



**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**

MARINA NOGUEIRA CORNÉLIO

**INFLUÊNCIA DOS NOVOS RÓTULOS DOS ALIMENTOS
ULTRAPROCESSADOS NAS ESCOLHAS DOS CONSUMIDORES**

**João Pessoa
2024**

MARINA NOGUEIRA CORNÉLIO

**INFLUÊNCIA DOS NOVOS RÓTULOS DOS ALIMENTOS ULTRAPROCESSADOS
NAS ESCOLHAS DOS CONSUMIDORES**



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 Bacharela em **ADMINISTRAÇÃO**.

Orientadora: Dra. Ceres Grehs Beck

**JOÃO PESSOA
2024**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Biblioteca Nilo Peçanha do IFPB, *campus* João Pessoa

C814i Cornélio, Marina Nogueira.
Influência dos novos rótulos dos alimentos
ultraprocessados nas escolhas dos consumidores /
Marina Nogueira Cornélio. - 2024.
38 f. : il.

TCC (Graduação – Bacharelado em Administração)
–Instituto Federal de Educação da Paraíba / Unidade
Acadêmica de Gestão e Negócios, 2024.
Orientação : Profa. Dra Ceres Grehs Beck.

1.Alimentação. 2. Comportamento do consumidor. 3.
Rótulo nutricional frontal. 4. Alimentos ultraprocessados.
5. Alimentação saudável. I. Título.

CDU 613.2:64.033(043)



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA

FOLHA DE APROVAÇÃO

MARINA NOGUEIRA CORNÉLIO
Matrícula 20201460006

INFLUÊNCIA DOS NOVOS RÓTULOS DOS ALIMENTOS ULTRAPROCESSADOS NAS ESCOLHAS DOS CONSUMIDORES

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado em 17/09/2024
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: APROVADA

João Pessoa, 17 de setembro de 2024.

BANCA EXAMINADORA:
(assinaturas eletrônicas via SUAP)

Ceres Grehs Beck (IFPB)
Orientadora

Geymeesson Brito da Silva (IFPB)
Examinador interno

Arielle Pinto Silva (IFPB)
Examinadora interna

Documento assinado eletronicamente por:

- Ceres Grehs Beck, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 17/09/2024 18:11:32.
- Geymeesson Brito da Silva, PROF ENS BAS TECNOLOGICO-SUBSTITUTO, em 17/09/2024 18:18:24.
- Arielle Pinto Silva, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 18/09/2024 18:03:36.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 13/09/2024. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código: 605884
Verificador: 23e9539ae4
Código de Autenticação:



RESUMO

A alimentação é uma necessidade básica inerente às pessoas que ao longo dos anos, tornou-se o um formato diferente, de modo a se adaptarem a rotinas de vida e trabalho cada vez mais sobrecarregadas. As indústrias alimentícias, foram desenvolvendo alimentos ultraprocessados, com características de uma comida saborosa e pronta para consumo imediato. Entretanto, nas técnicas utilizadas os nutrientes são perdidos durante esses processos e são acrescentados açúcares, conservantes, sódio, gorduras, entre outros aditivos. Para resguardar os consumidores de abusos por parte da indústria, a ANVISA lançou a Instrução Normativa 75/2020, estabelece que os produtos que possuam açúcares adicionados, sódio ou gorduras saturadas em quantidade iguais ou superiores aos limites estabelecidos, precisam ter adicionalmente uma rotulagem nutricional frontal. Com esses rótulos frontais exibidos cada vez mais nos supermercados, o presente trabalho busca então compreender a percepção dos consumidores quanto a mudança dos rótulos dos alimentos ultraprocessados nas escolhas de compra e consumo em João Pessoa, através de um questionário estruturado com perguntas fechadas e abertas aplicado a 100 consumidores, identificando assim suas percepções acerca das mudanças nos rótulos e a influência na decisão de compra. Os principais resultados apontam que os consumidores estão mais atentos aos novos rótulos frontais, e já não consomem esses alimentos com tanta frequência. Foi possível identificar que existe a construção de uma consciência voltada para uma alimentação saudável, porém ainda existem algumas barreiras identificadas para a mudança de hábitos alimentares, como praticidade, sabor, preço, entre outros. Os rótulos nutricionais frontais, de acordo com alguns respondentes, causam impacto na hora da aquisição e consumo, sendo que muitos afirmaram que pretendem reduzir ou substituir os alimentos ultraprocessados pensando em ter uma vida mais saudável.

Palavras-chave: Alimentos Ultraprocessados. Rótulo Nutricional Frontal. Alimentação Saudável. Comportamento de Consumo.

ABSTRACT

Food is a basic need inherent to people that over the years has taken on a different format in order to adapt to increasingly busy life and work routines. The food industry has been developing ultra-processed foods, with characteristics of a tasty and ready-to-eat food. However, in the techniques used, nutrients are lost during these processes and sugars, preservatives, sodium, fats, among other additives are added. To protect consumers from abuse by the industry, ANVISA issued Normative Instruction 75/2020, which establishes that products that have added sugars, sodium or saturated fats in amounts equal to or greater than the established limits must additionally have a front-of-pack nutritional label. With these front labels increasingly displayed in supermarkets, this study seeks to understand consumers' perceptions regarding the change in ultra-processed food labels in purchasing and consumption choices in João Pessoa, through a structured questionnaire with closed and open questions applied to 100 consumers, thus identifying their perceptions about the changes in the labels and the influence on the purchasing decision. The main results indicate that consumers are more aware of the new front labels, and no longer consume these foods as frequently. It was possible to identify that there is a construction of awareness focused on healthy eating, but there are still some identified barriers to changing eating habits, such as convenience, taste, price, among others. Front nutritional labels, according to some respondents, have an impact on the time of purchase and consumption, with many stating that they intend to reduce or replace ultra-processed foods with the aim of having a healthier life.

