



Universidade de Brasília  
Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade  
Departamento de Administração

LUDMILA PEREIRA DA SILVA

**A INFLUÊNCIA DA PREOCUPAÇÃO COM A SAÚDE NO  
USO DE INFORMAÇÕES DOS RÓTULOS DE ALIMENTOS**

Brasília – DF

2016



Universidade de Brasília  
Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade  
Departamento de Administração

LUDMILA PEREIRA DA SILVA

## **A INFLUÊNCIA DA PREOCUPAÇÃO COM A SAÚDE NO USO DE INFORMAÇÕES DOS RÓTULOS DE ALIMENTOS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento de Administração  
como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Professora Orientadora: Eluiza Alberto de Moraes Watanabe

Brasília – DF

2016

LUDMILA PEREIRA DA SILVA

## **A Influência da Preocupação com a saúde no uso de informações dos rótulos de alimentos**

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de Conclusão do Curso de Administração da Universidade de Brasília da aluna

**Ludmila Pereira da Silva**

Doutora, Eluiza Alberto de Moraes Watanabe  
Professora-Orientadora

Mestranda, Thâmara Vilela  
Examinador

Mestranda, Nathália Melo  
Examinador

Brasília, 23 de junho de 2016.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus por ter me proporcionado saúde, coragem, sabedoria, força e capacidade para realizar este trabalho.

Agradeço especialmente aos meus pais, Leda e José, e ao meu irmão Diego por todo o apoio, paciência, incentivo, compreensão, ajuda, inspiração e por todo o amor dedicado a mim.

Agradeço à minha orientadora Eluiza por tudo. A atenção, a paciência, o entendimento, os ensinamentos, a disponibilidade, a dedicação e o auxílio foram de extrema importância durante minha jornada.

Agradeço às minhas amigas de curso por todo o companheirismo e ajuda durante esses quatro anos.

Agradeço à minha amiga Mariana pela ajuda, disponibilidade, apoio e incentivo que foram essenciais nesse processo.

Por fim, agradeço a todos que responderam os questionários da pesquisa. A colaboração foi fundamental.

## RESUMO

Essa pesquisa teve como objetivo principal analisar a influência que a preocupação com a saúde, por parte dos consumidores, tem sobre o uso de informações contidas nos rótulos de alimentos. Inicialmente, foi realizada uma revisão teórica sobre os conceitos de comportamento do consumidor e a preocupação com a saúde, e sobre a rotulagem de alimentos. Além disso, foi realizado um estado da arte sobre a rotulagem de alimentos e sua influência no comportamento do consumidor. O estudo possui caráter descritivo, corte transversal e abordagem quantitativa. A coleta de dados foi realizada, por meio de questionário, em cinco unidades de uma rede de supermercados e os respondentes foram abordados no estacionamento dos estabelecimentos. A amostra foi igual a 250 respondentes. A análise dos dados, por sua vez, foi feita por meio da análise estatística descritiva, análise fatorial exploratória e regressão linear e utilizou-se a ferramenta *SPSS* versão 20.0. No processo de regressão, foram analisadas três relações: 1) a relação entre preocupação com a saúde do consumidor e a frequência do uso de rótulos de alimentos, 2) a relação entre a preocupação com a saúde do consumidor e os tipos de informações buscadas nos rótulos dos produtos e 3) a relação entre a preocupação com a saúde do consumidor e os tipos de produtos observados. Os resultados demonstraram que apenas as duas primeiras regressões apresentaram relações positivas e significativas, porém baixas. Concluiu-se, assim, que a preocupação com a saúde exerce pouca influência na frequência do uso de rótulos de alimentos pelo consumidor ( $R^2= 1,8$ ) e nos tipos de informações buscadas nesses rótulos ( $R^2= 3,1$ ). A pesquisa auxiliou em uma maior compreensão sobre o comportamento dos consumidores de Brasília e no aprofundamento do estudo relacionado ao uso de rótulos de alimentos.

Palavras-chave: Comportamento do consumidor, Preocupação com a saúde, Rotulagem de alimentos, Brasília, Supermercado.

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1 – Resumo do Estado da Arte.....	23
Quadro 2 – Instrumento de pesquisa.....	27

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Dados demográficos.....	25
Tabela 2 - Análise Descritiva .....	32
Tabela 3 - Autovalores reais.....	33
Tabela 4 - Análise fatorial exploratória.....	34
Tabela 5 - Correlações.....	35
Tabela 6 - Regressão: Influência da preocupação com a saúde (item por item) na frequência de uso dos rótulos.....	35
Tabela 7 - Regressão: Relação entre a preocupação com a saúde e a Frequência do uso dos rótulos de alimentos .....	36
Tabela 8 - Regressão: Relação entre a preocupação com a saúde (item por item) e os Tipos de informações buscadas.....	37
Tabela 9 - Regressão: Relação entre a Preocupação com a saúde e os Tipos de informações buscadas.....	37
Tabela 10 - Regressão: Relação entre a preocupação com a saúde (item por item) e os Tipos de produtos observados.....	38
Tabela 11 - Regressão: Relação entre a Preocupação com a saúde e os Tipos de produtos observados.....	38

# SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	9
1.1	Objetivo Geral.....	11
1.2	Objetivos Específicos.....	11
1.3	Justificativa.....	11
2	REFERENCIAL TEÓRICO .....	13
2.1	O Comportamento do Consumidor e a Preocupação com a Saúde .....	13
2.2	Rotulagem de Alimentos .....	15
2.3	Estado da arte: rotulagem dos alimentos e sua influência no comportamento do consumidor.....	17
2.3.1	Foco de Análise.....	18
2.3.2	Características Metodológicas.....	18
2.3.3	Resultados dos estudos.....	19
2.3.4	Conclusões.....	22
3	MÉTODOS.....	26
3.1	Delineamento da pesquisa.....	26
3.2	População e Amostragem.....	27
3.3	Instrumento de pesquisa.....	29
3.4	Procedimentos de coleta e análise de dados .....	31
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	33
4.1	Análise Estatística Descritiva.....	33
4.2	Análise Fatorial Exploratória .....	35
4.3	Regressões Lineares.....	36
5	CONCLUSÕES.....	43
6	REFERÊNCIAS .....	45
	APÊNDICES.....	50
	Apêndice A – Questionário.....	50



# 1 INTRODUÇÃO

No Brasil e em outros vários países do mundo, o sobrepeso e a obesidade vem aumentando aceleradamente, e simultaneamente a isso, as doenças crônicas não transmissíveis. A principal causa é atribuída à alimentação inadequada (VINHOLES; ASSUNÇÃO; NEUTZLING, 2009). Segundo a Organização Mundial de Saúde (2014), mais de 39% dos adultos maiores de 18 anos estavam com sobrepeso em 2014 e 13% eram considerados obesos. No Brasil, de acordo com o Ministério da Saúde (2015), o sobrepeso atinge 52,5% da população adulta e 17,9% da população é obesa. Esses dados mostram a importância de se estudar o comportamento do consumidor frente à alimentação.

As estratégias de marketing podem influenciar o comportamento do consumidor diante da compra de alimentos (COLBY et al., 2010). As atividades mentais, emocionais e físicas que as pessoas realizam quando selecionam, compram, usam produtos e serviços para satisfazer seus desejos e suas necessidades definem o comportamento do consumidor (STATT, 1997). A presente pesquisa foi pautada em dois temas específicos: preocupação com a saúde e o uso de informações dos rótulos pelos consumidores. Observa-se que o comportamento declarado do consumidor será abordado no estudo.

O primeiro tema diz respeito à percepção e comportamento do indivíduo em relação às doenças e problemas causados pela alimentação inadequada. E o uso das informações pelos consumidores se refere à leitura e à consulta dos rótulos do produto para buscar dados a respeito da quantidade de caloria, ingredientes do produto, entre outras informações (AZMAN; SAHAK, 2014).

A demanda dos consumidores revela uma tendência de aumento na compra de alimentos que sejam saudáveis, como apontado por Tarabella e Burchi (2012). As indústrias alimentícias respondem a essa demanda por meio do desenvolvimento de produtos com ingredientes que tornam o alimento mais saudável. Entre os hábitos e comportamentos promotores da saúde, destacam-se os hábitos alimentares sendo que, a escolha de uma alimentação saudável depende, entre outros fatores, do acesso à informação nutricional dos alimentos (VIANA, 2002).

Dentre as estratégias de marketing adotadas pelas empresas, a rotulagem dos alimentos representa o primeiro contato do consumidor com o produto que está sendo comprado. O rótulo do alimento inclui qualquer descrição do alimento desde o nome da marca até as imagens contidas no produto (AZMAN; SAHAK, 2014).

