscos e combater problemas de saúde pública e reduzir doenças crônicas não transmissíveis (DCNT), como obesidade, diabetes e doenças cardíacas, fornecendo informações instantâneas que ajudam os consumidores a escolher produtos mais saudáveis (Brasil, 2020). Ainda segundo a IN 75/2020, o rótulo indicativo (Figura 1) do teor adicionado deve ser posicionado na parte superior do painel frontal da embalagem, em uma área de fácil visualização pelo consumidor.

Disso entende-se que, através da informação obrigatória nos rótulos, o governo brasileiro e o Ministério da Saúde esperam que, no longo prazo, essas doenças acometem uma parcela menor da população, pois a embalagem serve como um conscientizador e “educador” para direcionar para escolhas mais saudáveis. Ao saber o que está consumindo, é esperado que o consumidor decida não comprar determinado alimento.

2.1.4 Tendências de Mudanças na Oferta e Consumo de Alimentos Ultraprocessados

Pride e Ferrell (2015) explicam que há uma tendência mundial das pessoas estarem mais preocupadas com a saúde e bem-estar. Consequentemente, há uma busca por cuidar da alimentação, consumir produtos orgânicos e com pouca adição de gorduras, sódio ou açúcares. Os autores indicam que, além do surgimento de marcas orgânicas, os produtos tradicionais estão sendo comercializados com versões mais “saudáveis”.

Então, percebe-se que alguns fabricantes, tanto para se adequar às recentes mudanças exigidas pela legislação, como também atentos a este movimento dos consumidores em busca de uma vida mais saudável, estão desenvolvendo produtos com uma adequação nos ingredientes, como ilustrado na Figura 2.

Neste caso, a mesma empresa oferece dois produtos (azeitonas) similares, sendo um com alto teor em sódio (com o rótulo frontal indicativo exigido pela legislação - Instrução Normativa ANVISA N° 75/2020) e outro produto substituto, com 65% menos sódio.

Figura 2: Exemplo de rótulo nutricional frontal - Alimento alto em sódio x alimento com menos sódio



Fonte: Elaboração própria (2025)

Ao analisar os 2 rótulos, um com sódio adicionado e outro indicando “65% menos sódio”, percebe-se que a indústria de alimentos tem condições de oferecer alimentos menos prejudiciais à saúde do consumidor, mas só o faz após a exigência legal. Contudo, Lane et al. (2024) também argumentam que parte da indústria alimentícia pode apresentar resistência à reformulação nutricional de produtos, em razão dos custos envolvidos e das possíveis repercussões sobre a lucratividade.

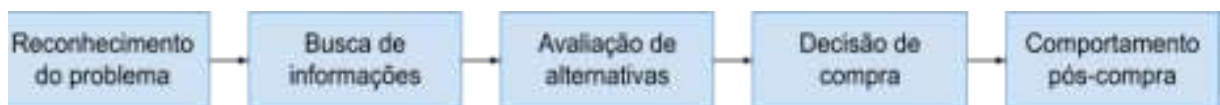
Como já mencionado por Lane et al. (2014), ocorre que a indústria de alimentos, muitas vezes, está concentrada em baratear custos de produção e assim, entende-se que muitos alimentos deixaram de apenas suprir as necessidades dos consumidores na medida em que as indústrias passaram a oferecer produtos alimentícios ultraprocessados com preço mais baixo, mas também com baixo valor nutricional, o que vem sendo provado ser prejudicial à saúde (Lane et. al, 2014; Brasil, 2014, 2022) .

2.2 COMPORTAMENTO DE CONSUMO E PROCESSO DE TOMADA DE DECISÃO DE COMPRA

Os consumidores agem de acordo com necessidades ou desejos ativados por estímulos internos (fome, desejo) ou externos (propaganda, ambiente, influências) (Kotler; Keller, 2012). As motivações para as escolhas são diversas e impulsionam o processo de tomada de decisão e seleção de produtos e serviços. Entre as motivações para o consumo, estão tanto o desejo de atender a requisitos básicos para a sobrevivência (comida ou segurança), quanto demandas psicológicas (auto realização, status social e/ou autoestima) (Kotler; Keller, 2012). Portanto, ao compreender as motivações dos consumidores as organizações podem personalizar melhor as suas ofertas para atender a essas necessidades ou mesmo estimular os desejos.

Para Kotler e Keller (2012), o processo de tomada de decisão de compra consiste no reconhecimento da necessidade, seguido da busca por informações, nos quais são avaliadas alternativas, para haver a decisão de compra, e por fim, acontece o comportamento de avaliação após a compra (Figura 3).

Figura 3: Processo de Tomada de Decisão de compra do consumidor



Fonte: adaptado de Kotler e Keller (2012)

Os autores explicam que o processo de tomada de decisão pode ser afetado pela percepção que os consumidores têm a respeito de determinada marca e seus produtos. Kotler e Keller (2012) explicam que a percepção é o processo em que os consumidores selecionam, organizam e interpretam as informações recebidas e assim, assumem um posicionamento positivo ou negativo sobre um determinado produto ou marca.

A nova rotulagem frontal dos alimentos ultraprocessados é uma medida legal, imposta aos fabricantes, como uma forma de informar, alertar e “educar” os consumidores a fazerem escolhas mais saudáveis (Brasil, 2020). No caso das embalagens, a percepção dos consumidores pode ocorrer justamente no momento do processo de tomada de decisão de compra em que são analisadas as

alternativas disponíveis. Este é um ponto crítico e decisivo para a tomada de decisão de compra (já que os consumidores podem acabar também optando por não comprar alimentos ultraprocessados, ao tomarem consciência por meio dos rótulos frontais dos possíveis danos à sua saúde pelo alto teor de nutrientes nocivos).

Já foi explicado que a política pública da ANVISA da rotulagem frontal informativa é voltada à promover a saúde da população brasileira para regular o consumo de alimentos não saudáveis e evitar que a indústria alimentícia ofereça, sem critérios, qualquer tipo de alimento que possa provocar doenças aos consumidores (Brasil, 2020). Mas, para Lane et al. (2024), somente a reformulação dos ingredientes dos alimentos ultraprocessados não elimina os danos aos usuários, e também a busca constante pela lucratividade desencoraja os fabricantes a mudarem seus ingredientes para produzir alimentos nutritivos. Portanto, políticas públicas e ações sobre alimentos ultraprocessados são essenciais.

Ao inserir a obrigatoriedade do rótulo frontal, a regulamentação da ANVISA pretende dar ao consumidor mais informação e poder de escolha na hora da compra (Brasil, 2020). Na perspectiva da educação para o consumo e com base nas teorias da economia comportamental e do neuromarketing, este rótulo frontal pode ser associado ao conceito de “nudge”, proposto por Thaler e Sunstein (2008).

Os autores falam que os *nudges* são pequenos “empurrões” para conduzir a comportamentos desejados, que podem ser usados para as mais diversas finalidades. Como exemplos, pode-se direcionar os usuários de uma clínica a lavar as mãos, colocando setas no chão até chegar à pia ou, no caso destes alimentos ultraprocessados, inserir o rótulo frontal, impondo pequenas alterações no design da embalagem para induzir comportamentos mais saudáveis sem restringir a liberdade de escolha do consumidor. Ao destacar informações críticas na parte frontal das embalagens, o Estado atua diretamente na estrutura decisória, cumprindo seu papel de regulador do consumo e evitando abusos por parte da indústria.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

A presente pesquisa é classificada como de campo aplicada e tem abordagem exploratória. Caracteriza-se como uma pesquisa aplicada de campo, com abordagem quali-quantitativa e objetivos exploratórios. Segundo Gil (2007), as pesquisas exploratórias buscam proporcionar maior familiaridade com o problema estudado. Já Lakatos e Marconi (2003) destacam que a pesquisa de campo permite a coleta de dados diretamente junto ao público investigado.

A análise dos dados é quali e quantitativa no intuito de responder à seguinte questão de pesquisa: **Qual a percepção de consumidores de João Pessoa sobre a nova rotulagem de alimentos ultraprocessados e os impactos do consumo para a saúde?** Para tanto, o público-alvo (universo) da pesquisa foram os consumidores de João Pessoa/PB, com idades variadas e que consomem produtos industrializados /ultraprocessados e a escolha da amostra foi não probabilística por conveniência. A opção pela amostragem não probabilística por conveniência ocorreu em razão da facilidade de acesso aos participantes e da viabilidade operacional da pesquisa.

O instrumento de coleta de dados foi inspirado a partir do referencial teórico para a geração de categorias de análise, resultando em um questionário misto, contendo 14 perguntas, sendo 12 fechadas e 2 abertas. O instrumento de coleta de dados foi elaborado com base no referencial teórico adotado na pesquisa, contemplando categorias relacionadas à percepção da rotulagem nutricional, hábitos de consumo e comportamento do consumidor.

Após a elaboração das questões e alternativas de respostas, foi realizado um pré-teste com 12 pessoas. Após os ajustes sugeridos, foi disponibilizado na plataforma Google Forms (<https://forms.gle/XLEXUwfFrGc3iLMu6>) por meio de envio de questionário online (conforme apêndice 1), sendo que os dados foram coletados no mês de abril de 2026 e resultou em uma amostra de 325 respondentes.

Os dados das perguntas fechadas foram analisados de forma quantitativa, usando estatística simples, sendo explicados por meio de gráficos para as perguntas fechadas. As perguntas abertas foram analisadas qualitativamente, usando a técnica de análise de conteúdo apoiada em Bardin (2016), que sugere a pré-análise, seguida de uma leitura aprofundada e posterior categorização (codificação e agrupamento), seguindo a similaridade das respostas.