Keywords: Ultra-processed foods. Front nutrition label. Healthy eating. Consumer Behavior.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: Exemplo de rótulo nutricional frontal em alimentos	11
FIGURA 2: Exemplo de Alimento ultraprocessado pronto para consumo.....	14
FIGURA 3: Barra de cereais.....	14
FIGURA 4: Alimento alto em sódio x alimento com redução de sódio.....	15
FIGURA 5: Processo de Tomada de Decisão de compra do consumidor.....	16
FIGURA 6: Exemplo de rótulo nutricional frontal.....	19
FIGURA 7: Alimento ultraprocessado “sem rótulo de alto teor”.....	28

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1: Limites de Nutrientes - Instrução Normativa ANVISA Nº 75/2020.....	18
QUADRO 2: Alimentos vedados de rotulagem frontal.....	18
QUADRO 3: Prazos para implementação dos rótulos frontais.....	20
QUADRO 4: Reações dos consumidores quanto aos novos rótulos.....	27

Quadro 4:

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: Gênero dos respondentes.....	22
GRÁFICO 2: Renda mensal dos respondentes.....	22
GRÁFICO 3: Consumo de alimentos ultraprocessados.....	23
GRÁFICO 4: Frequência de consumo de alimentos ultraprocessados.....	24

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANVISA	Agência Nacional de Vigilância Sanitária
IN	Instrução Normativa
RDC	Resolução da Diretoria Colegiada
SISAN	Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 OBJETIVOS	12
1.1.1 Objetivo Geral	12
1.1.2 Objetivos Específicos	12
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	13
2.1 Processo de Tomada de Decisão de Compra: Alimentos saudáveis x ultraprocessados?	13
2.2 Regulamentação Brasileira	16
3 METODOLOGIA DA PESQUISA	21
4 ANÁLISE DE DADOS	22
4.1 Perfil dos respondentes	22
4.2 Hábitos de compra e consumo de alimentos ultraprocessados	23
4.3 Influência dos novos rótulos dos alimentos ultraprocessados nas escolhas de compra e consumo	25
4.4 Comparação do consumo de alimentos ultraprocessados antes e depois dos novos rótulos	26
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	28
REFERÊNCIAS	31
APÊNDICE	33

1 INTRODUÇÃO

A alimentação é uma necessidade básica inerente às pessoas que ao longo dos anos, tornou-se o um formato diferente, de modo foi adaptada a rotina da vida e trabalho das pessoas, em que muitas pessoas não estão conseguindo priorizar uma alimentação saudável.

Gerações passadas tinham o hábito de cultivar e cozinhar seus próprios alimentos, de forma caseira, sem utilização de produtos químicos, como os conservantes e agrotóxicos. Atualmente, devido ao acúmulo de atividades e a crescente dificuldade em conciliar todas as demandas do dia a dia, ter um tempo para preparar o próprio alimento é algo difícil, assim, o mercado foi disponibilizando alimentos ultraprocessados, com técnicas de preparo ágil, para suprir essa deficiência, além da criação de locais como *fast foods* (Basílio; Sousa, 2020).

Por sua vez, as indústrias alimentícias, prezando em oferecer mais conveniência aos seus públicos e disponibilizar um alimento saboroso, pronto para consumo imediato ou preparo quase instantâneo, utilizam técnicas de processamento que vão em encontro a uma alimentação saudável, pois os nutrientes são perdidos durante esses processos e são acrescentados açúcares, conservantes, sódio, gorduras, entre outros aditivos (Martinelli; Cavalli, 2019).

O consumo de alimentos ultraprocessados, que possuem diversos aditivos em sua composição, vem sendo alvo de muitos estudos e pesquisas que buscam relacionar o consumo com doenças. Dito isso, já foi identificado a relação desse consumo com maiores chances do consumidor desenvolver obesidade, diabetes, depressão, doenças gastrointestinais, câncer, asma, entre outros (Louzada et al., 2020).

Para resguardar os consumidores de abusos por parte da indústria, o poder público atua por meio de regulamentos e leis, sendo que uma destas medidas diz que os alimentos disponíveis em estabelecimentos comerciais, os quais foram embalados na ausência do consumidor, precisam ter um rótulo, que serve como comunicação entre as indústrias alimentícias e os consumidores. São nestes rótulos que trazem informações como: data de validade, local de fabricação, ingredientes e informações nutricionais, e ficam de forma acessível para as pessoas. Essas informações são obrigatórias e regulamentadas pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA, que busca regular as relações entre fornecedores e

consumidores e também proteger os interesses dos cidadãos.

Desde a publicação da Resolução nº 259/2002, a ANVISA, através do Regulamento Técnico para Rotulagem de Alimentos Embalados, estabeleceu que as empresas colocassem os ingredientes em ordem decrescente de quantidade que o alimento contém e assim seria uma forma clara de informar ao consumidor a composição do alimento que ele estaria consumindo. Ou seja, o primeiro ingrediente que aparece é o que o alimento contém em maior quantidade, esclarecendo melhor ao consumidor o que e quais quantidades ele está ingerindo.

Em 2020, a ANVISA estabeleceu que os produtos embalados na ausência do consumidor que possuam açúcares adicionados, sódio ou gorduras saturadas em quantidade iguais ou superiores aos limites estabelecidos, precisam ter adicionalmente uma rotulagem nutricional frontal. A Instrução Normativa ANVISA 75/2020 que regulamenta essa mudança no rótulo, entrou em vigor em outubro de 2022. Nos mercados e comércios já é perceptível a inserção desses rótulos por meio de uma imagem padrão que começa com o texto “Alto em” (indicando os teores de açúcar, gordura saturada e sódio), conforme exemplificado na Figura 1.

Figura 1: Exemplo de rótulo nutricional frontal em alimentos.



Fonte: baseado na Instrução Normativa ANVISA N° 75/2020.

A disponibilização de informações que sejam compreensíveis ao consumidor, pretendem levar a escolhas mais conscientes e com objetivo de consumir alimentos mais saudáveis. O presente trabalho busca então compreender: Qual o impacto da mudança dos rótulos dos alimentos ultraprocessados nas escolhas de compra e consumo de consumidores em João Pessoa?

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Analisar a percepção dos consumidores quanto a mudança dos rótulos dos alimentos ultraprocessados nas escolhas de compra e consumo em João Pessoa, PB.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Identificar os hábitos e preferências de compra e consumo de alimentos ultraprocessados de consumidores em João Pessoa;
- Analisar a influência dos novos rótulos dos alimentos ultraprocessados nas escolhas dos consumidores;
- Comparar o hábito de consumo de produtos alimentícios ultraprocessados antes e depois dos novos rótulos.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

As referências teóricas a seguir trazem uma retrospectiva sobre o processo de tomada de decisão de compra dos consumidores brasileiros e o crescimento do consumo de produtos ultraprocessados, bem como um aprofundamento sobre as regulamentações brasileiras em relação à proteção ao consumidor em relação às escolhas alimentares.

2.1 Processo de Tomada de Decisão de Compra: Alimentos saudáveis x ultraprocessados

Os hábitos alimentares de um indivíduo sofrem interferência de vários fatores como, por exemplo, a renda familiar e,consequentemente, o valor dos alimentos. Uma pessoa, com baixo poder aquisitivo, levará em consideração o que pode comprar, e não necessariamente o valor nutricional dos alimentos. Outros fatores como aversões, preferências, estilo de vida e aspectos culturais, também influenciam nesses hábitos (Almeida; Marin, 2022).