A rotulagem nutricional pode ser definida como a descrição utilizada para informar o consumidor sobre as propriedades nutricionais dos alimentos, ajudando o indivíduo a comprar alimentos nutritivos e seguir uma alimentação balanceada. Para Azman e Sahak (2014), a rotulagem é a lista dos níveis de nutrientes que um determinado alimento apresenta. Segundo Cannoosamy, Pugo-Gunsam e Jeewon (2014), a rotulagem nutricional é um dos principais instrumentos que promove os hábitos alimentares saudáveis e seu objetivo é fornecer ao consumidor as informações nutricionais a respeito de um produto no momento da compra. Essas informações podem influenciar o comportamento de compra, pois permitem que o consumidor julgue se o alimento é saudável e assim, permite que ele faça escolhas mais conscientes. Nota-se que na presente pesquisa o uso de rótulos de alimentos será avaliado por meio de três variáveis: frequência do uso de rótulos de alimentos, tipos de informações buscadas e tipos de produtos observados.

A alimentação inadequada tem sido considerada como o responsável principal pelas doenças atuais (GARCIA, 1997) e, portanto a preocupação com a saúde por parte dos consumidores aumentou, bem como a consciência alimentar (KRISCHKE; TOMIELLO, 2009). Dessa forma, a rotulagem nutricional, como sendo uma importante fonte de informação, assume papel educativo por servir como instrumento para a educação em saúde e por expandir novas alternativas alimentares (MONTEIRO et al., 2005).

Nesse contexto, levando em consideração a preocupação com a própria saúde por parte do consumidor, devido aos hábitos alimentares inadequados, junto à forma como estes utilizam os rótulos nutricionais nas decisões de compras de alimentos, propõe-se a seguinte pergunta de pesquisa: A preocupação com a saúde, por parte dos consumidores, influencia o uso das informações contidas nos rótulos de alimentos?

## **1.1 Objetivo Geral**

O objetivo geral do trabalho é analisar a influência que a preocupação com a saúde, por parte dos consumidores, tem sobre o uso de informações contidas nos rótulos de alimentos.

## **1.2 Objetivos Específicos**

- 1) Identificar quais os segmentos de produtos alimentícios que os consumidores mais buscam informações nutricionais nos rótulos;
- 2) Identificar as principais informações buscadas pelos consumidores nos rótulos dos alimentos;
- 3) Identificar a relação entre a preocupação com a saúde do consumidor e a frequência do uso de rótulos de alimentos;
- 4) Identificar a relação entre a preocupação com a saúde do consumidor e os tipos de informações buscadas nos rótulos dos produtos;
- 5) Identificar a relação entre a preocupação com a saúde do consumidor e os tipos de produtos observados.

## **1.3 Justificativa**

O estudo do comportamento do consumidor tem adquirido grande importância nos últimos anos. Segundo Rocha e Barros (2006), o consumo promoveu novos modos dominantes de pensar este fenômeno nas pesquisas de marketing e, portanto, houve a ampliação do debate sobre o assunto desde os anos 1980. Considerando isso, a presente pesquisa contribuirá para a maior compreensão acerca do comportamento do consumidor.

Contribuirá também para o melhor entendimento deste comportamento do consumidor em relação à rotulagem dos alimentos e a preocupação com a saúde, gerando o avanço dos estudos nessa área e o possível delineamento de estudos

futuros, uma vez que não foi identificado nesta pesquisa nenhum estudo brasileiro que aborde esta questão. Vale ressaltar que, atualmente, boa parte dos indivíduos passaram a adotar uma nova consciência alimentar e, dessa forma, começaram a ter maior interesse em saber como, de onde e de que modo são produzidos e comercializados os alimentos (KRISCHKE; TOMIELLO, 2009), portanto verifica-se a importância da realização de pesquisas neste ramo.

Do ponto de vista gerencial, este estudo pode contribuir para as empresas entregarem maior valor para seus consumidores por meio de estratégias de formulação dos rótulos dos alimentos, da identificação das principais informações nutricionais buscadas pelos consumidores, da evidência dos principais segmentos de produtos nos quais essas informações são procuradas e do estudo sobre a rotulagem de alimentos.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 O Comportamento do Consumidor e a Preocupação com a Saúde**

O comportamento do consumidor é definido como um “tema que permite compreender a vida diária das pessoas, seu cotidiano e a maneira como se relacionam com produtos, serviços e com outras pessoas” (SERRALVO; IGNACIO, 2004). O comportamento do consumidor inicia-se pelo reconhecimento da necessidade.

Os consumidores demonstram na busca, compra, uso, avaliação e descarte de produto, serviços e ideias que eles esperam irão satisfazer suas necessidades. O estudo do comportamento do consumidor lida não apenas com o que os consumidores compram, mas também com os motivos pelos quais eles compram (SANTOS; TAVARES, 2011).

Ainda segundo os autores, o comportamento do consumidor diz respeito ao conhecimento e aprendizagem dos significados intrínsecos aos produtos pelos consumidores. Dessa forma, os autores defendem que a percepção dos consumidores possui influência sobre as estratégias desenvolvidas pelas empresas, uma vez que a tomada de decisões de compras destes é baseada no que percebem e não na realidade objetiva. Com base nisso, Secco, De Oliveira e Amorim (2014) postulam que o comportamento do consumidor desperta a necessidade, principalmente das empresas, em observar e estudar o que faz com que os consumidores comprem determinado produto, isto é, o processo de compra do consumidor, para, dessa forma, adaptar as estratégias de marketing a fim de atender as necessidades dos consumidores e, assim, garantir sua fidelização.

De acordo com os autores, o processo de compra do consumidor diz respeito ao processo de tomada de decisão deste a respeito da aquisição ou não de um determinado produto ou serviço, considerando a influência de inúmeras variáveis. Todo o processo abrange desde o momento de percepção da necessidade pelo consumidor até o momento pós-compra. Segundo Caro et al. (2011), os principais fatores que influenciam o comportamento de compra do

consumidor são: culturais, individuais, psicológicos e sociais. Além disso, segundo os autores, os consumidores também são influenciados pelo composto de marketing que inclui o produto, praça, preço e promoção, bem como pelo ambiente externo constituído de bases econômicas, políticas, culturais e tecnológicas.

Como foco da presente pesquisa, vale ressaltar que a rotulagem de alimentos é realizada devido a legislações que a regem, mas também é utilizada como estratégia de marketing para influenciar o comportamento do consumidor. Afinal, de acordo com Santos e Tavares (2011), os consumidores buscam por produtos que disponham de características saudáveis. Esta questão será abordada a seguir.

Os problemas de obesidade e sobrepeso têm tido seus índices elevados no decorrer dos anos em todo o mundo, principalmente no Brasil. Uma das principais causas para a ocorrência de tais doenças é a alimentação inadequada das pessoas (VINHOLES; ASSUNÇÃO; NEUTZLING, 2009). Garcia (1997) também apontou em seu estudo que, durante os últimos anos, a má alimentação tem sido apontada como uma das principais causas de doenças crônicas degenerativas e propulsora de riscos de vida, isto é, tem sido vista como um fator perigoso para a saúde. Ainda de acordo com o autor, o ser humano não possui apenas necessidades nutricionais a serem preservadas pela alimentação, mas também outras necessidades do ponto de vista sociocultural. Por esses motivos, o indivíduo tem tomado, pouco a pouco, consciência desses perigos e, portanto, tem passado a valorizar o estilo de vida saudável a fim de criar um novo gênero de vida regrada.

Seguindo o mesmo ramo, Din et al. (2011) mostram em seu estudo que os alimentos consumidos dentro ou fora de casa têm se tornado uma preocupação para as pessoas que os consomem. Estas não estão mais preocupadas apenas com a aparência dos produtos, mas também com as informações nutricionais que vêm atreladas às suas respectivas embalagens, isto é, estão adquirindo maior consciência a respeito da alimentação saudável. Também para Singla (2010), os consumidores estão se tornando mais conscientes em relação à alimentação e estão dando maior atenção à tríade “Dieta, saúde e doença”. Com isso, exigem informações detalhadas, exatas e confiáveis sobre os alimentos que consomem. Por conta disso, a alimentação saudável tem sido cada vez mais estudada pelo mundo acadêmico (DIN et al., 2011).

Roininen (1999) realizou em seu estudo a construção de uma escala que mede a importância da saúde e das características do gosto das comidas em relação a escolha alimentar. A escala é composta por três dimensões relacionadas a alimentação saudável, sendo a primeira “Preocupação geral com a saúde”, utilizada na presente pesquisa. O autor verificou em sua pesquisa que respondentes com alta preocupação com a saúde realizam escolhas alimentares mais saudáveis e menos prazerosas, o que indica que os consumidores estão mais dispostos a perder um pouco do prazer das comidas com o intuito de preservarem a saúde alimentar.

A manutenção da saúde está associada, principalmente, à adoção de comportamentos e o empenho dos indivíduos em realizá-los. O principal comportamento relacionado à busca pela preservação da saúde e, portanto, à prevenção das doenças diz respeito aos hábitos alimentares, uma vez que a alimentação saudável e racional – que relaciona as necessidades do organismo com o que o alimento de fato deve ter – é essencial para a criação de um estilo de vida mais saudável (VIANA, 2002). Neste contexto, estão inseridos os rótulos de alimentos responsáveis por apresentar informações que se constituem em uma importante fonte para auxiliar as escolhas alimentares dos indivíduos e promover o bem-estar da saúde dos consumidores (DE MELO SILVA, 2012). Este assunto será discutido no tópico seguinte.