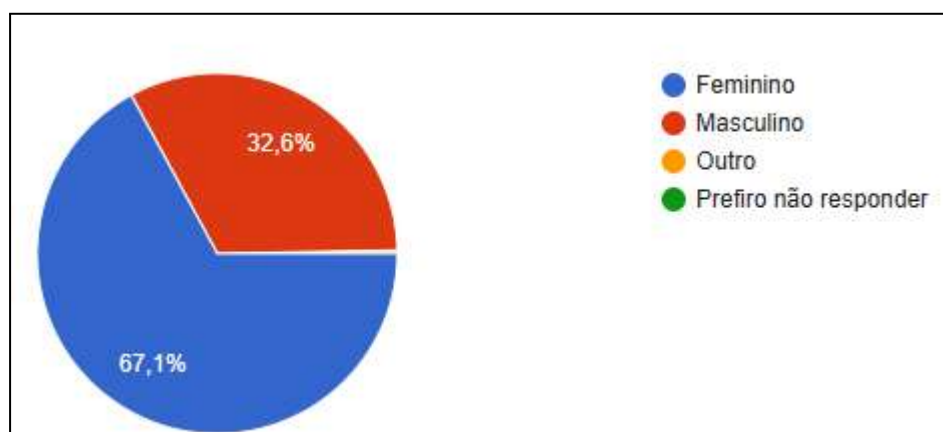
4 INTERPRETAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

Com a aplicação do questionário por meio da plataforma Google Forms, 325 consumidores de João Pessoa/PB responderam à pesquisa sobre suas percepções acerca da nova rotulagem nutricional frontal dos alimentos ultraprocessados. O objetivo foi compreender como os consumidores percebem essa mudança e se ela influencia seus hábitos de compra e consumo. As análises realizadas combinam abordagens quantitativas e qualitativas, buscando responder à seguinte questão de pesquisa: **Qual a percepção dos consumidores de João Pessoa sobre a nova rotulagem de alimentos ultraprocessados e os impactos do consumo para a saúde?**

4.1 PERFIL DOS RESPONDENTES

A análise do perfil dos participantes demonstra predominância do público feminino, representando 67,1% da amostra, enquanto os participantes do sexo masculino corresponderam a 32,6%. Observa-se ainda a presença de um participante que se identificou em outra categoria de gênero (Gráfico 1).

Gráfico 1 – Distribuição percentual dos consumidores participantes da pesquisa segundo o gênero.



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

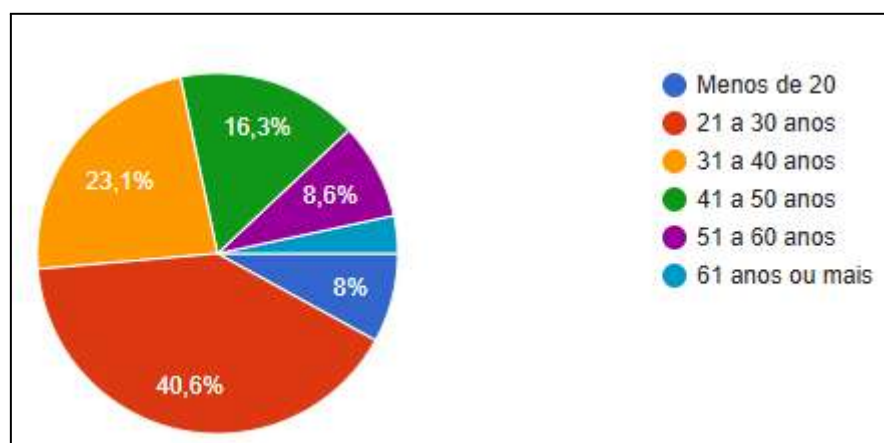
A maior participação feminina pode estar relacionada ao maior interesse desse público por temas associados à alimentação, saúde e consumo, bem como à maior predisposição para participar de pesquisas *online*. Entretanto, os resultados

da presente pesquisa refletem as características da amostra investigada e não permitem generalizações para toda a população de João Pessoa/PB.

Sousa et al. (2020) também detectaram que mulheres e praticantes de atividade física demonstraram maior frequência de uso das informações nutricionais.

Em relação à idade, verificou-se no Gráfico 2 a predominância da faixa entre 21 e 30 anos, correspondendo a 40,6% dos respondentes e 8% com menos de 20 anos. Em seguida aparecem os participantes entre 31 e 40 anos (23,1%) e entre 41 e 50 anos (16,3%).

Gráfico 2 – Distribuição percentual dos consumidores participantes da pesquisa segundo a faixa etária



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

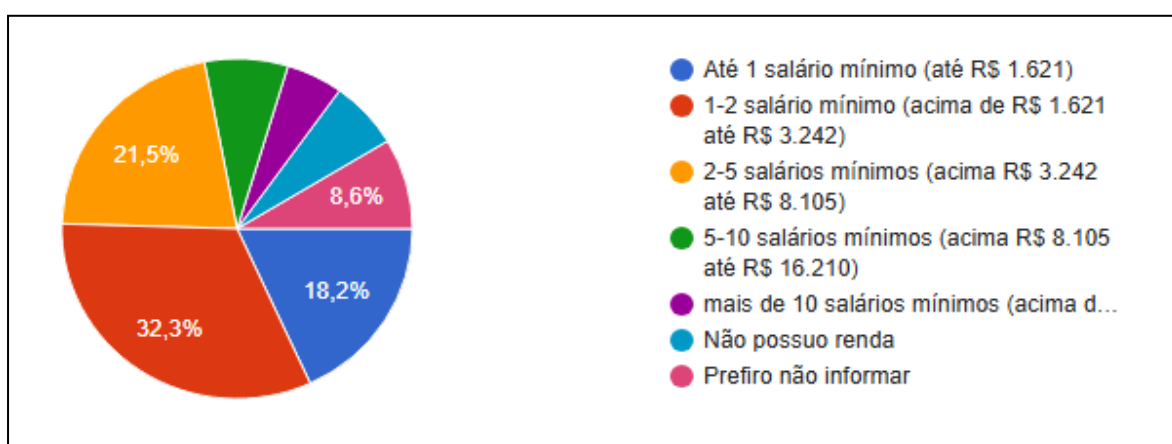
A predominância de 48,6% de participantes abaixo de 20 e até 30 anos sugere uma maior participação de adultos jovens na pesquisa, possivelmente em razão da utilização de meios digitais para divulgação e coleta dos dados. Além disso, essa faixa etária representa um público frequentemente exposto ao consumo de alimentos industrializados e ultraprocessados, aspecto relevante para a análise da percepção sobre a nova rotulagem nutricional frontal.

Pesquisas nacionais sobre consumo alimentar na adolescência evidenciadas no Guia Alimentar para a População Brasileira (Brasil, 2022, p. 5) indicam “um menor consumo de frutas, verduras e legumes e maior consumo de alimentos ultraprocessados (macarrão instantâneo, biscoitos doces e salgados, bebidas açucaradas e salgados assados e fritos) entre adolescentes em comparação com pessoas adultas e idosas”. Portanto, dado o alto quantitativo de

jovens representado nesta amostra, o Guia traz também a importância de fazer intervenções e medidas governamentais de educação para o consumo, uma vez que durante essa fase alguns padrões de comportamento relacionados à dieta e aos hábitos de vida podem ser estabelecidos, permanecendo na idade adulta e afetando diretamente a saúde dessas pessoas (Brasil, 2022).

Quanto à renda, observou-se predominância de indivíduos com renda entre um e dois salários mínimos, correspondendo a 32,3% da amostra. Em seguida destacam-se aqueles com renda entre dois e cinco salários mínimos (21,5%) e os participantes com renda de até um salário mínimo (18,2%).

Gráfico 3 – Distribuição dos consumidores participantes da pesquisa por renda

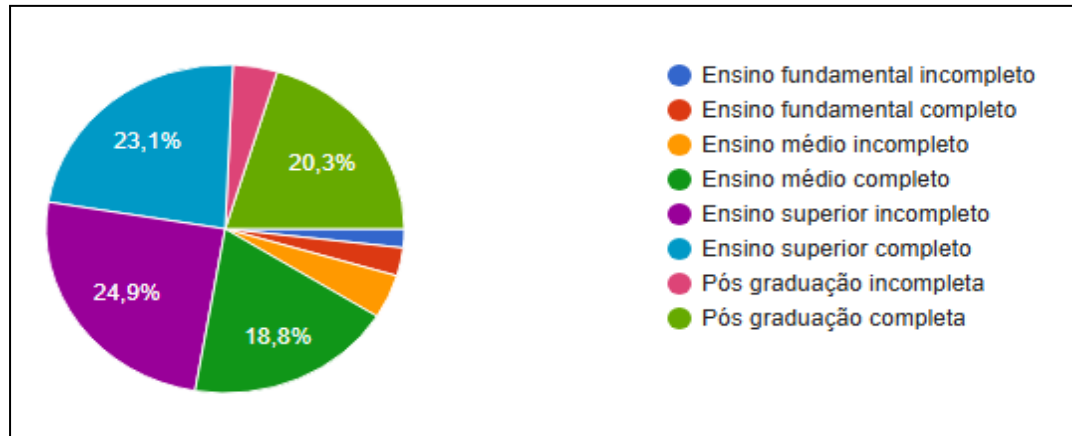


Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Esse resultado sugere que fatores econômicos podem exercer influência significativa sobre as escolhas alimentares dos respondentes, aspecto que aparece posteriormente tanto nas respostas fechadas quanto nas respostas abertas.

No que se refere à escolaridade, observou-se predominância de participantes com ensino superior incompleto (24,9%), ensino superior completo (23,1%) e pós-graduação completa (20,3%). Tal característica demonstra que a amostra possui elevado nível educacional.