Segundo a Organização Pan-Americana de Saúde (2018) os produtos ultraprocessados são elaborados a partir de substâncias provenientes de alimentos ou sintetizados de outra fonte orgânica. Grande parte dos ingredientes da maioria dos produtos ultraprocessados são “aglutinantes, agentes de massa, corantes, emulsificantes, espessantes, espumantes, estabilizantes, realçadores sensoriais como aromatizantes e saborizantes, conservantes, adoçantes e solventes”. Além disso, são comercializados prontos para consumo ou precisam apenas serem aquecidos, exigindo pouco ou nenhum esforço para o consumidor.

De acordo com Monteiro et al. (2019), as técnicas e ingredientes utilizados na fabricação de alimentos ultraprocessados criam produtos rentáveis, pois os ingredientes são de baixo custo, possuem validade extensa e são produtos de marca. A praticidade de preparo e consumo desses alimentos se torna uma vantagem competitiva (Figura 2), além de estratégias de marketing para entregar embalagens chamativas, com propaganda sobre benefícios à saúde, campanhas em redes sociais e acordos com varejistas para um espaço privilegiado de exposição dos produtos (Monteiro et al., 2019). Esses alimentos ultraprocessados utilizam-se das estratégias mencionadas anteriormente para atrair a atenção dos consumidores,

como exemplo disto, temos barrinhas de cereais (Figura 3), com uma embalagem que contém a foto da fruta e a presença de vitaminas, demonstrando assim ser um alimento “saudável”.

Figura 2: Exemplo de alimentos ultraprocessados prontos para consumo.



Fonte: pesquisa própria (2024).

Figura 3: Barra de cereais.



Fonte: pesquisa própria (2024).

As estratégias de promoção de produtos elaboradas pelos departamentos de marketing das empresas ou por agências especializadas buscam por embalagens cada vez mais atrativas, utilizando-se das mais variadas cores, fontes de letras e formatos, com diversos apelos e com intuito de chamar atenção. A psicologia utilizada na escolha das cores tem o intuito de despertar sensações nos consumidores, sendo que determinada cor pode ser associada a uma emoção ou situação (Nogueira, 2015; Abreu; Cabral, 2024).

Atualmente, as pessoas estão mais atentas e preocupadas com a alimentação, preferindo alimentos mais saudáveis, orgânicos e com pouca adição de gorduras. Nesse contexto, o desenvolvimento de produtos e as estratégias de marketing para atrair consumidores estão se voltando ao investimento na oferta de alimentos que se adequem a este novo estilo de vida. Além do surgimento de marcas orgânicas, os produtos tradicionais estão sendo comercializados com versões mais “saudáveis” (Pride; Ferrell, 2015). Um exemplo é ilustrado na Figura 4 a seguir, mostrando como a indústria alimentícia está adequando os ingredientes e também as informações das embalagens prestadas aos consumidores, buscando oferecer produtos mais saudáveis. Neste caso, a mesma empresa oferece os dois produtos similares, um com alto teor em sódio (com o rótulo frontal indicativo) e outro produto substituto, com 65% menos sódio.

Figura 4: Alimento alto em sódio x alimento com redução de sódio.

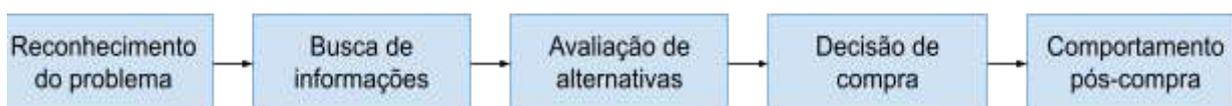


Fonte: pesquisa própria (2024)

As escolhas alimentares já não se restringem apenas a suprir uma necessidade nutricional, mas também estão relacionadas com uma forma de expressar valores e relações sociais. Estas escolhas proporcionam experiências emocionais de um indivíduo (Lima-Filho et al., 2016).

Para Peter e Churchill (2012) o processo de compra do consumidor sofre influências de marketing, sociais e situacionais. Kotler e Keller (2012) afirmam que este processo de tomada de decisão de compra consiste no reconhecimento da necessidade, seguido da busca por informações, nos quais são avaliados alternativas, para haver a decisão de compra, e por fim, existe ainda a avaliação pós compra (Figura 5).

Figura 5: Processo de Tomada de Decisão de compra do consumidor



Fonte: adaptado de Kotler e Keller (2012)

2.2 Regulamentação Brasileira

A Constituição Federal Brasileira de 1988, em seu artigo 6º, assegura os direitos sociais à população, como o direito à alimentação. O artigo também prevê o direito à educação, saúde, trabalho, moradia, transporte, lazer, segurança, previdência social, proteção à maternidade e à infância, e assistência aos desamparados.

Considerando que hoje em dia muitos brasileiros possuem doenças crônicas, deficiências em micronutrientes, sobrepeso e conseqüentemente a obesidade infantil e a obesidade adulta (Almeida; Marin, 2022, p. 75), há uma constante preocupação dos órgãos de saúde e também da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) em deixar o consumidor mais informado sobre as quantidades de ingredientes nocivos que está ingerindo.

Através da Lei Federal Nº 9.783/1999 foi criada a Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA, que visa proteger a saúde da população, através do

controle sanitário da produção e comercialização de produtos e serviços. Dentre as diversas formas de promover a proteção da saúde pública, o Art. 8º expressa a responsabilidade da autarquia em regulamentar e fiscalizar os produtos, incluindo os alimentos.

Art. 8º Incumbe à Agência, respeitada a legislação em vigor, regulamentar, controlar e fiscalizar os produtos e serviços que envolvam risco à saúde pública.

§ 1º Consideram-se bens e produtos submetidos ao controle e fiscalização sanitária pela Agência:

(...)

II - alimentos, inclusive bebidas, águas envasadas, seus insumos, suas embalagens, aditivos alimentares, limites de contaminantes orgânicos, resíduos de agrotóxicos e de medicamentos veterinários;

A ANVISA, objetivando aperfeiçoar sua atuação no que tange à proteção da saúde da população, o controle sanitário dos alimentos e a rotulagem desses produtos, aprovou a Resolução N° 259/2002, que traz o Regulamento Técnico sobre Rotulagem de Alimentos Embalados. Este regulamento se aplica à rotulagem dos alimentos que são comercializados e embalados na ausência do consumidor.

Segundo a Resolução ANVISA N° 259/2002 os itens obrigatórios que devem estar expressos nos rótulos são:

Denominação de venda do alimento; lista de ingredientes; conteúdos líquidos; identificação da origem; nome ou razão social e endereço do importador, no caso de alimentos importados; identificação do lote; prazo de validade; e instruções sobre o preparo e uso do alimento, quando necessário.

Em 2006, foi criado o Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional - SISAN, através da Lei Federal N° 11.346/2006, que assegura que é um direito fundamental do ser humano o acesso a uma alimentação adequada. Esse direito é inerente à dignidade de uma pessoa, e deve ser assegurado pelo poder público, através de políticas e ações que promovam a segurança alimentar e nutricional.