## **2.2 Rotulagem de Alimentos**

Segundo a legislação brasileira (decreto-lei nº 986, 1969), o rótulo consiste em qualquer identificação que esteja expressa na embalagem de um determinado produto. É caracterizado por aspectos físicos, como tamanho, cor, formato, textura, contraste, dentre outros. Tais aspectos, bem como a familiaridade com o rótulo, constituem-se em determinantes responsáveis pela atenção que o indivíduo dá à embalagem do produto (BIALKOVA; TRIJP, 2010).

No Brasil, a rotulagem de alimentos está prevista no Código de Proteção ao Consumidor que garante aos consumidores o direito a informações úteis e confiáveis (LOBANCO, et al. 2009). Além disso, após a criação da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) – órgão responsável por sua regulação –, a

rotulagem de alimentos no Brasil se tornou obrigatória e ficou regulamentada pelas Resoluções da Diretoria Colegiada (RDC) 259/02<sup>a</sup> - referente ao estabelecimento de medidas e porções - e 360/03b – relacionada à definição de obrigatoriedade das rotulagens (LOBANCO, et al. 2009).

De acordo com o Manual de Orientação aos consumidores (Educação para o consumo saudável) criado pela Anvisa (2005, p.6), os rótulos representam a relação direta entre os consumidores e os produtos e, portanto, as informações contidas nesses rótulos precisam ser claras a fim de que a escolha dos alimentos seja a mais adequada possível. A rotulagem de alimentos é um meio pelo qual os consumidores adquirem conhecimento acerca do alimento que estão consumindo e que, para que seja válida, as informações contidas devem ser compatíveis com o que os consumidores precisam, além de ser de fácil compreensão (WANDEL, 1997)

Em relação à rotulagem nutricional especificamente, Grunert, Wills e Fernández-Celemín (2010) dissertam sobre sua importância para a escolha do alimento mais apropriado para os consumidores. Para eles, as informações nutricionais são atrativas pelos seguintes motivos: elas auxiliam a alimentação saudável do indivíduo, mantendo sua liberdade de escolha e reduzem os custos de busca de informações. Para Moraes (2010), a rotulagem das informações nutricionais demonstra extrema importância por estar relacionada diretamente com a saúde dos consumidores que são capazes de realizar a escolha do alimento mais adequado a partir dos ingredientes e suas quantidades. Isso ocorre devido ao fato de que os rótulos são utilizados como instrumentos de comunicação direta entre a empresa e o consumidor e como meio de informação que, como citado anteriormente, auxilia os consumidores a realizarem a melhor escolha do produto, isto é, alcançar o resultado ótimo na tomada de decisão de compra (FURNIVAL et al., 2009; MACHADO et al. 2008). A partir de tal comunicação direta, as empresas transmitem aos consumidores os benefícios de consumo de seus produtos alimentícios, e estes procuram saber mais sobre os alimentos que irão consumir (DOS SANTOS et al., 2013).

Em consonância, Cowburn e Stockley (2005) defendem que a rotulagem nutricional objetiva ajudar a tornar a seleção de alimentos mais compatível com escolhas saudáveis, uma vez que fornece informações sobre o teor de nutrientes dos alimentos aos consumidores. Ademais, segundo Baltas (2001), outra vantagem



da rotulagem nutricional é a capacidade que esta tem de influenciar a concorrência entre produtores acerca da qualidade dos nutrientes ali descritos, além de incentivar a melhoria da produção de alimentos com melhores nutrientes. Dessa forma, de acordo com Azman e Sahak (2014), tal instrumento é capaz de influenciar e mudar o consumo de produtos alimentícios, além de mudar o padrão de consumo do consumidor pelo deslocamento das escolhas não saudáveis para as saudáveis.

Diante disso, Cavada et al. (2012) discorrem que o principal determinante da saúde dos indivíduos é a alimentação e que o resultado positivo ou negativo daquela é influenciado, especialmente, pelas informações nutricionais adquiridas pelos consumidores. Dessa forma, os autores propõem a necessidade e a relevância de intervenções de educação nutricional, a fim de tornar os cidadãos aptos a interpretar os rótulos alimentares e, assim, realizarem a melhor escolha de alimentos verdadeiramente saudáveis.

### **2.3 Estado da arte sobre a rotulagem dos alimentos e sua influência no comportamento do consumidor**

A fim de compreender melhor os estudos sobre rotulagem de alimentos e sua influência no comportamento do consumidor brasileiro, realizou-se uma pesquisa bibliográfica a respeito deste tema.

Os estudos foram coletados por meio das bases de dados Google Acadêmico e Periódicos CAPES. As palavras-chave utilizadas para orientar a busca foram: “Rotulagem”, “Rotulagem de alimentos” e “Comportamento do consumidor”, de forma individual e combinada. Ademais, a pesquisa dos estudos foi orientada para o período de tempo entre 2008 e 2015, no Brasil.

Ao final, foram identificados somente 14 (catorze) estudos referentes ao período determinado. Os anos que tiveram o maior número de publicações (3) de estudos foram: 2011, 2012 e 2013, seguidos de 2008, com 2 publicações. Na classificação da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), o Qualis, quatro artigos foram publicados em periódico tipo B4, dois em tipo B2, dois em tipo B1 e apenas um em uma revista B3. Os periódicos com maior

publicação foram: “Brazilian Journal of Food Technology”, Revista Verde De Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável e Revista Panamericana de Salud Pública, todos com 2 artigos publicados. Cinco artigos não foram publicados em periódicos classificados pela CAPES. Isso mostra a incipiência dos estudos.

Os artigos foram analisados de acordo com: 1) Foco de análise; 2) Características metodológicas e 3) Resultados obtidos.

### **2.3.1 Foco de Análise**

No que diz respeito ao foco de análise, foram identificados nos estudos os principais fenômenos abordados e avaliados, que serviram de base para a construção do referencial teórico e para o problema de pesquisa.

Os principais pontos abordados nos estudos foram: Hábito de leitura dos rótulos de produtos alimentícios (1), a influência das informações nutricionais apresentadas na rotulagem de alimentos sobre o comportamento de compra do consumidor e 2) a comparação entre as informações expressas nos rótulos das embalagens dos produtos e a legislação correspondente (3).

Dos catorze estudos selecionados, **seis** abordam principalmente o primeiro ponto (Hábito de leitura), **quatro** abordam o segundo ponto (influência da rotulagem de alimentos sobre o comportamento de compra dos consumidores) e os outros **quatro** dizem respeito ao terceiro ponto (comparação entre as informações dos rótulos e as estabelecidas pela legislação).

### **2.3.2. Características Metodológicas**

Este tópico abordará as principais características metodológicas encontradas nos estudos, em três momentos: natureza do estudo, técnicas de coleta de dados e recorte temporal.

No que diz respeito à natureza do estudo, 2 estudos utilizaram apenas a abordagem quantitativa, 4 fizeram uso da abordagem qualitativa e os outros 8 estudos restantes mesclaram as abordagens quantitativa e qualitativa.

Os dois estudos quantitativos (BENDINO, et al. 2012; DE MARCHI, et al. 2011) realizaram a coleta de dados através da aplicação de questionários. Dentre os

4 estudos predominantemente qualitativos, 3 utilizaram a observação como técnica de coleta e 1 (CÂMARA, et al. 2008) fez uso da análise de conteúdo. Em relação aos estudos que mesclaram as abordagens, 2 (FURNIVAL; PINHEIRO, 2009; DE ANDRADE et al. 2013) dentre os 8 estudos promoveram a realização de grupos focais e aplicaram questionários. Apenas 1 estudo (SOUZA et al. 2011) realizou entrevista, observação e aplicou questionários. Os demais estudos qualitativos/quantitativos realizaram entrevistas e aplicação de questionários.

Vale ressaltar que dos oito estudos de natureza qualitativa e quantitativa, cinco fazem parte da categoria de artigos que abordaram o assunto de hábito de leitura dos rótulos de alimentos. Os dois restantes se encaixam na categoria de influência dos rótulos sobre o comportamento de compra dos consumidores. Em relação aos estudos qualitativos, três dos quatro observados fazem parte da categoria do assunto relacionado à comparação entre informações dos rótulos e às estabelecidas pela legislação. Apenas um estudo qualitativo se encaixa na categoria de hábito de leitura. Os dois estudos quantitativos, por sua vez, se inserem na categoria de influência dos rótulos sobre o comportamento de compra dos consumidores.

Em relação ao recorte temporal, apenas um (CÂMARA, et al. 2008) realizou uma análise de conteúdo dentro de um período de 17 anos (1987-2004), os demais foram estudos transversais.

### **2.3.3 Resultados dos estudos**

Esta seção apresentará os principais resultados obtidos por cada estudo selecionado para a pesquisa bibliográfica.