Gráfico 4 – Distribuição dos consumidores participantes da pesquisa por escolaridade



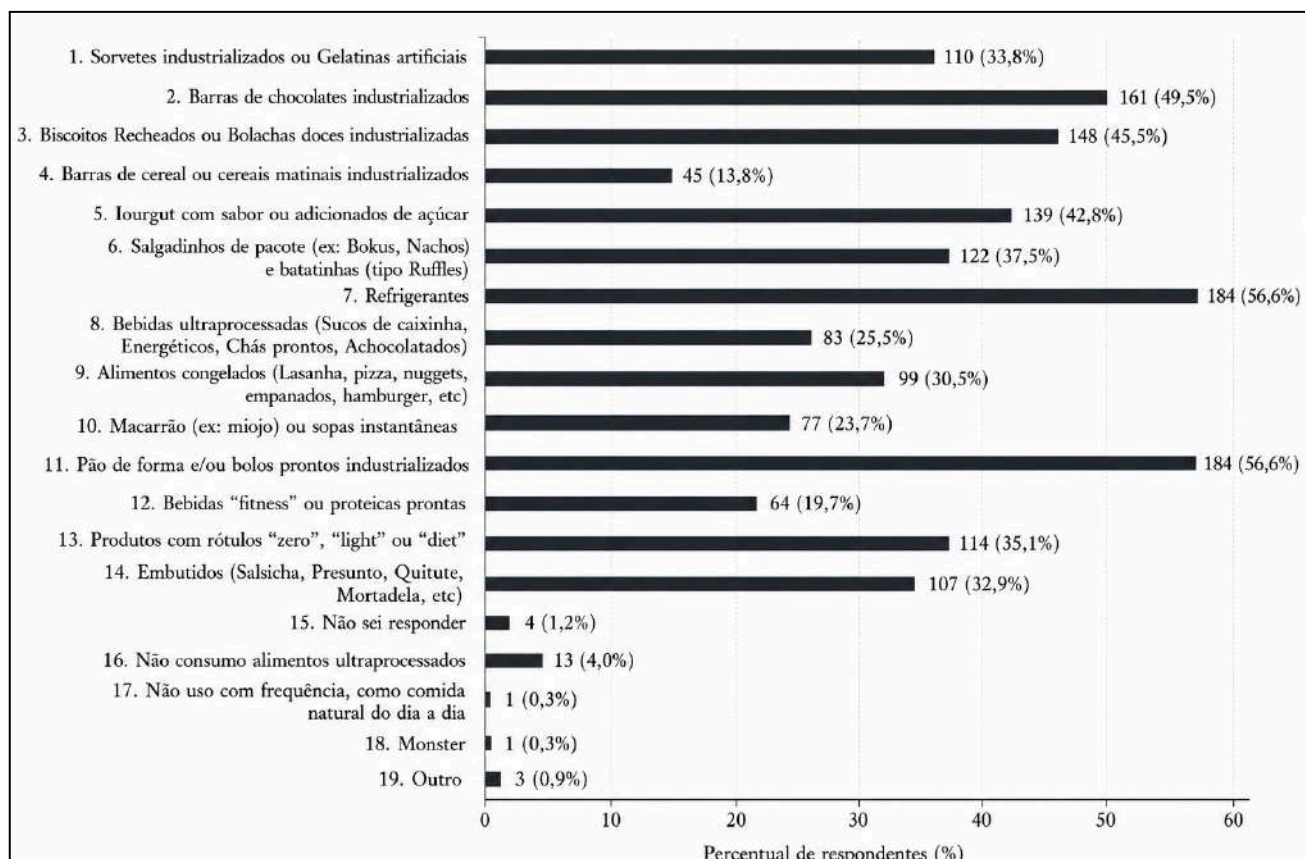
Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Entretanto, os resultados posteriores revelam que a escolaridade e o conhecimento sobre alimentação saudável não são suficientes para garantir escolhas alimentares mais saudáveis. Essa constatação evidencia a complexidade do comportamento do consumidor e reforça a necessidade de analisar outros fatores que influenciam as decisões de compra. Skruchisnki e Ravazzani (2026) em pesquisa recente sobre a influência da mudança da rotulagem nutricional no consumo de alimentos ultraprocessados, também observaram que a maioria dos participantes possui bom nível de escolaridade e demonstra hábito de leitura dos rótulos, porém ainda há dificuldades na interpretação das informações nutricionais, especialmente relacionadas a termos técnicos e compreensão dos nutrientes.

4.2 HÁBITOS DE CONSUMO DE ALIMENTOS ULTRAPROCESSADOS

Conforme apresentado no Gráfico 5, os resultados revelam ampla presença dos alimentos ultraprocessados na rotina alimentar dos participantes. Nesta pergunta, os respondentes podiam marcar mais de uma opção.

Gráfico 5 – Produtos Ultraprocessados mais consumidos



Fonte: Dados da pesquisa (2026)

Entre os produtos mais consumidos destacam-se os refrigerantes e os pães industrializados, ambos citados por 184 participantes (56,6%). Também apresentaram elevada frequência de consumo as barras de chocolate industrializadas (49,5%), os biscoitos recheados (45,5%), os iogurtes adoçados (42,8%), e os produtos classificados como "zero", "light" ou "diet" (35,1%). Esses resultados corroboram os estudos de Monteiro et al. (2019), que apontam o crescimento da participação dos ultraprocessados na alimentação da população devido à praticidade, ampla disponibilidade e elevada aceitação sensorial (sabor agradável).

Observou-se que somente 4,3% dos participantes (n=14) declararam não consumir alimentos ultraprocessados ou não consumir com frequência. Esta questão demonstrou que esses produtos fazem parte da rotina alimentar da grande maioria da amostra.

Lembrando, contudo, os alertas do Guia Alimentar (Brasil, 2022) que sugere que os alimentos ultraprocessados (tais como: hambúrguer e/ou embutidos, macarrão instantâneo, salgadinhos de pacote ou biscoitos/bolachas salgados ou

recheados, doces ou guloseimas devem ser evitados, principalmente por adolescentes

Quando analisada a frequência de consumo, verifica-se que 38,2% dos participantes consomem alimentos ultraprocessados de duas a três vezes por semana. Além disso, 17,8% afirmaram consumir esses produtos diariamente e 10,8%, mais de uma vez ao dia (Gráfico 6).

Gráfico 6 – Frequência de consumo de ultraprocessados



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Ao relacionar esses resultados com os dados de escolaridade e conhecimento nutricional, surge uma importante contradição. Embora a maioria dos participantes possua elevado nível de instrução e afirme conhecer os riscos associados ao consumo excessivo de açúcar, sódio e gorduras, os ultraprocessados continuam presentes em sua alimentação de forma frequente.

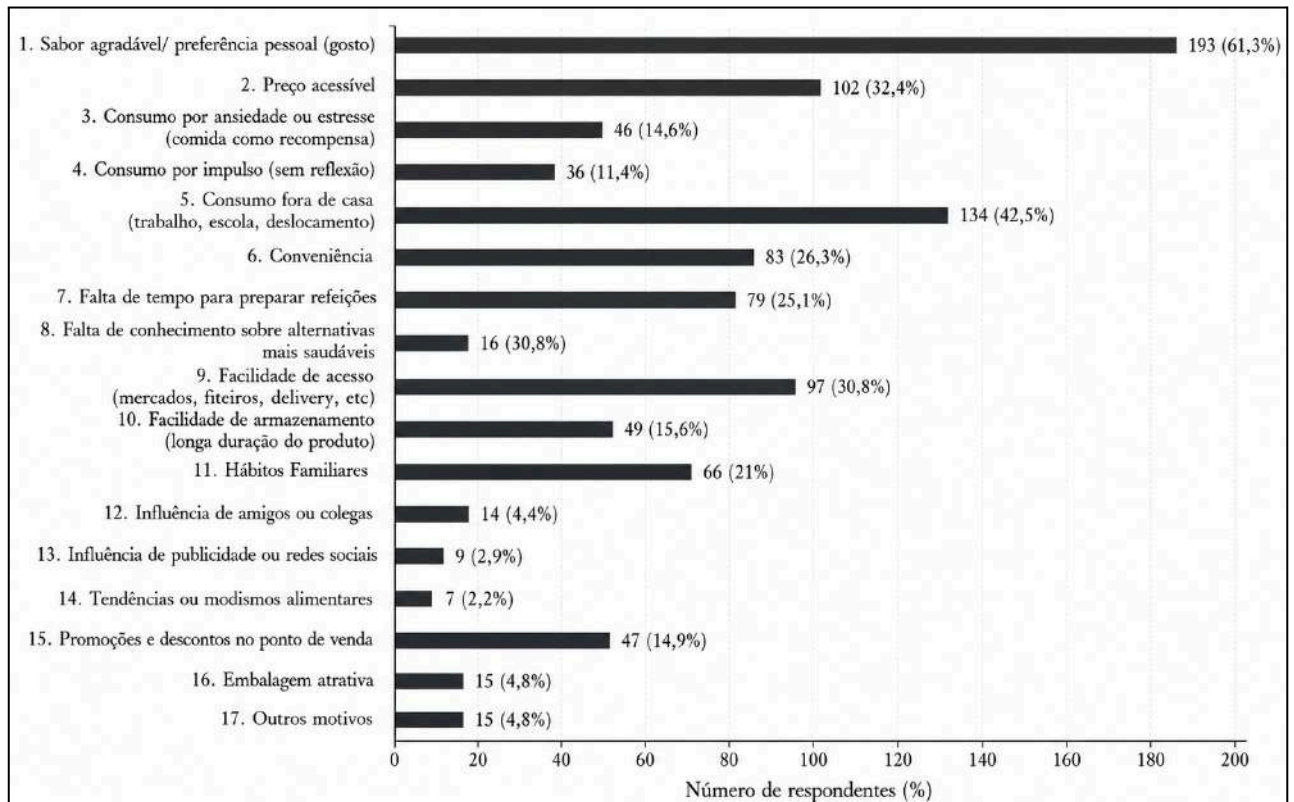
Esse resultado demonstra que a informação, isoladamente, não é suficiente para promover mudanças comportamentais significativas. Conforme Kotler e Keller (2012), as decisões de compra são influenciadas simultaneamente por fatores racionais e emocionais, fazendo com que aspectos como sabor, praticidade e conveniência frequentemente se sobreponham ao conhecimento dos riscos.