Com ênfase na segurança alimentar e nutricional, surgem outros normativos para regulamentação dos alimentos e seus respectivos rótulos. A Instrução Normativa ANVISA N° 75/2020, complementada pela Resolução da Diretoria Colegiada - RDC N° 429/2020, estabelece “requisitos técnicos para a declaração da rotulagem nutricional dos alimentos embalados” e entrou em vigor 24 meses após sua publicação, ou seja, em 2022.

Esta IN, dentre seus anexos, agora estabelece os limites de açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio para alimentos sólidos, semissólidos e líquidos (Quadro 1), sendo que, quando ultrapassados estes limites, o rótulo frontal (conforme Figura 6) deve identificar facilmente ao consumidor que há algum valor adicionado além dos limites.

Quadro 1: Limites de Nutrientes - Instrução Normativa ANVISA Nº 75/2020.

Nutrientes	Alimentos sólidos ou semissólidos	Alimentos líquidos
Açúcares adicionados	Quantidade maior ou igual a 15 g de açúcares adicionados por 100 g do alimento.	Quantidade maior ou igual a 7,5 g de açúcares adicionados por 100 ml do alimento.
Gorduras saturadas	Quantidade maior ou igual a 6 g de gorduras saturadas por 100 g do alimento.	Quantidade maior ou igual a 3 g de gorduras saturadas por 100 ml do alimento.
Sódio	Quantidade maior ou igual a 600 mg de sódio por 100 g do alimento.	Quantidade maior ou igual a 300 mg de sódio por 100 ml do alimento.

Fonte: Instrução Normativa ANVISA Nº 75/2020.

A Instrução Normativa ANVISA Nº 75/2020 prevê ainda os alimentos que são vedados à rotulagem, desde que não adicionem significativamente os nutrientes mencionados anteriormente (Quadro 2).

Quadro 2: Alimentos vedados de rotulagem frontal.

Alimentos e produtos alimentícios - sem rotulagem frontal obrigatória
Frutas, hortaliças, leguminosas, tubérculos, cereais, nozes, castanhas, sementes e cogumelos
Farinhas
Carnes e pescados embalados, refrigerados ou congelados
Ovos
Leites fermentados, leites de todas as espécies de animais mamíferos e leite em pó
Queijos
Azeite de oliva e outros óleos vegetais, prensados a frio ou refinados.
Sal destinado ao consumo humano
Fórmulas infantis

Fórmulas para nutrição enteral
Alimentos para controle de peso
Suplementos alimentares
Bebidas alcoólicas
Produtos destinados exclusivamente ao processamento industrial
Produtos destinados exclusivamente aos serviços de alimentação
Aditivos alimentares e coadjuvantes de tecnologia.

Fonte: Instrução Normativa ANVISA N° 75/2020.

Quando o produto ultrapassa os limites dos nutrientes permitidos, a indústria alimentícia precisa adicionar um rótulo nutricional frontal, conforme ilustrado na Figura 6, enfatizando o alto percentual dessas substâncias nos alimentos. A IN ANVISA N° 75/2020 disponibiliza os modelos de rotulagem frontal para alimentos que contenham quantidades de açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio iguais ou superiores aos limites definidos pela legislação.

Figura 6: Exemplo de rótulo nutricional frontal



Fonte: Instrução Normativa ANVISA N° 75/2020.

A ANVISA, através da RDC N° 429/2020, estabeleceu prazos para as indústrias implementarem os rótulos frontais, contudo, considerando os impactos da pandemia no setor alimentos, surge a RDC N° 819/2023 que amplia o prazo de adequação (Quadro 3).

Quadro 3: 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.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

A presente pesquisa é classificada como exploratória e tem abordagem de análise dos dados mista, ou seja, quali e quantitativa no intuito de responder à seguinte questão: Qual o impacto da mudança dos rótulos dos alimentos ultraprocessados nas escolhas de compra e consumo de consumidores em João Pessoa?

Para tanto, o público-alvo (universo) da pesquisa foram consumidores de João Pessoa/PB, com idades variadas e que consumiam produtos industrializados/ultraprocessados. A pesquisa foi realizada com 109 consumidores, mas a amostra resultou em 100 respondentes, já que 9 questionários foram invalidados, pois os consumidores afirmaram não consumir produtos ultraprocessados.

O instrumento de coleta de dados utilizado foi um questionário misto disponibilizado por meio da plataforma Google Forms, contendo 11 perguntas elaboradas por autoria própria, sendo 9 fechadas e 2 abertas. A aplicação ocorreu no mês de agosto de 2024, período próximo ao encerramento do prazo das empresas para acrescentarem os rótulos frontais, quando pertinente.

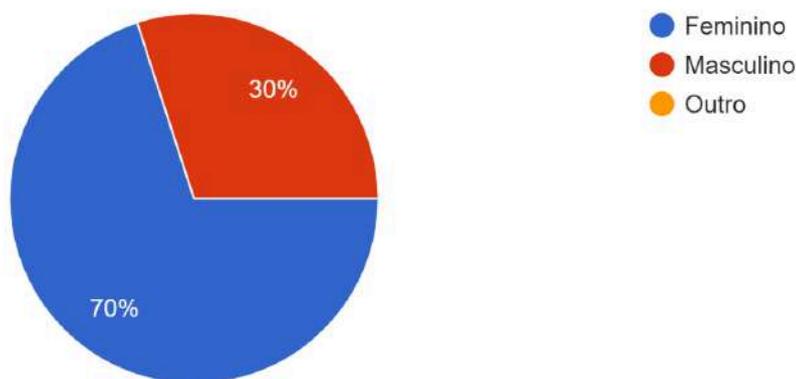
Os dados foram analisados da seguinte forma: as respostas às perguntas fechadas foram analisadas por meio de gráficos, com abordagem quantitativa e as declarações dos respondentes às perguntas abertas passaram por análise qualitativa, em que foi feita uma leitura aprofundada do teor das afirmações, para após serem agrupadas em categorias, conforme os padrões de respostas.

4 ANÁLISE DE DADOS

4.1 Perfil dos respondentes

Quanto à caracterização dos respondentes, temos que 70% são do gênero feminino e 30% do gênero masculino (Gráfico 1).

Gráfico 1: Gênero dos respondentes.



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Os consumidores estão na faixa etária entre 18 a 62 anos, variando entre respondentes que não possuem nenhuma renda mensal ou possuem mais de 7 salários mínimos (mais de R\$ 9.884), conforme o Gráfico 2:

Gráfico 2: Renda mensal dos respondentes.