Os principais tópicos abordados pelos estudiosos são: questão do hábito de leitura dos rótulos de alimentos, a compreensão desta pelos consumidores, a influência no momento da compra e as principais informações observadas nos rótulos.

Furnival e Pinheiro (2009) buscaram analisar o hábito de leitura dos rótulos e a compreensão deste por parte dos consumidores. Ao final do estudo realizado com a aplicação de questionários em supermercados inicialmente elaborado por grupos focais, os principais resultados obtidos foram que a maioria dos respondentes (93%) realiza a leitura dos rótulos, pelo menos de vez em quando.

Os 7% restantes apresentaram os principais motivos para a não leitura dos rótulos: não entendimento, falta de interesse, preocupação apenas com o preço e confiabilidade na marca. Para aqueles que leem os rótulos, as principais informações buscadas são a data de validade e o valor nutricional. No entanto, a maioria dos respondentes afirmou que as informações contidas na rotulagem não são compreensíveis, por conta, por exemplo, de símbolos e palavras técnicas.

O estudo de Da Silva (2013) objetivou analisar os determinantes da leitura de rótulos alimentares de pães de forma, bem como entender o hábito de leitura dos rótulos e as principais informações almejadas pelos consumidores. Através da aplicação de questionários e da realização de entrevistas, a autora obteve como resultado que as pessoas do sexo feminino são as que possuem mais o hábito de ler os rótulos alimentares. Em relação às informações, verificou-se que a data de validade é a mais procurada pelos consumidores no momento da leitura. Os principais motivos listados para a leitura da rotulagem alimentar são a preocupação com a saúde e com a qualidade do produto; e o desconhecimento da marca.

De Andrade et al. (2013) realizaram um estudo a fim de avaliar as percepções de consumidores acerca de produtos alimentícios e seus riscos. Com a realização de grupos focais, chegou-se à conclusão de que os consumidores demonstram preocupação acerca dos riscos relacionados à contaminação.

O estudo de Câmara et al. (2008) visou analisar a produção acadêmica de 49 artigos acerca da rotulagem de alimentos. Através da análise de estudos, identificou-se como temas mais presentes nos estudos: a “inadequação na rotulagem de alimentos, influência da rotulagem sobre os consumidores e a polêmica em torno da rotulagem dos OGMs (Organismos geneticamente modificados) como focos centrais” (CÂMARA, et al. 2008). A respeito do primeiro, verificou-se que a maioria dos rótulos alimentares apresentam inadequações.

O estudo de Bendino, Popolim e Oliveira (2012) teve como principal objetivo analisar a interpretação e utilização das informações dos rótulos pelos consumidores de dois supermercados no município de Taboão da Serra. A partir da aplicação de questionários, verificou-se que os consumidores demonstram interesse nas informações dos rótulos, sendo o prazo de validade a mais buscada, conforme verificado também no estudo de Furnival e Pinheiro (2009). Outro resultado obtido foi o de que a maior parte dos consumidores possui dificuldade de entendimento das informações disponibilizadas nos rótulos, bem como dificuldade em seu uso.

Giehl (2008) buscou, através de sua pesquisa, analisar a influência das informações nutricionais contidas nos rótulos na intenção de compra dos consumidores. Após a realização de entrevistas e aplicação de questionários, verificou-se que o momento da compra é quando se realiza a maior parte das consultas às informações presentes nos rótulos e que os consumidores consideram tais informações importantes para a escolha de um alimento saudável.

Souza et al. (2011) procuraram observar a consulta dos rótulos por parte dos consumidores e a importância deles. A partir da realização de entrevistas, verificou-se que 96,8% dos respondentes consideram as informações nutricionais importantes, apesar de 46,6% compreenderem parcialmente o que é declarado nos rótulos. Outra conclusão importante do estudo foi a verificação de que quanto maior a renda e o nível de escolaridade, maior a probabilidade do consumidor consultar os rótulos dos alimentos. Por outro lado, os principais motivos do restante dos respondentes não consultarem os rótulos são: falta de hábito e interesse, falta de tempo, não confiança nas informações e ilegibilidade.

Para Marins e Jacob (2015), o foco principal da pesquisa foi entender o nível de compreensão dos consumidores sobre os rótulos dos produtos. Realizada a pesquisa quanti e qualitativa, verificou-se que 61% dos consumidores relataram possuir o hábito de ler os rótulos e que, dentre esses, 36,9% apenas o leem quando não conhecem o produto. Os que afirmaram não possuir o hábito da leitura alegaram os seguintes motivos: falta de interesse, informações não legíveis, confiança na marca e desconfiança da credibilidade das informações (tema abordado em outros estudos). Novamente, a data de validade ficou no topo das informações mais lidas pelos consumidores. Um resultado de extrema relevância diz respeito à confiança das informações; 24% afirmaram não confiar. De acordo com os autores, tal resultado expressa o fato de os rótulos serem vistos mais como instrumentos de marketing do que com ferramentas de auxílio à educação alimentar dos consumidores.

O estudo de Cavada, Paiva, Helbig e Borges (2012) também buscou analisar o hábito de leitura e o conhecimento das informações nutricionais dos rótulos pelos consumidores. Após a realização da pesquisa através de questionários, constatou-se que a maior parte dos consumidores possui o hábito de ler os rótulos de alimentos e que tal leitura tem forte influência no momento da compra.

Em relação ao comportamento do consumidor frente às informações nutricionais de alimento lácteos, o estudo de De Marchi, Rezende-Iago e Pachemshy (2011) demonstrou, como os outros estudos, que a maior parte dos consumidores tem o hábito de ler os rótulos dos alimentos e que, dentre estes, a maioria possui alto nível de escolaridade. As informações mais lidas são o prazo de validade e as informações nutricionais.

Em viés diferente dos demais, De Melo Silva et al. (2012) realizaram um estudo a fim de comparar as informações contidas nos rótulos de alimentos com aquelas previstas na legislação. A partir da realização da pesquisa, constatou-se que há a existência de diversas inadequações nas informações nutricionais dos rótulos dos alimentos. Como alternativa, os autores sugerem a necessidade da criação de estratégias que visem à educação nutricional dos consumidores a fim de que consigam compreender as informações dos rótulos no momento da compra.

O estudo de Braga, Abreu e Chaud (2011) também propôs verificar a relação entre as informações contidas nos rótulos de alimentos diet e light e aquelas vigentes na legislação. Novamente, os resultados demonstraram inúmeras irregularidades em relação à legislação prevista.

Dos Santos et al. (2013) e Moraes et al. (2010) analisaram as informações nutricionais dos rótulos de biscoitos cream cracker água e sal – e sopas industrializadas para o primeiro estudo - em relação à legislação RDC 360/2003 e também verificaram a presença constante de irregularidades nos rótulos de alimentos.

#### **2.3.4 Conclusões**

A partir da pesquisa bibliográfica foi possível identificar e descrever as pesquisas sobre rotulagem de alimentos e o comportamento do consumidor no contexto brasileiro.

Os 14 estudos identificados e selecionados compreenderam o período de 2008 a 2015, sendo todos realizados no Brasil. Em relação às características metodológicas, a maior parte dos estudos apresentou abordagem qualitativa-quantitativa, realizados com uso de entrevistas/grupos focais e aplicação de questionários.

Em relação ao comportamento do consumidor associado à rotulagem de alimentos, foram analisadas quatro variáveis: hábito de leitura dos rótulos, a compreensão das informações pelos consumidores, a influência no momento da compra e as principais informações observadas. De acordo com os estudos, a maioria dos consumidores tem o hábito de ler os rótulos no momento da compra do produto. No que diz respeito à compreensão das informações, notou-se que, apesar de haver o hábito de leitura, muitos consumidores consideram as informações incompreensíveis.

No que diz respeito ao momento de leitura dos rótulos de alimentos, verificou-se que, de fato, as consultas a estes acontecem enquanto a compra dos alimentos é realizada, fato este que auxilia na escolha do melhor produto. As principais informações observadas nos rótulos foram: prazo de validade e informações nutricionais.

Outro aspecto abordado foi à questão da irregularidade de rótulos de produtos alimentícios. De acordo com os estudos realizados, inúmeras informações contidas nos rótulos apresentam irregularidades se comparadas ao que foi estabelecido pela legislação.

Por fim, a partir da análise dos estudos aqui apresentados, verificou-se que nenhum deles abordou a relação existente entre a preocupação com a saúde e o uso de informações dos rótulos de alimentos por parte dos consumidores, o que torna possível constatar que há uma lacuna presente na literatura. Dessa forma, considerando a relevância atual de doenças causadas em grande parte pela alimentação inadequada, o trabalho propõe o estudo desta lacuna literária.