4.3 PRINCIPAIS FATORES QUE MOTIVAM O CONSUMO

Ao analisar os fatores que motivam o consumo de alimentos ultraprocessados no Gráfico 7, verificou-se que o sabor agradável aparece como principal elemento motivador para 193 participantes (61,3%). Também se destacam

como motivos: o consumo fora de casa (42,5%), o preço acessível (32,4%), a facilidade de acesso aos produtos (30,8%), a conveniência (26,3%) e a falta de tempo para preparar refeições (25,1%).

Gráfico 7 - Principais fatores que motivam o consumo de alimentos ultraprocessados



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Esses resultados demonstram que o consumo de ultraprocessados não ocorre apenas por desconhecimento dos riscos à saúde. Na realidade, pode-se dizer que os participantes revelam conhecer os possíveis impactos negativos desses alimentos, mas continuam consumindo-os devido às vantagens percebidas no cotidiano. O Guia alimentar (Brasil, 2014) corrobora com estas barreiras à mudança de comportamento da população, já que os alimentos ultraprocessados são encontrados em toda parte, sempre acompanhados de muita propaganda, descontos e promoções.

Observa-se, portanto, que a decisão de compra envolve uma avaliação entre benefícios imediatos e consequências futuras. Enquanto os prejuízos à saúde costumam ser percebidos como riscos de longo prazo, percebe-se que fatores como sabor, praticidade, conveniência e economia (preço baixo) oferecem recompensas imediatas, exercendo maior influência sobre o comportamento

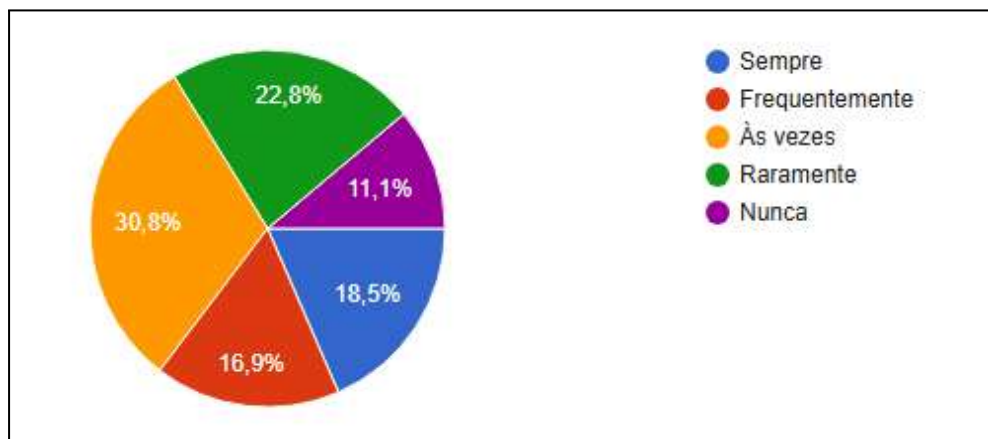
alimentar. Sousa et al. (2020) também encontraram que o preço e sabor ainda são os principais determinantes da compra, superando o uso da informação nutricional.

Esse achado é reforçado pelas respostas abertas, nas quais diversos participantes mencionaram que um dos motivos para o consumo de ultraprocessados é a correria da rotina diária e a dificuldade de encontrar opções saudáveis com preços acessíveis.

4.4 INTERESSE PELOS RÓTULOS NUTRICIONAIS FRONTAISIS

O Gráfico 8 indica a frequência que os respondentes afirmam observar ou prestar atenção nos rótulos nutricionais frontais.

Gráfico 8 - Frequência de observação dos rótulos nutricionais dos respondentes



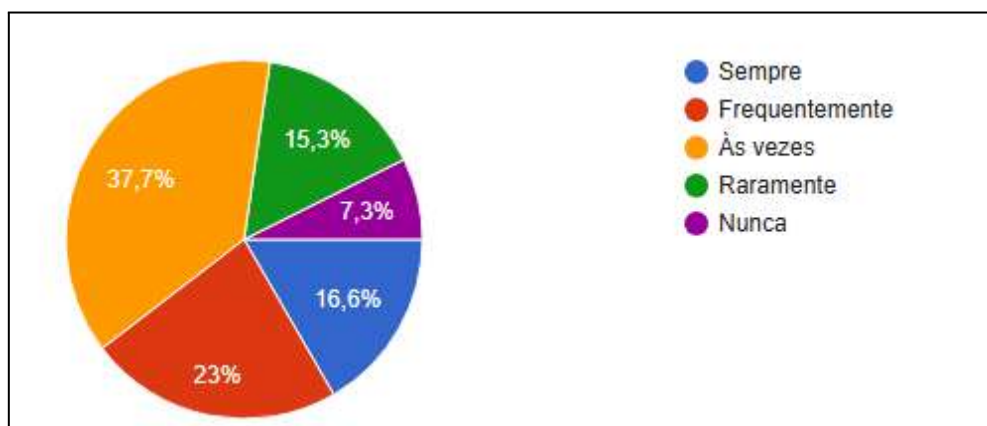
Fonte: Dados da pesquisa (2026)

Os resultados demonstram que a maioria dos participantes observa os rótulos nutricionais apenas ocasionalmente. A categoria “às vezes” (30,8%) apresentou maior frequência de respostas, seguida pelas opções “raramente” (22,8%), “sempre” (18,5%), “frequentemente” (16,9%) e “nunca” (11,1%). Estes resultados demonstram que, embora exista certo interesse pelas informações nutricionais, observa-se que a leitura dos rótulos ainda não constitui um hábito consolidado para grande parte dos consumidores, pois ao agruparmos as alternativas “nunca”, “raramente” e “às vezes”, o total de pessoas que declaram não prestar muita atenção aos rótulos chega a 64,7%.

Quando questionados sobre a importância das informações nutricionais no momento da compra, os participantes novamente demonstraram comportamento

intermediário, conforme apresentado no Gráfico 9. A maior parte (37,7%) afirmou considerar essas informações apenas “às vezes”, enquanto uma parcela menor declarou utilizá-las sempre (16,6%) ou frequentemente (23%).

Gráfico 9 - Consideração das informações nutricionais durante a compra



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Ao comparar os dois resultados, percebe-se uma coerência entre as respostas. Por um lado, os consumidores reconhecem a importância das informações nutricionais, mas nem sempre as utilizam de maneira sistemática durante suas decisões de compra.

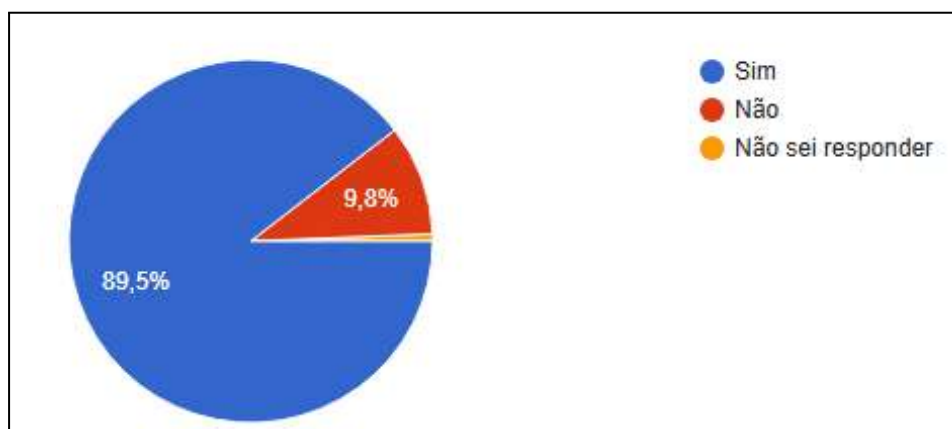
Essa constatação reforça a relevância da rotulagem frontal, uma vez que um dos objetivos desta medida regulatória governamental consiste justamente em facilitar o acesso à informação nutricional de forma rápida e visualmente destacada e, assim, promover decisões de compra menos prejudiciais à saúde (Brasil, 2020).

Os resultados obtidos nesta pesquisa permitem concluir que a nova rotulagem nutricional frontal tem funcionado parcialmente ao contribuir para aumentar a visibilidade das informações nutricionais e estimular reflexões sobre hábitos alimentares. Entretanto, fatores relacionados ao estilo de vida, à praticidade, ao gosto pessoal e ao custo dos alimentos não industrialmente processados ainda representam barreiras para mudanças mais significativas no comportamento de consumo.

4.5 PERCEPÇÃO E INFLUÊNCIA DA NOVA ROTULAGEM NUTRICIONAL FRONTAL

Os resultados demonstram elevado alcance da nova política de rotulagem nutricional (Gráfico 10), já que 89,5% dos participantes afirmaram ter percebido a presença dos novos selos frontais nas embalagens dos alimentos.