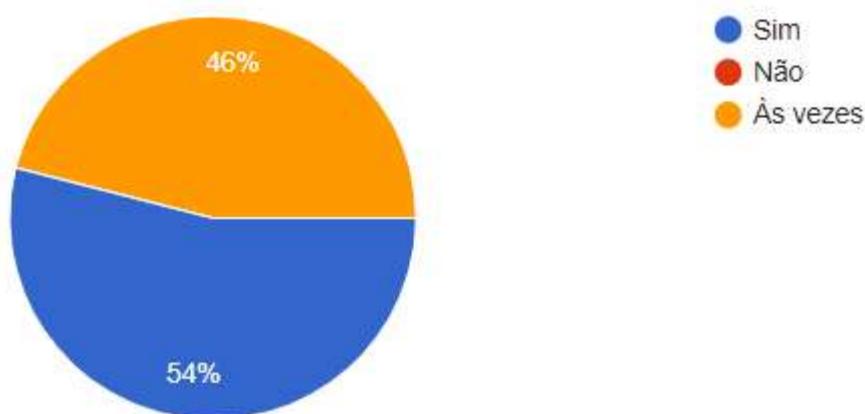
Fonte: Dados da pesquisa (2024).

4.2 Hábitos de compra e consumo de alimentos ultraprocessados

Para responder ao primeiro objetivo específico desta pesquisa (“Identificar os hábitos e preferências de compra e consumo de alimentos ultraprocessados de consumidores em João Pessoa”), os dados foram analisados a seguir.

Após uma breve introdução aos respondentes sobre o significado e exemplificação sobre os alimentos ultraprocessados, foi questionado sobre o consumo. Tem-se que 54% dos respondentes afirmaram que consomem, e 46% informaram que consomem apenas às vezes (Gráfico 3).

Gráfico 3: Consumo de alimentos ultraprocessados.



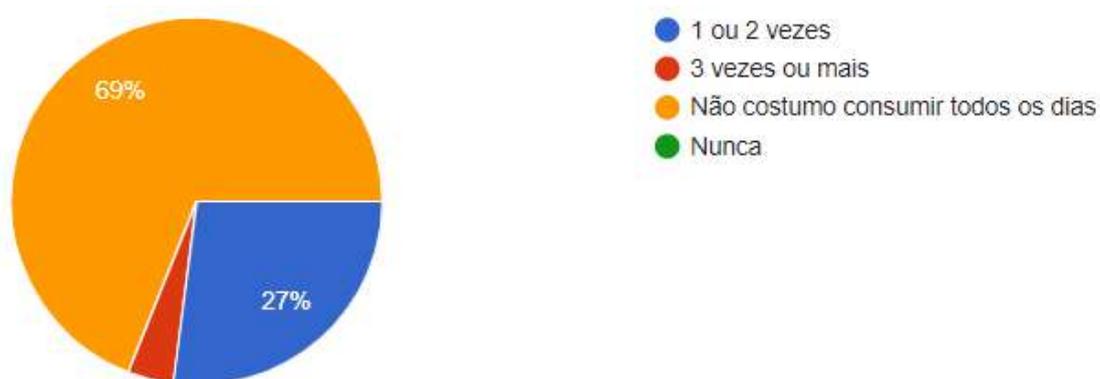
Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Diante do questionamento de quais produtos mencionados fazem parte da rotina de alimentação, o consumidor poderia responder mais de uma alternativa. A categoria de alimentos que mais se destacou foi “Biscoitos recheados, chocolates e doces” com 66 respostas, seguido de “Refrigerantes, energéticos, sucos de caixinha” com 53 respostas, “Salgadinhos, batatinhas, pipocas” com 51 respostas, e “Alimentos congelados: Lasanha, pizza, nuggets” com 27 respostas. Esse resultado mostra que são diversas as categorias de alimentos ultraprocessados que estão presentes no dia a dia dos consumidores, desde algo simples como lanches, bebidas até os pratos semiprontos para consumo. Além da praticidade, estratégias de marketing estão associadas à promoção desses produtos (Louzada *et al.* 2022).

Contudo, em relação à frequência do consumo, a maioria (69%) informou que não consome todos os dias. Temos que 27% consome 1 ou 2 vezes por dia, e apenas

4% consomem 3 vezes ou mais ao dia, conforme mostra o gráfico 4. Apesar de vários alimentos ultraprocessados estarem presentes no cotidiano das pessoas, o resultado desta questão nos mostra que o consumo não é tão constante, sendo assim um aspecto positivo para a saúde destas pessoas.

Gráfico 4: Frequência de consumo de alimentos ultraprocessados por dia.



Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Adicionalmente, foram questionados os motivos que levam ao consumo destes alimentos e conclui-se que são diversos, envolvendo questões sobre praticidade, sabor, preço, e até mesmo indisponibilidade de tempo ou substituições mais saudáveis. Para esta questão, os respondentes poderiam marcar mais de uma alternativa. Os resultados quantificados mostram os principais motivos: Praticidade (69); Sabor (45); Gosto pessoal (36); Falta de tempo para preparar o próprio alimento (35); Hábitos de consumo (35); Preço acessível (26); Indisponibilidade de substituição na hora do consumo (23); e Falta de informações sobre produtos substitutos (1).

Para Pinto e Costa (2021) os alimentos ultraprocessados têm se popularizado, e um dos principais motivos que contribuem para isto, são: conveniência, preço acessível e praticidade. Um estudo realizado por Bonalume *et al.* (2020) quanto ao consumo de alimentos ultraprocessados por estudantes universitários em uma instituição em Caxias do Sul, apontou que a praticidade e a falta de tempos eram os motivos mais apontados pelos entrevistados.

4.3 Influência dos novos rótulos dos alimentos ultraprocessados nas escolhas de compra e consumo

Os rótulos nutricionais frontais estão cada vez mais presentes nas prateleiras dos supermercados devido às adequações às normativas vigentes e seus respectivos prazos. O segundo objetivo desta pesquisa então, busca entender a “analisar a Influência dos novos rótulos dos alimentos ultraprocessados nas escolhas de compra e consumo”.

Esse novo rótulo foi percebido por 95% consumidores, apenas 3% não notaram e 2% não costumam prestar atenção nos rótulos. O resultado mostra o quanto os consumidores estão atentos e o quão chamativo são esses rótulos frontais.

Após a rotulagem frontal, foi questionado aos consumidores, através de uma pergunta aberta, se eles deixaram de consumir esses alimentos e quais seriam suas opiniões quanto a este tema. Diante das respostas, que foram analisadas qualitativamente, foram criadas 3 categorias para melhor analisar, temos assim, os que deixaram e/ou deixarão de consumir (Categoria 1), os que não deixaram, nem deixarão de consumir (Categoria 2), e os que estão criando uma conscientização sobre o assunto (Categoria 3).