Quadro 1 – Resumo do Estado da Arte

<b>Autor(es) dos artigos</b>	<b>Foco de Análise</b>	<b>Abordagem</b>	<b>Recorte Temporal</b>	<b>Principais resultados/conclusões</b>
Bendino et al., 2012.	Influência dos rótulos sobre o comportamento de compras do consumidor.	Quantitativo	Transversal	- Informação mais buscada: data de validade  - Dificuldade no

				entendimento das informações dos rótulos.
De Marchi et al., 2011.	Influência dos rótulos sobre o comportamento de compras do consumidor.	Quantitativo	Transversal	- Hábito de leitura - Informações mais buscadas: validade e informações nutricionais.
Câmara et al., 2008	Hábito de leitura	Qualitativo	Longitudinal	- Inadequações nos rótulos de alimentos - OGMs
Furnival e Pinheiro, 2009.	Hábito de leitura	Qualiquantitativo	Transversal	- Hábito de leitura de rótulos. - Informações incompreensíveis
De Andrade et al., 2013.	Influência dos rótulos sobre o comportamento de compras do consumidor.	Qualiquantitativo	Transversal	- Alta preocupação acerca dos riscos de contaminação.
Souza et al., 2011.	Influência dos rótulos sobre o comportamento de compras do consumidor.	Qualiquantitativo	Transversal	- Informações nutricionais consideradas importantes. - Poucos compreendem direito o que é declarado nos rótulos.
Da Silva, 2013.	Hábito de leitura	Qualiquantitativo	Transversal	- Informação mais buscada: data de validade.



Dos Santos et al. (2013)	Comparação entre as informações dos rótulos e da legislação.	Qualiquantitativo	Transversal	- Inadequações nas informações contidas nos rótulos.
Giehl, 2008.	Hábito de leitura	Qualiquantitativo	Transversal	- Consultas dos rótulos realizadas no momento da compra.
Marins e Jacob, 2015.	Hábito de leitura	Qualiquantitativo	Transversal	- Hábito de leitura - Informação mais buscada: data de validade.
Cavada et al., 2012.	Hábito de leitura	Qualiquantitativo	Transversal	- Hábito de leitura
De Melo Silva et al. (2012)	Comparação entre as informações dos rótulos e da legislação.	Qualitativo	Transversal	- Inadequações nas informações contidas nos rótulos.
Braga et al., 2011.	Comparação entre as informações dos rótulos e da legislação.	Qualitativo	Transversal	- Inadequações nas informações contidas nos rótulos.
Moraes et al., 2010.	Comparação entre as informações dos rótulos e da legislação.	Qualitativo	Transversal	- Inadequações nas informações contidas nos rótulos.

Fonte: elaborado pela autora.

### **3 MÉTODO**

Nesta seção serão apresentadas as principais informações acerca da metodologia utilizada nesta pesquisa. A priori, foi realizado o delineamento da pesquisa. Em um segundo momento, foi feita a definição da população e amostra, seguida da definição do instrumento de pesquisa que foi utilizado. Por fim, foi realizada uma descrição dos procedimentos de coleta e análise de dados.

#### **3.1 Delineamento da pesquisa**

Segundo Gil (2010), a pesquisa é o meio pelo qual se procura encontrar uma ou mais respostas a determinado problema, isto é, obter e agregar conhecimento a respeito de lacunas existentes nas várias áreas de estudos. Ainda segundo o autor, o delineamento da pesquisa, por sua vez, diz respeito ao planejamento da pesquisa em seu sentido amplo.

A presente pesquisa caracteriza-se como descritiva que, de acordo com Gil (2010), possui como principal objetivo realizar a descrição das principais características de um determinado fenômeno, além de utilizar técnicas padronizadas. A abordagem utilizada foi a quantitativa. De acordo com Fonseca (2002), a pesquisa quantitativa possui como foco a objetividade dos dados que são passíveis de quantificação, além de proporcionar uma boa representação da realidade. O corte da pesquisa é transversal, uma vez que a coleta de dados foi realizada em um único período de tempo, isto é, as variáveis foram analisadas em apenas um momento (FREITAS et al. 2000).

A variável dependente “uso dos rótulos de alimentos” foi avaliada por meio de três variáveis, a saber: Frequência do uso de rótulos de alimentos, tipos de informações buscadas e tipos de produtos observados. A variável independente, por sua vez, foi a preocupação com a saúde.

### 3.2 População e Amostragem

A população interessada para a pesquisa eram consumidores de supermercados que realizavam compras para sua casa. No total, 250 moradores da cidade de Brasília, em especial dos bairros Asa Sul e Asa Norte, responderam o instrumento de pesquisa por meio da disponibilização deste em cinco unidades de uma rede de supermercados da cidade. A rede é uma das marcas de um grande varejista internacional e é considerada *premium* por oferecer uma ampla diversidade de produtos, dos mais simples aos mais aprimorados. É bastante conhecida em todo o país, assim como no Distrito Federal, onde possui, no total, 11 unidades. A escolha dessa rede de supermercados deveu-se ao fato de ser popular entre os moradores e por ter grande participação de mercado, principalmente no Plano Piloto da cidade.

A amostra utilizada foi não probabilística por conveniência. Ela é realizada quando os elementos não possuem a mesma chance percentual de fazerem parte da amostra final. O tipo “por conveniência”, por sua vez, diz respeito à escolha dos indivíduos a partir da disponibilidade destes (FREITAS, et al. 2000).

A quantidade de respondentes obedeceu ao critério de poder estatístico definido por Cohen (1992). Essa análise explora a relação entre quatro variáveis envolvidas na inferência estatística: tamanho da amostra (N), critério de significância ( $\alpha$ ), tamanho do efeito da população ( $\omega$ ) e poder estatístico. Considerando o poder estatístico 0.8, o efeito médio de 0.25 e a significância de 0.05, a amostra seria de 120 indivíduos. No total, a pesquisa abordou 250 respondentes.

Tabela 1 – Dados demográficos.

Variáveis	Categoria	Frequência	%
Sexo	Feminino	169	67,6%
	Masculino	81	32,4%
Idade	Menos de 21	5	2%
	21-30	29	11,6%
	31-40	54	21,6%
	41-50	50	20%
	51-60	67	26,8%

	Mais de 60	45	18%
Estado Civil	Solteiro(a)	77	30,8%
	Casado(a)	128	51,2%
	Divorciado(a)	28	11,2%
	Viúvo(a)	5	2%
Grau de Escolaridade	Sem escolaridade	0	0%
	Nível Fund. incompleto	0	0%
	Nível Fundamental completo	5	2%
	Nível Médio incompleto	8	3,2%
	Nível Médio completo	41	16,4%
	Nível Superior incompleto	19	7,6%
	Nível Superior completo	109	43,6%
	Pós-Graduação <i>Latu Sensu</i>	53	21,2%
	Mestrado	10	4%
	Doutorado	5	2%
Renda Familiar Mensal	Nenhuma	0	0%
	Até 3 salários mínimos (até R\$ 2.640,00)	27	10,8%
	De 3 até 5 salários mínimos (de R\$ 2.640,00 até R\$ 4.400,00)	36	14,4%
	De 5 até 8 salários mínimos (de R\$ 4.400,00 até R\$ 7.040,00)	58	23,2%
	Acima de 8 salários mínimos (acima de R\$ 7.040,00)	125	50%

Fonte: Dados coletados.

Os dados demográficos foram organizados na Tabela 1, disposta acima. Das 250 pessoas que participaram da pesquisa, 169 são mulheres, contabilizando um total de 67,6%. Com relação à idade, 26,8% dos respondentes pertencem à categoria de 51 a 60 anos; 21,6% fazem parte da faixa etária de 31 a 40 anos e 20% se encaixam na categoria de 41 a 50 anos de idade. Quanto ao estado civil, os respondentes casados tiveram maior participação (51,2%), seguidos dos solteiros (30,8%). No que diz respeito ao grau de escolaridade, a maior porcentagem foi a de respondentes que finalizaram o nível superior (43,6%), em seguida a de

respondentes que cursaram a Pós-Graduação *Latu Sensu* (21,2%). Por fim, a maior parte dos respondentes possui renda familiar mensal acima de 8 salários mínimos (50%), enquanto que 23,2% possui renda entre 5 a 8 salários mínimos.

### 3.3 Instrumento de pesquisa

O instrumento de pesquisa utilizado para a realização da pesquisa foi um questionário estruturado com questões fechadas. Sua estrutura está dividida em três partes, a saber: Uso dos rótulos dos alimentos, preocupação com a saúde e dados sócio-demográficos. O Quadro 1 resume as variáveis e seus respectivos itens.