Gráfico 10 - Percepção da nova rotulagem frontal



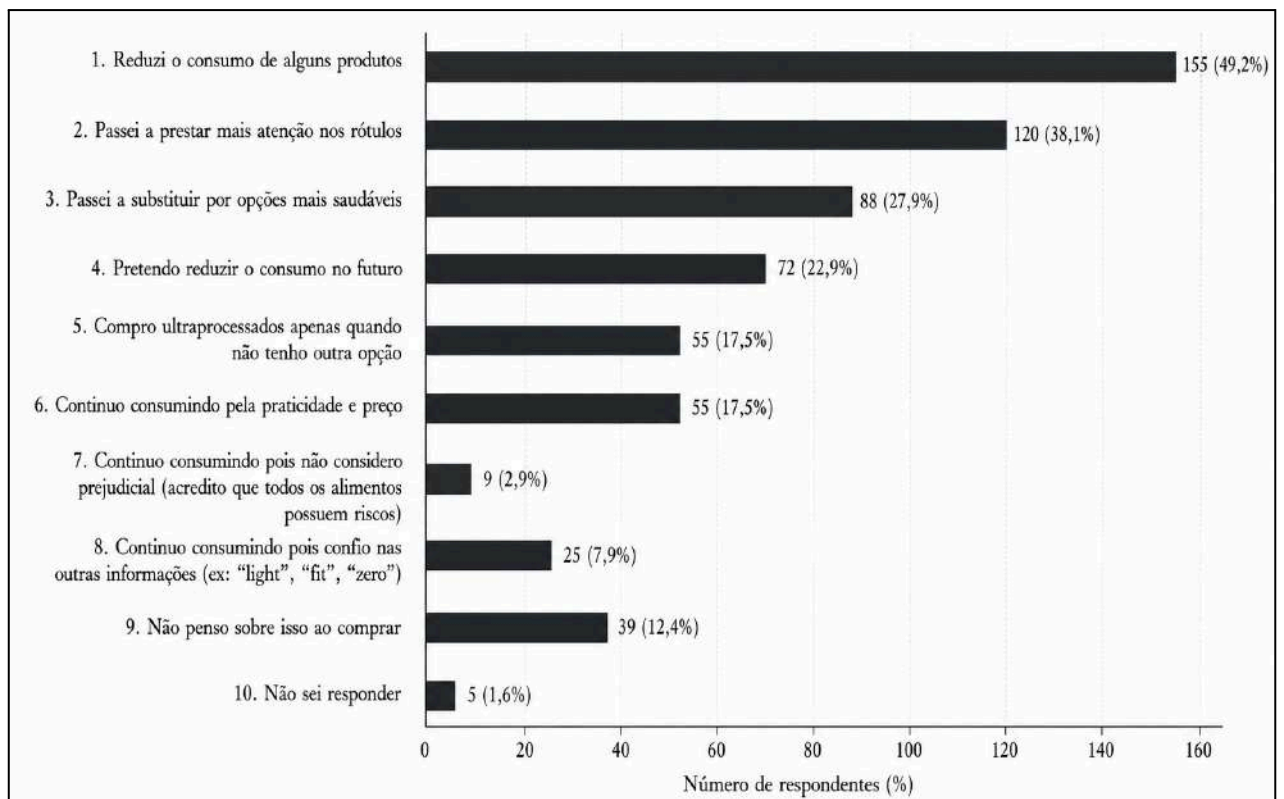
Fonte: Dados da pesquisa (2026)

Esses dados sugerem que a estratégia adotada pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) tem cumprido sua função inicial de chamar a atenção dos consumidores para informações relacionadas aos nutrientes críticos presentes nos alimentos. Skruchisnki e Ravazzani (2026), encontraram resultados menos relevantes, já que apenas metade dos participantes (50,7%) afirmou estar ciente das mudanças na rotulagem, e 54,9% relataram ter notado alterações na tabela de informações nutricionais localizada na parte posterior das embalagens.

Ao analisar os impactos da rotulagem sobre o comportamento de compra, os respondentes podiam marcar mais de uma alternativa. Portanto, observa-se no Gráfico 11 que 155 participantes (49,2%) relataram ter reduzido o consumo de alguns produtos após observarem os selos de advertência. Em pesquisa recente, Skruchisnki e Ravazzani (2026), também detectaram que 45% da amostra relatou evitar produtos com o símbolo de advertência, indicando impacto positivo da rotulagem frontal.

Além disso, os dados do Gráfico 11 da presente pesquisa também mostram que muitos consumidores de João Pessoa afirmaram que passaram a prestar mais atenção aos rótulos (38,1%), enquanto outros afirmam que substituíram determinados produtos por opções consideradas mais saudáveis (27,9%). Chama a atenção, contudo, que 12,4% afirmam não pensar sobre isso.

Gráfico 11 - Influência da rotulagem na decisão de compra dos respondentes



Fonte: Dados da pesquisa (2026)

Esses resultados indicam que a rotulagem frontal exerce influência positiva sobre uma parcela significativa dos consumidores, contribuindo para uma reflexão mais consciente durante o processo de compra. Essa situação evidencia que a rotulagem frontal possui potencial para influenciar escolhas alimentares, mas sua efetividade encontra limitações diante de fatores comportamentais, econômicos e culturais.

Sob a perspectiva da Teoria do Nudge, proposta por Thaler e Sunstein (2008), os selos nutricionais funcionam como estímulos que direcionam a atenção dos consumidores para determinadas informações sem restringir sua liberdade de escolha. Os resultados obtidos nesta pesquisa demonstram que esse mecanismo regulatório implementado por meio dos rótulos frontais tem produzido efeitos positivos, embora ainda não seja suficiente para promover mudanças de comportamento.

Sousa et al. (2020) estudaram as tabelas de rotulagem nutricional das embalagens (e não a nova rotulagem frontal), e estas foram reconhecidas como confiáveis por muitos consumidores (61,9%), porém, destes, 43,6% não as utilizavam no momento da compra. Assim, as autoras também concluíram que muitas pessoas ainda não usam as informações nutricionais de forma efetiva, sendo necessário esforços para mudar este panorama e as alterações na rotulagem nutricional podem mudar este processo, com o uso de informações mais claras, de fácil entendimento, que não gerem dúvida ao consumidor.

Da mesma forma, os 5 modelos de rotulagem nutricional frontal (RNF) avaliados por Bandeira et al. (2021) se mostraram eficazes na redução da intenção de compra, quando comparados ao grupo controle (41,3%) e os participantes manifestaram-se favoráveis à presença da RNF, percebendo-a como confiável para aumentar o entendimento das informações nutricionais.

Na pesquisa de Skruchisnki e Ravazzani (2026), 66,2% dos participantes também afirmaram ler o rótulo nutricional, no entanto, uma parcela significativa (33,8%) afirmou não realizar essa leitura.

4.6 CONHECIMENTO DOS RISCOS À SAÚDE E HISTÓRICO FAMILIAR DE DOENÇAS

Os resultados apresentados no Gráfico 12 revelam elevado nível de conscientização entre os participantes, quando 96,5% afirmaram ter conhecimento de que o consumo excessivo de açúcar, sódio e gorduras pode provocar problemas de saúde.

Gráfico 12 - Conhecimento dos riscos associados ao consumo excessivo de açúcar, sódio e gordura

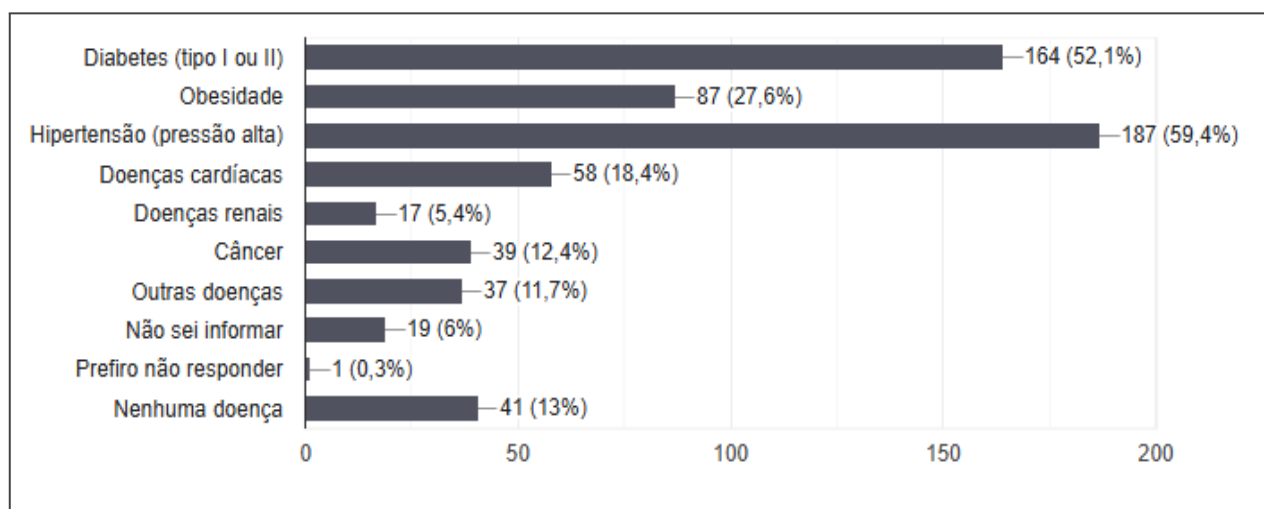


Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Esse resultado demonstra que o acesso à informação sobre alimentação saudável encontra-se amplamente disseminado entre os respondentes.

Já, quando questionados sobre o histórico de doenças na família, o Gráfico 13, traz exatamente as doenças associadas ao consumo de ultraprocessados, aparecendo Hipertensão (59,4%), seguida de Diabetes (52,1%) e Obesidade (27,6%).