A Categoria 1 é formada pelos consumidores que se informam sobre a importância e o impacto desses rótulos frontais e que, por conta disso, deixaram de consumir esses produtos ultraprocessados. Essa informação é baseada nos seguintes relatos: “O alerta faz diferença na hora da escolha”, “Sinto culpa”, “Se eles forem muito assustadores, aí sim sim, deixo de consumir certo tipo de alimento”, “Deixei de consumir em determinadas situações para evitar inflamações no corpo e por questão de saúde”.

Os relatos informados anteriormente, mostram a importância dos rótulos quanto a transparência da informação, tornando assim o consumidor consciente dos alimentos disponibilizados pelas indústrias alimentícias. A culpa e a preocupação são sentimentos que fazem parte da decisão de compra dessas pessoas da Categoria 1, que possuem um olhar mais atento para a saúde.

Já na Categoria 2, temos os consumidores que apesar dos rótulos frontais indicando o excesso de aditivos, não deixaram de adquirir os produtos. Quando os respondentes foram questionados se deixaram de consumir esses alimentos, houveram alguns relatos afirmando que não pretendem deixar de consumir e

elencando os motivos, conforme os trechos a seguir: “Não, se estou comprando esse tipo de alimento, sei dos seus riscos. Não é um aviso que me impede de comprar/comer.”, “Não, continuei consumindo pois sempre soube que esses alimentos tinham alto teor de açúcar e gordura saturada”, “Não! O preço mais em conta e a facilidade na hora do consumo propiciam o consumo. Sei que não é saudável”, “Causa um espanto, mas nunca deixei de consumir por conta do aviso em si”, “Não, pois infelizmente ainda continua sendo um alimento mais prático e fácil”.

Nesta Categoria 2, é perceptível que as pessoas já tenham consciência do que estão consumindo alimentos não saudáveis, mas afirmam que não pretendem parar de comprar, mesmo que exista a reação do “espanto”, seja por praticidade, preço, gosto pessoal.

Por último, a Categoria 3 mostrou ter pessoas criando consciência a respeito do que estão consumindo, apesar de não pararem de comprar, estão evitando ou reduzindo. Alguns dos relatos são: “Já observei alguns rótulos de avisos, e com isso repensei sobre a respeito da minha alimentação, em optar por comidas mais saudáveis”, “Ver a nova rotulagem me faz pensar, realmente quero consumir isso. Acredito que me ajudou a diminuir o consumo de tais alimentos”, “A rotulagem não me impediu de consumi-los, mas certamente me deixa mais com o pé atrás com eles agora que estou recebendo tratamento psicológico e conseguindo preparar comidas mais saudáveis em casa”, “Apenas reduzi o consumo daqueles que possuem alto nível de açúcares. Apesar de ainda consumir, me regro mais sobre isso e pretendo reduzir gradativamente até cortar da alimentação totalmente”.

As pessoas que estão na Categoria 3, podemos dizer que estão em fase de transição, pois os rótulos estão trazendo informações importantes, alertando sobre excessos de açúcares ou gorduras, que já foi comprovado que a longo prazo trazem prejuízos à saúde. São diversos os estudos que associam o consumo de alimentos ultraprocessados com doenças crônicas não transmissíveis (Louzada *et al.* 2022).

Diante disto, tem-se que quanto mais existe a disponibilização de informações, mais as pessoas têm a oportunidade de refletir sobre o assunto e mudar seus hábitos de consumo.

4.4 Comparação do consumo de alimentos ultraprocessados antes e depois dos novos rótulos

Para responder ao terceiro objetivo específico desta pesquisa (“Comparar o hábito de consumo de produtos alimentícios ultraprocessados antes e depois dos novos rótulos”), temos a seguinte pergunta: “Ao se deparar com produtos com esses novos rótulos, qual a sua reação em relação à compra ou consumo?”. Diante da nova rotulagem, as pessoas responderam sobre suas reações e se houve uma nova relação entre a compra e o consumo dos alimentos ultraprocessados. Como esta situação poderia causar mais de uma reação, os respondentes puderam marcar mais de uma opção, sendo assim, temos os quantitativos das respostas (Quadro 4):

Quadro 4: Reações dos consumidores quanto aos novos rótulos

Reações	Votos
Pretendem de reduzir o consumo	57
Pretendem substituir alimentos com estes rótulos por produtos mais saudáveis, menos processados	46
Vão evitar o consumo, pois querem ter uma vida saudável	37
Vão substituir por produtos que contenham na embalagem “menos açúcar”, “menos sódio”, “menos gordura”	30
Vão evitar comprar tais produtos	22
Não há pretensão de deixar de consumir os alimentos que gostam	14
Não há pretensão de deixar de consumir, pois todos alimentos tem algo prejudicial, por exemplo: agrotóxicos	9
Não pensam sobre as consequências futuras	7
Vão continuar consumindo, porque o preço e a praticidade compensam	4

Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Santos *et al.* (2021), entendem que a nova rotulagem nutricional frontal facilita o processo de escolha alimentar, nota-se então que para uma grande parcela dos consumidores há uma tendência a reduzir, evitar ou substituir os produtos após a

tomada de consciência a partir destes rótulos e, com isso, a IN da Anvisa parece estar surtindo os efeitos esperados.

Uma maneira das indústrias alimentícias de se adaptar aos novos hábitos de consumo que estão surgindo é o lançamento de produtos com versões “mais saudáveis”, conforme anteriormente ilustrado na Figura 4. As equipes de marketing utilizam dessa redução de açúcar, ou sódio, por exemplo como um atrativo para o consumidor, criando *layouts* e estratégias que chamam a atenção e vendem uma ideia de um alimento adequado para quem procura uma dieta mais saudável.

Por outro lado, as empresas que já possuem produtos que não ultrapassam os valores estabelecidos, estão apostando também em estratégias para chamar atenção dos consumidores para isto. A Figura 7 mostra um produto em que na sua embalagem contém a seguinte informação “sem lupa de alto teor”.

Figura 7: Alimento ultraprocessado “sem rótulo de alto teor”



Fonte: Pesquisa própria (2024)

Por último, os consumidores participantes da pesquisa tiveram a oportunidade de falar sobre o que pensam sobre sua saúde e sobre o consumo de alimentos saudáveis ou ultraprocessados. Muitos respondentes relataram saber que esses alimentos não fazem bem para a saúde (“Minha saúde é o meu bem mais precioso, estou buscando melhorar a alimentação para ter mais qualidade de vida e viver melhor. Os ultraprocessados não são bons para saúde, por isso estou tentando evitá-los”); Alguns já enxergam as consequências desse alto consumo no presente (“Preciso melhorar minha alimentação, pois estou consumindo mais alimentos

ultraprocessados do que saudáveis o que vem me deixando com problemas como gastrite e refluxo”), e outras pessoas estão prevendo possíveis conseqüências (“Eu sei que alimentação é muito importante para minha saúde e mesmo que eu não veja na hora, verei no futuro o resultado da minha alimentação, pois sei que muito do que eu consumo não é saudável).