Quadro 2 – Instrumento de pesquisa

Variáveis	Itens
Uso do rótulo dos alimentos	Com que frequência você lê os rótulos de alimentos?
	Quais informações você mais busca nos rótulos?
	De quais segmentos de produtos alimentícios você mais busca informações nos rótulos?
Preocupação com a saúde	O fato de o alimento ser saudável tem pouco impacto nas minhas escolhas alimentares.
	Eu sou bastante exigente em relação ao quanto saudável é o alimento que eu como.
	Eu como o que eu gosto e não me importo muito com o fato do alimento ser saudável.
	É importante para mim que minha dieta tenha baixo teor de gordura.
	Eu sempre sigo uma dieta saudável e balanceada.
	É importante para mim que a minha dieta diária contenha muitas vitaminas e minerais.
	O fato de os lanches entre as principais refeições serem saudáveis não faz diferença para mim.
Eu não evito determinados tipos de alimentos, mesmo que eles possam	

	aumentar meu colesterol.
Dados sóciodemográficos	Sexo
	Idade
	Estado Civil
	Grau de Escolaridade
	Renda Familiar Mensal

Fonte: Elaborado pela autora

A primeira parte (Uso do rótulo dos Alimentos), conforme demonstrado no Quadro 1, foi composta por três questões de múltipla escolha. A questão 1 diz respeito à frequência de leitura dos rótulos por parte dos compradores e possui 5 opções de respostas, variando de “nunca” a “sempre”. A segunda questão é baseada no estudo de Singla (2010) e possui como objetivo avaliar as informações mais procuradas pelos consumidores. Em seu estudo, o autor cita algumas das informações mais solicitadas nos rótulos e que foram utilizadas para compor as opções de respostas desta questão. São elas: data de validade, ingredientes, informações nutricionais e selos de certificação. Por fim, a terceira questão procura saber quais segmentos de produtos alimentícios os consumidores mais buscam informações nutricionais nos rótulos. As opções de respostas foram construídas a partir dos segmentos de produtos encontrados e citados no estudo de Giehl (2008), a saber: cereais/pães/grãos, congelados, laticínios, biscoitos/bolos/petiscos, sorvetes, chocolates, refrigerantes e embutidos.

Para a segunda seção do questionário foi utilizada como base a escala elaborada por Roininem et al (1999), que mede a preocupação com a saúde por parte dos consumidores. A escala possui 8 itens que foram avaliados a partir da escala likert (1= Discordo Totalmente; 2= Discordo; 3= Não concordo/nem discordo; 4= Concordo; 5= Concordo Totalmente). O primeiro item da escala se refere ao impacto de alimentos saudáveis nas escolhas alimentares dos consumidores. O segundo avalia a exigência dos indivíduos em relação ao alimento saudável. O terceiro verifica se o consumidor consome ou não determinado alimento devido ao fato de ser saudável ou não. O quarto item, por sua vez, se refere ao teor de gordura. O quinto é sobre dieta. Em seguida, o sexto se relaciona às vitaminas e minerais. O sétimo, em contrapartida, avalia a percepção dos consumidores sobre lanches saudáveis e, por último, o oitavo item tem como foco principal o colesterol.

Como encerramento do questionário, destinou-se este espaço às questões relacionadas aos aspectos sócio-demográficos dos respondentes. As

variáveis analisadas foram: sexo, idade, estado civil, grau de escolaridade e renda familiar mensal.

Vale ressaltar que, para esta pesquisa, foram utilizadas três variáveis dependentes, a saber: Frequência do uso de rótulos de alimentos, Tipos de informações buscadas e Tipos de produtos observados que explicam o uso dos rótulos de alimentos. A primeira variável diz respeito à segunda questão do instrumento de pesquisa “Com que frequência você lê os rótulos de alimentos?”. A segunda variável está relacionada à terceira questão “Quais informações você mais busca nos rótulos?” e a terceira relaciona-se à quarta questão do instrumento “De quais segmentos de produtos alimentícios você mais busca informações nos rótulos?”. E a variável independente da pesquisa foi a preocupação com a saúde.

### **3.4 Procedimentos de coleta e análise de dados**

Os questionários foram aplicados aos consumidores de cinco unidades da rede de mercados previamente estabelecida. A coleta foi realizada da seguinte forma: ao saírem do estabelecimento, os consumidores foram abordados no estacionamento e questionados se teriam disponibilidade para preencherem o questionário. Vale ressaltar que a escolha dos respondentes foi feita por conveniência. O período de coleta dos questionários foi de 9 a 27 de abril de 2016; Os horários foram alternados e o tempo médio de resposta médio foi de cinco minutos.

Antes de dar início à análise de dados propriamente dita, foi feito o tratamento destes. Através dele, verificou-se apenas dois casos omissos que foram, no entanto, substituídos pela média. Em relação aos dados extremos, foram detectados quatro e, portanto, excluídos da amostra total. Assim, totalizaram 246 questionários válidos dos 250 originais

Após esse processo, a análise dos dados foi realizada em três etapas: Análise da Estatística Descritiva, Análise Fatorial Exploratória e Análise de Regressão Linear Múltipla. Para tanto, fez-se uso do *software* estatístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versão 20.0.

Como fase inicial da análise dados, foi executada a Estatística Descritiva. Segundo Silvestre (2007), a análise descritiva consiste na organização e descrição dos dados a partir da utilização de diversos métodos e possui como principal interesse medir as principais características de tais dados. De acordo com Toledo e Ovalle (1991), a estatística descritiva é necessária, uma vez que reduz as informações dos dados a fim de que seja possível interpretá-las da forma mais clara possível. Para a análise desta pesquisa foram verificadas as seguintes variáveis: mínimo, máximo, média, desvio padrão, variância, assimetria e curtose.

Em um segundo momento, foi realizada a análise fatorial exploratória. Segundo Pasquali (1999), a AFE consiste em um conjunto de técnicas estatísticas e faz uso de matrizes e análises multivariadas. Além disso, o autor aponta que essa análise é uma técnica estatística indispensável na validação de instrumentos psicológicos.

A análise de regressão linear, última etapa da análise de dados, tem como objetivo descrever, matematicamente, a relação entre duas variáveis (TOLEDO; OVALLE, 1991). Neste estudo, foi estudada a relação entre a variável independente “preocupação com a saúde” e as variáveis dependentes “frequência do uso dos rótulos de alimentos” “tipos de informações buscadas” e “tipos de produtos observados”.



## 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesta seção, serão apresentados e discutidos os resultados obtidos através da análise dos dados realizada em três etapas. Primeiramente, será demonstrada e detalhada a análise estatística descritiva dos dados, em seguida, a análise fatorial exploratória e, por fim, a regressão linear.

### 4.1 Análise Estatística Descritiva

A Análise da Estatística Descritiva foi realizada e está mostrada na Tabela 2. A fim de analisar a normalidade dos dados, foram calculados os valores de assimetria e curtose de cada variável da escala de preocupação com a saúde. Para que seja possível confirmar a normalidade dos dados, os valores de assimetria devem ser menores que 3 e os valores da curtose devem ser menores que 7. Os dois pressupostos foram atendidos. Os valores de assimetria variaram de -1,322 (Q1Escolha) a -,249 (Q5Dietasaudável) e os valores de curtose variaram de -,984 (Q5Dietasaudável) a ,911 (Q6Vitaminas), confirmando assim a normalidade.

Em seguida, foram analisados os valores de mínimo, máximo, média, desvio padrão e variância. Os valores mínimos e os valores máximos são iguais a 1,00 e 5,00, respectivamente. Considerando as informações da Tabela 2, verificou-se que o item Q1Escolha (“O fato de o alimento ser saudável tem pouco impacto nas minhas escolhas alimentares.”) apresentou a maior média, igual a 4,1301, enquanto que o item Q5 (“Eu sempre sigo uma dieta saudável e balanceada.”) apresentou a menor média, de valor igual a 3,1504. Em relação ao desvio padrão, o item Q8Colesterol (“Eu não evito determinados tipos de alimentos, mesmo que eles possam aumentar o meu colesterol.”) apresentou maior valor igual a 1,42417. Em contrapartida, o item Q6Vitaminas (“É importante para mim que a minha dieta diária contenha muitas vitaminas e minerais.”) apresentou o menor valor igual a 1,02984. Por fim, o item que obteve maior valor (2,208) da variância foi o Q8Colesterol (“Eu não evito determinados tipos de alimentos, mesmo que eles possam aumentar o meu colesterol.”) e o que apresentou menor valor (1,061) foi o item Q6Vitaminas (“É

importante para mim que a minha dieta diária contenha muitas vitaminas e minerais.).

Tabela 2 – Análise Descritiva

Variáveis	Mínimo	Máximo	Média	Desvio-Padrão	Variância	Assimetria	Curtose
Frequência	1,00	5,00	3,5447	1,22392	1,498	-,313	-,963
Q1Escolha	1,00	5,00	4,1301	1,25493	1,575	-1,322	,540
Q2Exigente	1,00	5,00	3,8089	1,22894	1,510	-,814	-,343
Q3Comogosto	1,00	5,00	3,6138	1,33755	1,789	-,710	-,696
Q4Gordura	1,00	5,00	3,7439	1,13005	1,277	-,920	,211
Q5Dietasaudável	1,00	5,00	3,1504	1,28323	1,647	-,249	-,984
Q6Vitaminas	1,00	5,00	3,8699	1,02984	1,061	-1,070	,911
Q7Lanches	1,00	5,00	3,7073	1,34760	1,816	-,685	-,847
Q8Colesterol	1,00	5,00	3,7073	1,42417	2,208	-,720	-,909

Fonte: Dados da pesquisa

Além disso, foram contabilizados os resultados referentes aos dois primeiros objetivos. Em relação ao primeiro objetivo específico, verificou-se que os três principais segmentos de alimentos que os consumidores mais buscam informações nutricionais nos rótulos são: 1) Laticínios, 2) Cereais/Pães e Grãos e 3) Produtos congelados. Os laticínios foram marcados 153 vezes, os cereais/pães e grãos 125 vezes e, por fim, os produtos congelados foram marcados 102 vezes.