Gráfico 13 - Histórico familiar de doenças relacionadas à alimentação



Fonte: Dados da pesquisa (2026)

Ao analisar o histórico familiar dos participantes, verificou-se elevada ocorrência de doenças crônicas não transmissíveis, especialmente hipertensão arterial, diabetes e obesidade. A presença dessas enfermidades entre familiares próximos sugere que grande parte dos participantes convivem direta ou indiretamente com os impactos das doenças relacionadas à alimentação inadequada.

Entretanto, ao cruzar esse resultado com os dados sobre frequência de consumo de ultraprocessados, observa-se uma contradição relevante. Mesmo convivendo com casos de hipertensão, diabetes e obesidade na família, muitos participantes continuam consumindo alimentos ultraprocessados regularmente ou não prestam atenção aos rótulos.

Tais resultados reforçam a ideia de que o conhecimento dos riscos não garante mudanças comportamentais automáticas já que a decisão alimentar é influenciada por múltiplos fatores e frequentemente envolve conflitos entre consciência nutricional, preço e/ou hábitos já consolidados.

4.7 ANÁLISE QUALITATIVA DAS RESPOSTAS ABERTAS

A análise do teor das respostas abertas permitiu identificar padrões recorrentes de percepção desta rotulagem entre os participantes. Com base nos relatos obtidos, foram estabelecidas cinco categorias temáticas principais, explicadas nos subcapítulos a seguir.

4.7.1 Reconhecimento da Necessidade de Mudança

O teor dos comentários permitiu criar uma categoria, que foi intitulada Reconhecimento da Necessidade de Mudança, que foi a mais frequente e reúne participantes que reconhecem a necessidade de melhorar seus hábitos alimentares. Expressões como "preciso melhorar", "preciso me cuidar mais", "minha alimentação poderia ser melhor" e "ainda preciso melhorar muito" foram recorrentes.

Os relatos demonstram que muitos participantes reconhecem a necessidade de modificar seus hábitos alimentares e compreendem a importância dessas mudanças para a manutenção da saúde. Um dos respondentes afirmou: *“Que preciso fazer mudanças para ter uma vida prolongada e sem transtornos no futuro”*. Outro destacou: *“Percebo que minha saúde é razoável, mas ainda preciso melhorar minha alimentação, pois consumo alguns alimentos ultraprocessados no dia a dia”*. Também foram identificadas falas como *c* e *“Não me alimento da forma correta”*, evidenciando uma percepção crítica sobre os próprios hábitos alimentares e a necessidade de mudanças.

4.7.2 Dificuldades Econômicas para uma Alimentação Saudável

Diversos participantes apontaram o alto custo dos alimentos saudáveis como um dos principais obstáculos para reduzir o consumo de ultraprocessados, sendo que a questão financeira apareceu de forma recorrente nas respostas dos participantes. Um respondente relatou que *“os preços dos produtos ultraprocessados frente a uma alimentação mais saudável é crucial”*. Outro afirmou que *“os alimentos que são alto em sódio e conservantes acabam indo para nossa refeição por conta do preço e não por aparência ou sabor”*. Além disso, um participante destacou que *“pela praticidade, preço acessível e pela grande oferta de produtos industrializados o meu consumo de produtos ultraprocessados é maior”*.

que o de alimentos saudáveis”. Esses relatos reforçam a percepção de que o custo dos alimentos saudáveis representa uma barreira significativa para mudanças no padrão alimentar dos consumidores.

4.7.3 Falta de Tempo e Busca por Praticidade

A falta de tempo causada pela rotina acelerada e a busca por praticidade também surgiram como fatores importantes para o consumo de ultraprocessados. Um participante relatou: *“Tento ao máximo reduzir, porém pela praticidade em alguns dias acaba sendo a opção mais viável”*. Outro afirmou que *“Percebo que minha saúde poderia ser melhor, pois apesar de eu tentar incluir alimentos saudáveis no dia a dia, ainda consumo muitos ultraprocessados pela praticidade e pela rotina corrida, principalmente quando preciso comer fora de casa. Isso acaba dificultando manter uma alimentação totalmente equilibrada”*. Também foram identificadas respostas como *“Sem tempo na preparação de comidas saudáveis”*, e *“Procuro sempre ter uma alimentação mais saudável, mas na correria do dia a dia as vezes fica inviável. Tento compensar com atividades físicas”*.

Os depoimentos demonstram que, embora exista consciência sobre a importância de uma alimentação saudável, as exigências da rotina diária acabam favorecendo escolhas mais rápidas e convenientes. Essa percepção confirma os resultados quantitativos que identificaram a conveniência, o consumo fora de casa e a falta de tempo como fatores relevantes para o consumo de ultraprocessados.

4.7.4 Consciência dos Riscos Associados ao Consumo

Outra categoria identificada refere-se à consciência dos riscos e percepção dos efeitos negativos dos alimentos ultraprocessados sobre a saúde. Diversos respondentes relataram perceber consequências associadas ao consumo frequente desses produtos e isso demonstra que há conscientização.

Um participante afirmou que *“Vejo que quando consumo muitos alimentos ultraprocessados fico mais cansada e sem disposição”*. Outro relatou: *“Há um aumento de dores estomacais, indigestão, mal estar, dores de cabeça, devido consumir muito alimento ultra processado”*. Também foram observadas falas como *“Quando como ultraprocessados passo mal direto”*, *“Ao consumo desses alimentos, noto que ganho peso facilmente”*, *“Impacta na disposição, no físico, no acúmulo de*

gordura na barriga”, *“Ultraprocessados causam um pouco de desconforto abdominal”*, *“Às vezes tenho problemas gastrointestinais”* e *“Indisposição e aumento de peso”*. Esses depoimentos demonstram que muitos consumidores associam o consumo desses produtos a prejuízos concretos à saúde, reforçando a percepção dos riscos já discutidos na análise quantitativa.

4.7.5 Educação Alimentar e Conscientização

Os respondentes também enfatizaram a importância da informação e da educação alimentar como estratégias para estimular hábitos mais saudáveis e reduzir o consumo de ultraprocessados.

Um respondente sugeriu *“mais informações ao público geral em mais meios de comunicação referente aos contras no consumo desses tipos de alimentos”*. Outro afirmou que seria necessário *“uma conscientização maior sobre os malefícios dos industrializados”*. Também foram identificadas sugestões relacionadas à rotulagem, como: *“ter mais informações visíveis e fáceis de entender nas embalagens”* e *“informações mais claras e chamativas nos rótulos dos alimentos já contribuem bastante”*. Essas falas indicam que os consumidores reconhecem o papel da informação como instrumento de mudança de comportamento, reforçando a importância de ações educativas, campanhas de conscientização e da própria rotulagem nutricional frontal como mecanismos de apoio à tomada de decisão.

De modo geral, as respostas abertas complementam os resultados quantitativos da pesquisa, demonstrando que os consumidores possuem conhecimento sobre os riscos associados aos alimentos ultraprocessados, mas enfrentam limitações econômicas e práticas que dificultam mudanças mais efetivas em seus hábitos alimentares. Além disso, os relatos evidenciam que a conscientização sobre os impactos desses produtos na saúde não é suficiente, por si só, para promover alterações significativas no comportamento de consumo, uma vez que fatores como preço, praticidade e rotina continuam exercendo forte influência sobre as escolhas alimentares.

4.8 SÍNTESE DOS RESULTADOS

A análise conjunta dos dados quantitativos e qualitativos permitiu compreender que a nova rotulagem nutricional frontal tem alcançado seu objetivo de ampliar a visibilidade das informações nutricionais e estimular reflexões sobre os riscos associados aos alimentos ultraprocessados.

Os resultados demonstram que a maioria dos participantes percebeu os novos selos frontais e que parte significativa dos respondentes passou a reduzir o consumo de determinados produtos ultraprocessados, bem como começou a observar mais atentamente os rótulos e buscar alternativas consideradas mais saudáveis.

Entretanto, a pesquisa também revelou que fatores como sabor, praticidade, conveniência e preço continuam exercendo forte influência sobre as decisões de compra. As respostas abertas reforçaram essa constatação ao evidenciarem dificuldades relacionadas à rotina acelerada, à falta de tempo para preparar refeições e ao custo mais elevado dos alimentos considerados saudáveis.

Além disso, observou-se uma contradição relevante entre conhecimento e comportamento. Embora a maioria dos participantes demonstre consciência dos riscos associados ao consumo excessivo de alimentos ultraprocessados e muitos relatem casos de doenças crônicas no ambiente familiar, esses produtos continuam presentes de forma frequente na alimentação cotidiana.

As análises qualitativas também revelaram que diversos respondentes reconhecem a necessidade de melhorar seus hábitos alimentares e associam o consumo de ultraprocessados a impactos negativos na saúde, como indisposição, ganho de peso, desconfortos gastrointestinais e redução da qualidade de vida. Ao mesmo tempo, os participantes destacaram a importância da educação alimentar, da conscientização e de informações mais claras como mecanismos capazes de incentivar escolhas mais saudáveis.

Conclui-se, portanto, que a rotulagem nutricional frontal representa uma importante ferramenta de promoção da saúde e apoio à tomada de decisão do consumidor. Contudo, sua efetividade tende a ser ampliada quando associada a ações de educação alimentar, políticas de incentivo ao consumo de alimentos in natura e estratégias que facilitem o acesso da população a opções mais saudáveis e economicamente mais acessíveis.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A rotulagem frontal obrigatória para alimentos ultraprocessados implementada no Brasil em 2020 é uma ferramenta essencial para promover a saúde pública e garantir que os consumidores tenham acesso a informações claras sobre os alimentos que consomem. A partir de 2024 todas as indústrias processadoras de alimentos devem se adequar a essas novas normas para garantir a conformidade e contribuir para escolhas alimentares mais saudáveis.