A consciência quanto a uma alimentação saudável foi observada que está em construção (“Faço refeições balanceadas, tento comer frutas e verduras sempre que possível. Evito ultraprocessados no dia a dia, principalmente por conta do baixo nível de nutrientes e excesso de conservantes e gorduras, por exemplo. De modo geral, tento manter minha saúde através de uma boa alimentação, acho muito importante pensar na qualidade de alimentos que ingerimos”), mesmo existindo barreiras (“Na minha percepção, o que conta das pessoas ainda não levarem o hábito de escolherem comidas mais saudáveis são os preços. Infelizmente no mercado atual, trocar todo o seu mercado para alimentos todos saudáveis pesa mais no bolso”).

Com a inserção dos rótulos, as pessoas ficaram mais atentas, e isso mostra a importância da informação e da transparência entre as indústrias e o consumidor (“Creio que se faz de extrema importância divulgar mais sobre essa temática. Alimentos ultraprocessados podem ocasionar muitos fatores prejudiciais a saúde humana. Esclarecer mais sobre os malefícios desses alimentos podem fazer pensar a questão do consumo e também como as comidas saudáveis pode ser muito benéficas para a saúde humana”).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O novo rótulo nutricional frontal no Brasil foi implementado pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) pela IN 75/2020, que entrou em vigor em outubro de 2022 e tem um prazo até outubro de 2024 para que os fornecedores façam as adequações nas embalagens dos alimentos, normalmente ultraprocessados. O objetivo é ajudar os consumidores a fazerem escolhas alimentares mais saudáveis, já que o excesso de alimentos ultraprocessados, estão associados a doenças crônicas como obesidade, diabetes, entre outras.

A nova rotulagem utiliza um símbolo de lupa para destacar alimentos que ultrapassam os limites da regulamentação e oferecem produtos com altos teores de açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio. O novo rótulo deve ser colocado na parte frontal da embalagem, facilitando, assim, a identificação rápida de alimentos menos saudáveis.

Essa mudança está em fase implantação nos rótulos das embalagens, e pensando nos hábitos e preferências alimentares dos brasileiros, esta pesquisa objetivou analisar os impactos da mudança dos rótulos dos alimentos ultraprocessados nas escolhas de compra e consumo de consumidores em João Pessoa, PB, fazendo um recorte inicial com 100 respondentes.

Os principais resultados apontam que as pessoas já não consomem esses alimentos com tanta frequência e que existe a construção de uma consciência voltada para uma alimentação saudável, porém ainda existem algumas barreiras identificadas, como praticidade, sabor, preço, entre outras. Os rótulos nutricionais frontais já são observados nas gôndolas dos mercados e causam impacto ainda moderado na hora da aquisição e consumo, sendo que muitos respondentes relataram que pretendem evitar, reduzir ou substituir os alimentos ultraprocessados, pensando em ter uma vida mais saudável. No entanto, nota-se que há um processo de transição em curso nos comportamentos de compra e consumo após a nova rotulagem frontal, pois ao serem questionados sobre os impactos, gerou-se 3 categorias a partir dos relatos. Categoria 1: os que deixaram (ou deixarão) de consumir estes produtos, buscando opções mais saudáveis, Categoria 2: os que não deixaram, nem deixarão de consumir e Categoria 3: os que estão criando uma conscientização sobre o assunto. Prezando a transparência entre as empresas e os consumidores, um próximo passo da ANVISA poderia ser sobre exigir também

informações de outros aditivos e conservantes que, apesar de estarem presentes na lista de ingredientes na tabela traseira das embalagens, não se tem muita informação sobre seus impactos na saúde.

A presente pesquisa trouxe dados importantes para entender os hábitos de consumo, mas é perceptível o quanto essa temática possui potencial para mais discussões, com intuito de entender esses hábitos e pensar em maneiras de ajudar o consumidor a fazer escolhas mais conscientes.

Uma limitação da pesquisa se reflete na pouca quantidade de amostra (100 respondentes) e que poderia ser ampliada em estudos futuros.

REFERÊNCIAS

BREU, Isabella Mota Santos; CABRAL, Ana Cristina Medeiros Moreira. ANÁLISE DA QUALIDADE NUTRICIONAL DE BOLOS ULTRAPROCESSADOS DIRIGIDOS AO PÚBLICO INFANTIL. **Saber Científico (1982-792X)**, v. 12, n. 2, p. 16-16, 2024.

ALMEIDA, Beatriz Tenório; MARIN, Tatiana. Mudança dos hábitos alimentares da população brasileira. **Revista Terra & Cultura: Cadernos de Ensino e Pesquisa**, [S.l.], v. 38, n. 74, p. 75-84, fev. 2022. ISSN 2596-2809. Disponível em: <<http://publicacoes.unifil.br/index.php/Revistateste/article/view/2456>>. Acesso em: 24 mar. 2024.

ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Rotulagem nutricional: definido prazo para uso de embalagens antigas. 10 de outubro de 2023. [Portal Gov.br]. Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias/2023/rotulagem-nutricional-definido-prazo-para-uso-de-embalagens-antigas>

BASÍLIO, Ana Isabele Cabral; SOUSA, Dhueycy Dyonatan Abreu de. Frequência de leitura e compreensão de rótulos de alimentos industrializados: uma revisão integrativa. 2020. 25f. Artigo (Graduação em Nutrição) – Centro Universitário Fametro, Fortaleza, 2020.

BONALUME, A. J.; ALVES, M. K.; CONDE, S. R. Consumo de alimentos ultraprocessados e estado nutricional de universitário. *Revista Destaques Acadêmicos*, Lajeado, v. 12, n. 3, 2020.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução-RDC nº 259, de 20 de setembro de 2002. Dispõe sobre Boas Práticas de Fabricação para Medicamentos. Diário Oficial da União, Brasília, DF, n. 220, p. 55, 23 set. 2002.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução da Diretoria Colegiada - RDC nº 429, de 8 de outubro de 2020. Dispõe sobre a rotulagem nutricional dos alimentos embalados. Diário Oficial da União, Brasília, DF, n. 202, p. 62-72, 9 out. 2020.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. (2023). Resolução da Diretoria Colegiada - RDC nº 819, de 9 de outubro de 2023. Diário Oficial da União, Brasília, DF, n. 193-B, p. 1, 10 out. 2023.

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

BRASIL. Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999. Define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária, cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, n. 21, p. 1, 27 jan. 1999.

BRASIL. Lei nº 11.346, de 15 de setembro de 2006. Cria o Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional - SISAN, com vistas em assegurar o direito humano à alimentação adequada e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, n. 185, p. 1, 16 set. 2006.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Instrução Normativa nº 75, de 8 de outubro de 2020. Estabelece os requisitos técnicos para declaração da rotulagem nutricional nos alimentos embalados. Diário Oficial da União, Brasília, DF, n. 202, p. 56-61, 9 out. 2020.