Em relação ao segundo objetivo específico, foram identificadas quais as principais informações buscadas nos rótulos de alimentos pelos consumidores a data de validade, Informações nutricionais e Ingredientes. Foram contabilizadas 179 marcações para a data de validade, 109 para as informações nutricionais e 83 para os ingredientes.

## 4.2 Análise Fatorial Exploratória

Após a Análise da Estatística Descritiva, foi realizada a Análise fatorial exploratória com o intuito de validar, no Brasil, a escala de preocupação com a saúde elaborada por Roininem et al (1999). Inicialmente foi feito o cálculo do teste de Kaiser-Meyer-Olkin que indica a adequação de amostragem, e do teste de esfericidade de Barlett. O valor do KMO encontrado foi igual à 0,856, considerado um valor ótimo. O valor de significância encontrado para o teste de esfericidade de Barlett foi significativo e o valor qui-quadrado foi igual a 534,676. É possível, portanto, afirmar que os dados são fatorizáveis, isto é, é possível realizar a análise fatorial exploratória.

Para determinar o número de fatores extraídos foi utilizado o critério de Kaiser (autor valor>1). Pela Tabela 3, sugere-se que os itens são organizados em um único fator, isto é, apenas 1 fator foi extraído. Com esse resultado, aproximadamente 45% da variância dos dados é explicada.

Tabela 3 – Autovalores reais

Fator	Total	% de variância	% cumulativa
1	3,573	44,656	44,656
2	,934	11,671	56,327
3	,730	9,130	65,457
4	,724	9,051	74,508
5	,671	8,392	82,900
6	,521	6,511	89,411
7	,471	5,892	95,303
8	,376	4,697	100,000

Fonte: Dados da pesquisa

A partir disso, foi realizada a Análise Fatorial Exploratória (AFE) pelo método de extração Fatoração pelo Eixo Principal e com rotação oblíqua. É possível visualizar os resultados da AFE na Tabela 4.

Tabela 4 – Análise fatorial exploratória.

Variável	Fator 1
	Cargas fatoriais
Q1Escolha	0,410
Q2Exigente	0,681
Q3Comogosto	0,674
Q4Gordura	0,639
Q5Dietasaudável	0,621
Q6Vitaminas	0,659
Q7Lanches	0,593
Q8Colesterol	0,545

Fonte: Dados da Pesquisa

Pode-se verificar que a escala de preocupação com a saúde é composta por somente um fator (Preocupação com a saúde). Este resultado corrobora com o estudo de Pasquali (1999) que aponta que a análise fatorial busca explicar o maior número possível de variáveis por um número menor e, portanto, caso haja dois modelos, um de um fator e outro de dois fatores que expliquem igualmente, o de um fator deve ser o escolhido. O alfa de Cronbach, que mede a confiabilidade interna da escala, foi de 0,81, considerado muito bom.

Em seguida, seguiu-se para a análise da relação entre a preocupação com a saúde e o uso dos rótulos.

### 4.3 Regressões Lineares

Precedendo a realização dos cálculos de regressão linear, foi estudada a correlação entre cada item componente da escala de preocupação com a saúde e a frequência de leitura dos rótulos de alimentos a fim de verificar o grau de relacionamento entre essas variáveis. De acordo com os resultados mostrados na Tabela 4, apenas os itens Q2Exigente (“Eu sou bastante exigente em relação ao

quão saudável é o alimento que eu como.”) e Q5DietaSaudável (“Eu sempre sigo uma dieta saudável e balanceada.”) apresentaram correlação significativa ( $p$ -valor $<0,05$ ) com a frequência de leitura dos rótulos. Os valores foram de 0,145 e 0,15, respectivamente. As demais variáveis não apresentaram correlação significativa. Portanto, não foram apresentadas na Tabela 5.

Tabela 5 – Correlações de Pearson

Frequência de leitura dos rótulos	
Q2Exigente	,145*
Q5DietaSaudável	,150*

Fonte: Dados da pesquisa

Nota: \* Significativo considerando o  $p$ -valor $<0,05$ .

Em seguida, foram realizadas regressões lineares com o intuito de não só verificar se existe relacionamento entre as variáveis, como também mensurá-lo. Em um primeiro momento, a regressão foi feita para analisar a influência da preocupação com a saúde (item por item) na frequência do uso dos rótulos. Os resultados obtidos podem ser observados na Tabela 6.

Tabela 6 – Regressão: Influência da preocupação com a saúde (item por item) na frequência de uso dos rótulos

Modelo	Coeficientes Não Padronizados		Coeficientes Padronizados	T	P-Valor
	B	Erro Padrão	Beta		
Constante	3,132	,382		8,201	,000
Q1Escolha	-,121	,067	-,124	-1,790	,075
Q2Exigente	,111	,082	,112	1,352	,178
Q3Comogosto	,004	,077	,005	,058	,954

Q4Gordura	-,061	,086	-,056	-,705	,481
Q5DietaSaudável	,107	,075	,112	1,429	0,154
Q6Vitaminas	-,033	,097	-0,28	-,346	0,730
Q7Lanches	,094	,072	,104	1,312	,191
Q8Colesterol	,038	,063	,045	,608	,543

Fonte: Dados da pesquisa

Nota: \* Significativo considerando o p-valor<0,05.

Os resultados sugerem que nenhuma relação foi significativa, isto é, não foi possível afirmar a preocupação com a saúde influencia significativamente a variável frequência do uso dos rótulos de alimentos. Devido a isso, foi realizada uma segunda etapa de regressão, a fim de verificar se, de fato, não há relação significativa. Dessa vez, todos os itens foram agrupados, por meio da média aritmética, em apenas uma variável geral “Preocupação com a saúde”. Os resultados são mostrados na Tabela 7.

Tabela 7 – Regressão: Relação entre a preocupação com a saúde e a Frequência do uso dos rótulos de alimentos

Modelo	Coeficientes Não Padronizados		Coeficientes Padronizados	T	P-Valor
	B	Erro Padrão	Beta		
Constante	2,810	,355		7,918	,000
Preocupação	,198	,093	,135	2,121	,035

Fonte: Dados da pesquisa

Como observado na Tabela 7, esta regressão apresentou relação positiva ( $\beta = ,135$ ) e foi significativa, uma vez que o valor de p-valor encontrado foi menor que 0,05 ( $,035$ ). Contudo, esta relação é pequena, uma vez que o valor encontrado do  $R^2$  é igual a 0,018. Este resultado significa que a influência da variável preocupação com a saúde no uso de rótulos de alimentos é de apenas 1,8%. O mesmo processo

foi realizado considerando, desta vez, a variável “Tipos de informações buscadas” como variável dependente.

Tabela 8 – Regressão: Relação entre a preocupação com a saúde (item por item) e os Tipos de informações buscadas

Modelo	Coeficientes Não Padronizados		Coeficientes Padronizados	T	P-Valor
	B	Erro Padrão	Beta		
Constante	,895	,359		2,496	,013
Q1Escolha	-,069	,063	-,075	-1,095	,275
Q2Exigente	-,066	,077	-,070	-,852	,395
Q3Comogosto	,081	,072	,094	1,128	,261
Q4Gordura	,114	,081	,112	1,414	,159
Q5DietaSaudável	,114	,070	,127	1,624	,106
Q6Vitaminas	-,004	,091	-,003	-,041	,967
Q7Lanches	,028	,067	,033	,415	,678
Q8Colesterol	,024	,059	,029	,399	,690

Fonte: Dados da pesquisa

De acordo com os resultados da Tabela 8, novamente nenhuma variável apresentou relação significativa. Em seguida, foi realizada a regressão considerando a variável independente, Preocupação com a Saúde, como um só item geral. A Tabela 9 mostra que a relação entre as variáveis foi significativa. O  $R^2$  foi de 3,1%.

Tabela 9 – Regressão: Relação entre a Preocupação com a saúde e os Tipos de informações buscadas

Modelo	Coeficientes Não Padronizados		Coeficientes Padronizados	T	P-Valor
	B	Erro Padrão	Beta		
Constante	,703	,332		2,114	,035

Preocupação	,245	,087	,177	2,809	,005
-------------	------	------	------	-------	------

Fonte: Dados da pesquisa

Por fim, foi realizado mais um processo de regressão, dessa vez utilizando a variável “Tipos de produtos observados” como dependente. Como na análise anterior, essas regressões também não apresentaram relações significativas, conforme demonstrado na Tabela 10.