Para entender como os consumidores estão reagindo a esta normativa, foi feita a pesquisa com 325 consumidores de João Pessoa/PB e, a partir da análise dos dados coletados, foi possível constatar que a nova rotulagem nutricional frontal tem cumprido sua função de tornar as informações nutricionais mais visíveis e acessíveis aos consumidores. Os resultados demonstraram que a maioria dos participantes percebeu a presença dos rótulos frontais (“lupas”) de advertência nas embalagens, reconhecendo a sua importância como ferramenta de informação durante o processo de compra. Na pesquisa de Skruchisnki e Ravazzani (2026), 66,2% dos participantes também afirmaram ler o rótulo nutricional.

Verificou-se também que a rotulagem tem exercido influência positiva sobre parte dos consumidores, contribuindo para uma maior atenção às informações nutricionais e para a redução ou substituição de determinados produtos considerados menos saudáveis. Esses resultados evidenciam que a política de rotulagem nutricional frontal representa um importante instrumento de promoção da saúde pública e de fortalecimento do direito à informação do consumidor.

Entretanto, a pesquisa revelou que o acesso à informação, por si só, não é suficiente para promover mudanças significativas nos hábitos alimentares. Apesar de a maioria dos participantes demonstrar conhecimento acerca dos riscos associados ao consumo excessivo de açúcar, sódio e gorduras saturadas, os alimentos ultraprocessados continuam presentes de forma frequente em sua alimentação. Os dados apontaram que fatores como sabor, praticidade, conveniência, preço e rotina acelerada exercem influência significativa sobre as escolhas alimentares, muitas vezes se sobrepondo às preocupações com a saúde.

Outro resultado relevante refere-se à elevada ocorrência de doenças crônicas não transmissíveis, como hipertensão, diabetes e obesidade, declaradas

no histórico familiar dos participantes. Mesmo diante dessa realidade e do elevado nível de conhecimento sobre os riscos associados à alimentação inadequada, observou-se a permanência do consumo frequente de ultraprocessados nesta amostra - que foi composta por 48,6% de público jovem (com menos de 20 até 30 anos) -, evidenciando a complexidade do comportamento do consumidor e a necessidade de ações complementares às estratégias de rotulagem.

Apesar de Sousa et al. (2020) não terem focado a pesquisa nas novas rotulagens frontais e não terem feito correlações com o histórico de doenças em família, também constataram que a maioria dos consumidores jovens de Curitiba que responderam a pesquisa, utiliza as tabelas de informações nutricionais apenas às vezes (41,6%), e poucos sempre (14,7%), sendo que as barreiras ao uso foram principalmente relacionadas à falta de paciência (29,5%) e desinteresse pela composição dos alimentos (34,2%).

Dessa forma, conclui-se que o objetivo geral desta pesquisa foi alcançado, uma vez que foi possível analisar a percepção dos consumidores acerca da nova rotulagem nutricional frontal e identificar sua influência sobre os hábitos de compra e consumo. Os objetivos específicos também foram atingidos, pois a pesquisa permitiu identificar os principais hábitos de consumo de alimentos ultraprocessados entre os participantes, compreender o nível de conhecimento dos consumidores sobre os riscos associados a esses produtos e avaliar os impactos da nova rotulagem sobre suas decisões de compra.

Como limitações deste estudo, destaca-se o fato de a pesquisa ter sido realizada por meio de questionário online, o que restringe a participação de indivíduos sem acesso à internet ou com menor familiaridade com ferramentas digitais. Além disso, a amostra concentrou-se em consumidores residentes no município de João Pessoa/PB, o que limita a generalização dos resultados para outras regiões do país. Outra limitação refere-se à utilização de respostas autodeclaradas, que podem sofrer influência da percepção individual dos participantes e não necessariamente refletir seus comportamentos reais de consumo.

Para pesquisas futuras, sugere-se a realização de estudos com amostras mais amplas e diversificadas, abrangendo diferentes regiões do Brasil e distintos perfis socioeconômicos. Recomenda-se também a realização de pesquisas comparativas que avaliem a evolução do comportamento dos consumidores ao

longo do tempo, bem como estudos que investiguem de forma mais aprofundada a relação entre a rotulagem nutricional frontal, a educação alimentar e a efetiva mudança dos hábitos de consumo. Entrevistas qualitativas com consumidores de diferentes faixas etárias e estratos sociais podem trazer mais evidências sobre os motivadores do consumo.

Por fim, os resultados desta pesquisa demonstram que a nova rotulagem nutricional frontal constitui uma importante estratégia de comunicação entre indústria e consumidor, contribuindo para ampliar a conscientização sobre os riscos associados ao consumo excessivo de alimentos ultraprocessados. Os achados da pesquisa de Sousa et al. (2020) foram que mudanças na forma de apresentação da rotulagem (tornando-a mais clara e acessível) podem ajudar na prevenção de doenças crônicas não transmissíveis.

Contudo, os dados indicam que sua efetividade é potencializada quando associada a ações de educação alimentar, incentivo ao consumo de alimentos in natura e minimamente processados e políticas públicas que ampliem o acesso da população a opções alimentares mais saudáveis. Assim, a pesquisa contribui para o debate sobre alimentação saudável e mudanças no comportamento do consumidor com vistas à melhoria da saúde, oferecendo evidências que podem auxiliar tanto pesquisadores quanto gestores públicos na formulação de estratégias voltadas à promoção da saúde e da qualidade de vida da população.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BANDEIRA, Luisete Moraes; PEDROSO, Jéssica; TORAL, Natacha; GUBERT, Muriel Bauermann. Desempenho e percepção sobre modelos de rotulagem nutricional frontal no Brasil. **Revista de Saúde Pública**, São Paulo, v. 55, p. 19, 2021. DOI: 10.11606/S1518-8787.2021055002395.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Brasília, DF: Presidência da República, 1988.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). **Resolução da Diretoria Colegiada – RDC nº 429**, de 8 de outubro de 2020. Dispõe sobre a rotulagem nutricional de alimentos embalados. Brasília: ANVISA, 2020.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). **Instrução Normativa nº 75**, de 8 de outubro de 2020. Estabelece requisitos técnicos para declaração da rotulagem nutricional nos alimentos embalados. Brasília: ANVISA, 2020.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Guia alimentar para a população brasileira**. Brasília: Ministério da Saúde, 2014. Disponível em: www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-brasil/publicacoes-para-promocao-a-saude/guia_alimentar_populacao_brasileira_2ed.pdf. Acesso em: 09 abr. 2026.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Guia alimentar para a população brasileira... 2. edição. Fascículo 5**. Brasília: Ministério da Saúde, 2022. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/protocolos_guia_alimentar_fasciculo5.pdf. Acesso em 18 jun. 2026.

BRASIL. Ministério da Saúde. ANVISA; OPAS; USP. **Relatório de monitoramento da rotulagem de alimentos no Brasil**. Brasília: Ministério da Saúde, 2025. Disponível em: https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2025/outubro/relatorio-aponta-qu-e-em-quatro-anos-62-dos-novos-alimentos-embalados-comercializados-no-brasil-eram-ultraprocessados?utm_source=copilot.com. Acesso em 18 jun. 2026.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Relatório de monitoramento da rotulagem de alimentos no Brasil**. Brasília: Ministério da Saúde, Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS), Universidade de São Paulo (USP), 2025. Disponível em: <<https://www.gov.br/saude>>. Acesso em: 18 jun.2026.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2007.

KOTLER, P; KELLER, K. L. **Administração de marketing: a bíblia do marketing**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

LANE, M. M; GAMAGE, E.; DU, S.; ASHTREE, D. N.; MCGUINNESS, A. J.; GAUCI, S.; et al. Ultra-processed food exposure and adverse health outcomes: umbrella review of epidemiological meta-analyses. **The BMJ** 2024, v. 384,

e077310. doi:10.1136/bmj-2023-077310. Disponível em:
<https://www.bmj.com/content/bmj/384/bmj-2023-077310.full.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2026.

LOUZADA, Maria Laura da Costa; MARTINS, Ana Paula Bortoletto; CANELLA, Daniela Silva; BARALDI, Larissa Galastri; LEVY, Renata Bertazzi; CLARO, Rafael Moreira; MOUBARAC, Jean-Claude; CANNON, Geoffrey; MONTEIRO, Carlos Augusto. Alimentos ultraprocessados e perfil nutricional da dieta no Brasil. **Revista de Saúde Pública**, São Paulo, v. 49, p. 38, 2015. DOI: 10.1590/S0034-8910.2015049006132.

MONTEIRO, C. A.; MARTINEZ-STEELE, E.; BARALDI, L. G.; JAIME, P. C.; CANNON, G.; LEVY, R. B. Ultra-processed foods: what they are and how to identify them. **Public Health Nutrition**, v. 22, n. 5, p. 936–941, 2019. doi:10.1017/s1368980018003762.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2003.

CORNÉLIO, Marina Nogueira. Influência dos novos rótulos dos alimentos ultraprocessados nas escolhas dos consumidores. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba, João Pessoa, 2024.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). Tackling NCDs: ‘best buys’ and other recommended interventions. Geneva: WHO, 2017. Disponível em: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240091078>. Acesso em: 09 abr. 2026.

PRIDE, W. M.; FERREL, O. C. **Fundamentos de Marketing**: conceitos e práticas. São Paulo: Cengage Learning, 2015.

SKRUCHISNKI, Willian Henrique da Costa; RAVAZZANI, Edilceia Domingues do Amaral. Influência da mudança da rotulagem nutricional no consumo de alimentos ultraprocessados para a população. **Revista de Saúde Pública do Paraná**, Curitiba, v. 9, e1156, 2026. Disponível em: <https://doi.org/10.32811/rspp-2026v9.1156>. Acesso em: 15 jun. 2026.