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

LIMA-FILHO, Dario de Oliveira et al. Escolha de alimentos: os fatores saudabilidade e bem estar e sensoriedade e prazer. Revista Pensamento e Realidade, v. 31, n. 3, 2016.

LOUZADA, M. L. C.; COSTA, C. d. S.; SOUZA; T. N., CRUZ, G. L. d.; LEVY, R. B.; MONTEIRO, C. A. Impacto do consumo de alimentos ultraprocessados na saúde de crianças, adolescentes e adultos: revisão de escopo. Cadernos de Saúde Pública, 2022.

MARTINELLI, Suellen Secchi; CAVALLI, S. B.. Alimentação saudável e sustentável: Uma revisão narrativa sobre desafios e perspectivas.. Cien Saude Colet [periódico na internet] (2018/Mai). [Citado em 15/07/2024]. Disponível em: <http://cienciaesaudecoletiva.com.br/artigos/alimentacao-saudavel-e-sustentavel-uma-revisao-narrativa-sobre-desafios-e-perspectivas/16794?id=16794>

MONTEIRO, C. A ; CANNON, G., LEVY, R. B. , MOUBARAC, J.C.; LOUZADA M. L.; RAUBER F., et al. Ultra-processed foods: what they are and how to identify them. Public Health Nutr. 2019;22(5):936-41. <https://doi.org/10.1017/S1368980018003762>

NOGUEIRA, José Geraldo et al. A embalagem como componente estratégico do marketing para lançamento do produto. **Caderno Profissional de Marketing**, v. 3, n. 1, 2015.

Organização Pan-Americana da Saúde Alimentos e bebidas ultraprocessados na América Latina: tendências, efeito na obesidade e implicações para políticas públicas. Brasília, DF: OPAS; 2018.

PETER, J. Paul; CHURCHILL JR, Gilbert A. Marketing: criando valor para os clientes. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

PINTO, J. R. R; COSTA, F. N. Consumo de produtos processados e ultraprocessados e o seu impacto na saúde dos adultos. Research, Society and Development, v. 10, n. 14. 2021.

PRIDE, W. M.; FERREL, O. C. Fundamentos de Marketing: conceitos e práticas. 6 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2015.

SANTOS, L. L. et al. Leitura dos rótulos nutricionais e o consumo excessivo de alimentos ultraprocessados: relato de experiência de oficina prática na Universidade Federal do Rio Grande do Sul. *Brazilian Journal of Health Review*, Curitiba, v.4, n.4, p. 18400-18419 jul./aug. 2021

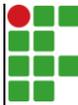
APÊNDICE

Instrumento de Coleta de Dados:

	Pergunta	Resposta
1	Qual o seu gênero?	Feminino Masculino Outro
2	Qual a sua idade?	
3	Qual a sua renda atual?	() Não possui renda () Até 1 salário mínimo (até R\$ 1.412) () 1 a 3 salários mínimos (Mais de R\$ 1.412 a R\$ 4.236) () 3 a 5 salários mínimos (Mais de R\$ 4.236 a R\$ 7.060) () 5 a 7 salários mínimos (Mais de R\$ 7.060 a R\$ 9.884) () Mais de 7 salários mínimos (Mais de R\$ 9.884)
4	Você costuma consumir produtos ultraprocessados?	() Sim () Não () Às vezes
5	Quais desses produtos costumam fazer parte da sua alimentação?	() Biscoitos recheados, chocolates, doces () Alimentos congelados: Lasanha, pizza, nuggets () Salgadinhos, batatinhas () Refrigerantes, energéticos, sucos de caixinha () Não costumo consumir produtos ultraprocessados
6	Com que frequência você costuma consumir produtos ultraprocessados citados anteriormente durante seu dia?	() 1 ou 2 vezes () 3 vezes ou mais () Não costumo consumir todos os dias () Nunca
7	Quais os fatores que te levam a consumir alimentos ultraprocessados?	() Praticidade () Sabor () Preço mais acessível () Gosto pessoal () Falta de informação sobre outras

		<p>opções</p> <p><input type="checkbox"/> Falta de tempo para preparar refeições saudáveis</p> <p><input type="checkbox"/> Indisponibilidade de substituição por alimentos mais saudáveis no momento do consumo</p> <p><input type="checkbox"/> Hábitos de consumo</p> <p><input type="checkbox"/> Não consumo alimentos Ultraprocessados</p>
8	<p>Você já notou que desde 2022, muitos alimentos têm uma nova informação na embalagem frontal? (conforme figura a seguir)</p> 	<p><input type="checkbox"/> Sim</p> <p><input type="checkbox"/> Não</p> <p><input type="checkbox"/> Não costumo prestar atenção nos rótulos</p>
9	<p>Após a nova rotulagem nutricional frontal, você deixou de consumir alimentos ultraprocessados? Me ajude a entender suas opiniões.</p>	
10	<p>Ao se deparar com produtos com esses rótulos, qual a sua reação em relação a compra ou consumo ? (pode marcar mais de uma alternativa)</p>	<p><input type="checkbox"/> Pretendo substituir alimentos com estes rótulos por produtos mais saudáveis, menos processados</p> <p><input type="checkbox"/> Vou substituir por produtos que contenham na embalagem “menos açúcar”, “menos sódio”, “menos gordura”</p> <p><input type="checkbox"/> Pretendo reduzir o consumo de ultraprocessados</p> <p><input type="checkbox"/> Vou evitar comprar tais produtos</p> <p><input type="checkbox"/> Vou evitar consumir, pois quero ter uma vida saudável</p> <p><input type="checkbox"/> Não pretendo deixar de consumir os alimentos que gosto</p> <p><input type="checkbox"/> Vou continuar consumindo, porque o preço e a praticidade compensam</p> <p><input type="checkbox"/> Não acredito nestas informações</p> <p><input type="checkbox"/> Não pretendo deixar de consumir, pois todos alimentos tem algo prejudicial, por exemplo: agrotóxicos ou transgênicos</p> <p><input type="checkbox"/> Não penso sobre as consequências futuras</p>

11	Me diga o que você pensa sobre sua saúde e sobre o consumo de alimentos saudáveis ou 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, Joao Pessoa (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0002-56 - Telefone: (83) 3612.1200

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

Entrega da Versão Final do TCC

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

Documento assinado eletronicamente por:

- **Marina Nogueira Cornélio, ALUNO (20201460006) DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO - JOÃO PESSOA**, em 27/09/2024 20:08:22.

Este documento foi armazenado no SUAP em 27/09/2024. 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: 1262178

Código de Autenticação: 60068246f0