SOUSA, Lisane Moreno Lorena de; MEDEIROS, Carla Ocelli de; STANGARLIN-FIORI, Larissa; FURTADO, Fernanda; SELKE, Elda Heloisa. Use of nutritional food labels and consumers' confidence in the information. **Revista de Nutrição**, Campinas, v. 33, e190199, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1678-9865202033e190199>. Acesso em: 15 jun. 2026.

THALER, Richard H.; SUNSTEIN, Cass R. Nudge: improving decisions about health, wealth, and happiness. New Haven: Yale University Press, 2008. Disponível em: https://books.google.com.br/books/about/Nudge.html?id=7ICLIAAACA AJ&redir_esc=y. Acesso em: 01 abr. 2026.

APÊNDICE - INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS



Seção 1 de 7

Percepção dos consumidores de João Pessoa sobre a nova rotulagem nutricional frontal em alimentos ultraprocessados

Olá, meu nome é Mariana Sepúlveda e sou concluinte do curso de Bacharelado em Administração no Instituto Federal da Paraíba (IFPB).

Esta pesquisa integra meu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) e tem como **objetivo analisar a percepção dos consumidores da cidade de João Pessoa acerca da nova rotulagem nutricional frontal em alimentos ultraprocessados.**

Esta pesquisa destina-se a consumidores residentes em João Pessoa que realizam ou participam de decisões de compra de alimentos.

Sua participação é voluntária, anônima e confidencial, sendo os dados coletados utilizados exclusivamente para fins acadêmicos.

Ao prosseguir, você declara estar ciente dos objetivos da pesquisa e concorda em participar de forma livre e esclarecida.

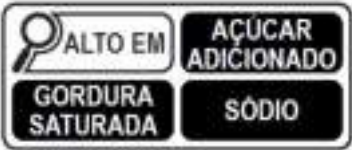
Não há respostas certas ou erradas; buscamos apenas a sua opinião sincera.
O tempo estimado para o preenchimento do formulário é de 2 a 3 minutos, contendo 14 questões.

Sua colaboração é muito importante para o desenvolvimento desta pesquisa. Desde já, agradeço sua participação.


	Pergunta	Resposta
SEÇÃO: PERFIL DO RESPONDENTE		
1	Gênero	Feminino Masculino Outro Prefiro não responder
2	Qual a sua idade?	Menos de 20 21 a 30 anos 31 a 40 anos 41 a 50 anos 51 a 60 anos 61 anos ou mais

3	Qual a sua renda atual?	<p>Até 1 salário mínimo (até R\$ 1.621)</p> <p>1-2 salário mínimo (acima de R\$ 1.621 até R\$ 3.242)</p> <p>2-5 salários mínimos (acima R\$ 3.242 até R\$ 8.105)</p> <p>5-10 salários mínimos (acima R\$ 8.105 até R\$ 16.210)</p> <p>mais de 10 salários mínimos (acima de R\$ 16.210)</p> <p>Não possuo renda</p> <p>Prefiro não informar</p>
4	Qual o seu grau de instrução?	<p>Ensino fundamental incompleto</p> <p>Ensino fundamental completo</p> <p>Ensino médio incompleto</p> <p>Ensino médio completo</p> <p>Ensino superior incompleto</p> <p>Ensino superior completo</p> <p>Pós graduação incompleta</p> <p>Pós graduação completa</p>
<p>SEÇÃO: HÁBITOS DE CONSUMO - ALIMENTOS ULTRAPROCESSADOS</p> <p>CONCEITO: Alimentos ultraprocessados são industrializados ou sintetizados que incorporam aditivos químicos (corantes, aromatizantes, conservantes e emulsificantes), óleos refinados, amidos modificados, açúcares e adoçantes, que são usados para melhorar a aparência, o sabor e/ou a textura, com pouca ou nenhuma presença do alimento in natura.</p> <p>Oferecem conveniência, sabor e longa duração, tais como: refrigerantes, biscoitos recheados, salgadinhos e cereais açucarados, refeições e preparações prontas para consumo ou reaquecimento (pizzas, nuggets, miojo), etc.</p>		
5	<p>Quais desses produtos ultraprocessados fazem parte da sua alimentação?</p> <p><i>(pode marcar mais de uma opção)</i></p>	<p><input type="checkbox"/> Sorvetes industrializados ou Gelatinas artificiais</p> <p><input type="checkbox"/> Barras de Chocolates industrializados</p> <p><input type="checkbox"/> Biscoitos recheados ou Bolachas doces industrializadas</p> <p><input type="checkbox"/> Barras de cereal ou cereais matinais industrializados</p> <p><input type="checkbox"/> Iogurtes com sabor ou adicionados de açúcar</p> <p><input type="checkbox"/> Salgadinhos de pacote (ex: Bokus, Nachos) e batatinhas (tipo Ruffles)</p> <p><input type="checkbox"/> Refrigerantes</p> <p><input type="checkbox"/> Bebidas ultraprocessadas (Sucos de caixinha, Energéticos, Chás prontos, Achocolatados)</p> <p><input type="checkbox"/> Alimentos congelados (Lasanha, pizza, nuggets, empanados, hamburger, etc)</p> <p><input type="checkbox"/> Macarrão (ex: Miojo) ou sopas instantâneas</p>

		<input type="checkbox"/> Pão de forma e/ou Bolos prontos industrializados <input type="checkbox"/> Bebidas “fitness” ou proteicas prontas <input type="checkbox"/> Produtos com rótulo “zero”, “light” ou “diet” <input type="checkbox"/> Embutidos (Salsicha, Presunto, Quitute, Mortadela, etc) <input type="checkbox"/> Não sei responder <input type="checkbox"/> Não consumo alimentos ultraprocessados <input type="checkbox"/> Outro
6	Com que frequência você consome alimentos ultraprocessados?	Mais de uma vez ao dia Uma vez ao dia 2 a 3 vezes por semana Uma vez por semana 1 a 2 vezes ao mês Raramente (menos de uma vez ao mês) Não consumo alimentos ultraprocessados
7	Você costuma observar as informações nutricionais nos rótulos dos alimentos?	Sempre Frequentemente Às vezes Raramente Nunca
SEÇÃO: MOTIVAÇÃO DE CONSUMO		
8	Quais fatores que te motivam a consumir alimentos ultraprocessados? <i>(pode marcar mais de uma opção)</i>	Sabor agradável / preferência pessoal (gosto) Preço acessível Consumo por ansiedade ou estresse (comida como recompensa) Consumo por impulso (sem reflexão) Consumo fora de casa (trabalho, escola, deslocamento) Conveniência Falta de tempo para preparar refeições Falta de conhecimento sobre alternativas mais saudáveis Facilidade de acesso (mercados, fiteiros, delivery, etc.) Facilidade de armazenamento (longa duração do produto) Hábitos familiares Influência de amigos ou colegas Influência de publicidade ou redes sociais Tendências ou modismos alimentares Promoções e descontos no ponto de venda Embalagem atrativa Outros motivos

SEÇÃO: PERCEPÇÃO DA ROTULAGEM		
9	<p>Você percebeu que, desde 2024, os alimentos ultraprocessados têm uma nova informação na embalagem frontal? (conforme figura)</p> 	<p><input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Não sei responder</p>
10	<p>Após observar esses rótulos nos alimentos ultraprocessados, como isso influencia sua decisão de compra? (pode marcar mais de uma alternativa)</p>	<p>Reduzi o consumo de alguns produtos Passei a prestar mais atenção nos rótulos Passei a substituir por opções mais saudáveis Pretendo reduzir o consumo no futuro Compro ultraprocessados apenas quando não tenho outra opção Continuo consumindo pela praticidade e preço Continuo consumindo, pois não considero prejudicial (acredito que todos os alimentos possuem riscos) Continuo consumindo, pois confio nas outras informações (ex: “light”, “fit”, “zero”) Não penso sobre isso ao comprar Não sei responder</p>
SEÇÃO: SAÚDE E CONSCIÊNCIA		
11	<p>Você ou alguém da sua família (pais, avós, tios) tem algum problema de saúde? (pode marcar mais de uma alternativa)</p>	<p>Diabetes (tipo I ou II) Obesidade Hipertensão (pressão alta) Doenças cardíacas Doenças renais Câncer Outras doenças Não sei informar Prefiro não responder Nenhuma doença</p>
12	<p>Você tem conhecimento de que o consumo excessivo de açúcar, sódio e gordura pode causar problemas de saúde?</p>	<p>Sim, tenho consciência Já ouvi falar, mas não conheço bem Não tenho conhecimento Prefiro não responder</p>

13	Ao escolher um alimento, você considera as informações nutricionais da embalagem?	Sempre Frequentemente Às vezes Raramente Nunca
SEÇÃO: PERCEPÇÕES E OPINIÕES <i>Chegamos quase ao final. Agradeço sua contribuição!!</i>		
14	Em poucas palavras, como você percebe sua saúde em relação aos seus hábitos alimentares, especialmente no consumo de alimentos saudáveis X ultraprocessados?	
15	Se puder, dê a sua opinião: O que você acha poderia incentivar a reduzir o consumo de alimentos ultraprocessados?	

	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
	Campus João Pessoa - Código INEP: 25096850
	Av. Primeiro de Maio, 720, Jaguaribe, CEP 58015-435, João Pessoa (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0002-56 - Telefone: (83) 3612.1200

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

Entrega da Versão Final TCC

Assunto:	Entrega da Versão Final TCC
Assinado por:	Mariana Pereira
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- **Mariana Souza Sepúlveda Pereira, ALUNO (20191460036) DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO - JOÃO PESSOA**, em 27/06/2026 07:46:09.

Este documento foi armazenado no SUAP em 27/06/2026. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1898228

Código de Autenticação: 971d1a4263