Tabela 10 – Regressão: Relação entre a preocupação com a saúde (item por item) e os Tipos de produtos observados

Modelo	Coeficientes Não Padronizados		Coeficientes Padronizados	T	P-Valor
	B	Erro Padrão	Beta		
Constante	2,698	,779		3,463	,001
Q1Escolha	-,090	,138	-,046	-,656	,512
Q2Exigente	,243	,168	,121	1,445	,150
Q3Comogosto	-,119	,156	-,064	-,762	,447
Q4Gordura	,125	,175	,057	,716	,475
Q5DietaSaudável	,095	,153	,049	,620	,536
Q6Vitaminas	-,246	,197	-,103	-1,248	,213
Q7Lanches	,172	,146	,094	1,175	,241
Q8Colesterol	-,179	,128	-,104	-1,400	,163

Fonte: Dados da pesquisa

Os resultados da regressão considerando a Preocupação com a Saúde como um item geral são mostrados na Tabela 11. A relação também não foi significativa, considerando o p-valor de 0,05.

Tabela 11 – Regressão: Relação entre a Preocupação com a saúde e os Tipos de produtos observados



Modelo	Coeficientes Não Padronizados		Coeficientes Padronizados	T	P-Valor
	B	Erro Padrão	Beta		
Constante	2,461	,722		3,407	,001
Preocupação	,039	,190	,013	,205	,837

Fonte: Dados da pesquisa

Os resultados obtidos a partir das regressões (Tabelas 6, 8 e 10) apontaram que nenhuma regressão realizada item por item da preocupação com a saúde apresentou influência significativa sobre as variáveis dependentes “frequência do uso dos rótulos de alimentos”, “tipos de informações buscadas” e “tipos de produtos observados”. No entanto, os resultados adquiridos a partir das duas primeiras regressões realizadas com a variável geral da preocupação com a saúde (Tabelas 7 e 9) apresentaram relações positivas e significativas, porém baixas. Dessa forma, verificou-se que a preocupação com a saúde exerce pouca influência na frequência do uso de rótulos de alimentos pelo consumidor ( $R^2= 1,8$ ) e nos tipos de informações buscadas nesses rótulos ( $R^2= 3,1$ ).

Duran et al. (2004) apontaram em seu estudo que um aumento na preocupação com a saúde não necessariamente vem acompanhada da preocupação com uma alimentação adequada. Essa situação pode ser explicada por três fatores: falta de orientação, recursos financeiros ou falta de informação. Apesar desta conclusão a respeito dos recursos financeiros, o autor aponta que mesmo classes sociais privilegiadas, com recursos suficientes para obter uma alimentação adequada não se preocupam com o ponto de vista nutricional e, portanto, mesmo com alto índice de preocupação com a saúde, acabam por procurar formas alternativas de manter a saúde em dia mesmo com hábitos alimentares inadequados, como por exemplo a prática de exercícios físicos.

No entanto, é válido ressaltar também que, em muitos casos, o fato do consumidor não aumentar a utilização dos rótulos de alimentos não implica que ele não possua preocupação em relação à saúde. Estudos ressaltam que grande parte dos consumidores não possui confiança na veracidade das informações contidas nos rótulos dos alimentos e/ou possui dificuldade na compreensão das informações

dispostas, devido à termos técnicos e ilegibilidade (FURNIVAL; PINHEIRO, 2009; BENDINO; POPOLIM; OLIVEIRA, 2012; MARINS; JACOB, 2015; SOUZA et al. 2011). Essas são possíveis explicações para a influência da preocupação com a saúde no uso de rótulos de alimentos ter apresentado baixo valor.

Como citado anteriormente, também foram obtidos os resultados referentes aos dois primeiros objetivos específicos da pesquisa. Como resposta ao primeiro objetivo, verificou-se que os três principais segmentos de alimentos que os consumidores mais buscam informações nutricionais nos rótulos são: 1) Laticínios, 2) Cereais/Pães e Grãos e 3) Produtos congelados. Os resultados encontrados se assemelham aos encontrados por Giehl (2008) em seu estudo. Verificou-se que esses três segmentos de produtos também são os mais observados pelos consumidores, com a diferença das posições no *ranking*.

Em relação ao segundo objetivo específico, foram identificadas como as principais informações buscadas nos rótulos de alimentos pelos consumidores a data de validade, Informações nutricionais e Ingredientes. Os resultados encontrados corroboram com os verificados por Singla (2010) em seu estudo, onde essas três informações lideram o *ranking* de mais procuradas pelos consumidores. A diferença encontrada diz respeito apenas à segunda e terceira posição que, segundo os resultados do autor, são trocadas.

## 5 CONCLUSÕES

Este capítulo apresentará as principais conclusões obtidas através da pesquisa, bem como suas contribuições e limitações. Também serão retomados os objetivos específicos e o objetivo geral. O presente estudo procurou responder à seguinte pergunta de pesquisa: A preocupação com a saúde, por parte dos consumidores, influencia o uso das informações contidas nos rótulos de alimentos?

A fim de alcançar o objetivo geral “analisar a influência que a preocupação com a saúde, por parte dos consumidores, tem sobre o uso de informações contidas nos rótulos de alimentos”, foram delimitados cinco objetivos específicos, a saber: 1) Identificar quais os segmentos de produtos alimentícios que os consumidores mais buscam informações nutricionais nos rótulos; 2) Identificar as principais informações nutricionais buscadas pelos consumidores nos rótulos nutricionais dos alimentos; 3) Identificar a relação entre a preocupação com a saúde do consumidor e a frequência do uso de rótulos de alimentos; 4) Identificar a relação entre a preocupação com a saúde do consumidor e os tipos de informações buscadas nos rótulos dos produtos e 5) Identificar a relação entre a preocupação com a saúde do consumidor e os tipos de produtos observados. Com o intuito de atingir os objetivos propostos, foram realizadas análises estatísticas descritivas, análise fatorial exploratória (AFE) e regressão linear, com base nos questionários colhidos.

No que diz respeito aos dois primeiros objetivos específicos, verificou-se que as principais informações buscadas pelos consumidores são a data de validade, informações nutricionais e ingredientes e que os principais grupos de produtos nos quais as informações são mais observadas são os laticínios, cereais/pães e grãos e produtos congelados.

Para atingir os objetivos específicos três, quatro e cinco fez-se uso da técnica de regressão linear. O cálculo foi realizado a fim de verificar três relações, a saber: 1) Preocupação com a saúde e a frequência do uso dos rótulos de alimentos; 2) Preocupação com a saúde e os tipos de informações buscadas e 3) Preocupação com a saúde e os tipos de produtos observados. Verificou-se a presença de relação significativa apenas nos dois primeiros itens, cujos  $R^2$  foram iguais a 1,8% e 3,1%, respectivamente. Dessa forma, conclui-se que a preocupação com a saúde exerce influência no uso de rótulos de alimentos, principalmente na frequência do uso e na

busca por informações nesses rótulos, porém a influência é mínima.

Quanto às contribuições, a pesquisa auxiliou na maior compreensão acerca do comportamento dos consumidores de Brasília e no aprofundamento do estudo relacionado ao uso de rótulos de alimentos, principalmente em relação às principais informações buscadas, bem como os principais segmentos de produtos nos quais os consumidores mais buscam tais informações. Além disso, não foi identificado na literatura brasileira nenhum estudo que relacionasse o uso de rótulos de alimentos por parte dos consumidores e a preocupação com a saúde. Vale ressaltar que a escala de Preocupação com a Saúde foi válida no contexto brasileiro.

Como limitação, a presente pesquisa foi realizada com base na técnica de amostragem não-probabilística por conveniência. Dessa forma, não é possível generalizar os resultados, uma vez que a amostra não representa a população de forma adequada. Outra limitação está relacionada ao fato da pesquisa ter sido realizada em apenas dois bairros da cidade de Brasília e em apenas cinco unidades de uma única rede de supermercado, o que não permite generalizações acerca do consumo de todos os consumidores em toda a cidade.

Diante das limitações apresentadas, recomenda-se a utilização da técnica de amostragem probabilística em estudos futuros. Além disso, aconselha-se que outros estudos façam uso de amostras maiores e que abranjam mais redes de supermercados e, se possível, outras cidades. Por fim, recomenda-se também a utilização de outras escalas mais atuais que avaliem a preocupação com a saúde.

## 6 REFERÊNCIAS

AMOS, C.; PENTINA, I.; HAWKINS, T.G.; DAVIS, N.; “Natural” labeling and consumer’s sentimental pastoral notion. *Journal of Product & Brand Management*, v.23, n.4/5, p. 268-281, 2014.

ANVISA. Rotulagem nutricional obrigatória: manual de orientação aos consumidores; educação para o consumo saudável. Brasília DF, 2005. Disponível em: <[http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/upload/saude/vigilancia\\_em\\_saude/arquivos/manual\\_consumidor.pdf](http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/upload/saude/vigilancia_em_saude/arquivos/manual_consumidor.pdf)>. Acesso em: 2 de novembro de 2015.

AZMAN, Norhidayah; SAHAK, Siti Zaleha. Nutritional Label and Consumer Buying Decision: A Preliminary Review. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, v. 130, p. 490-498, 2014.

BALTAS, George. Nutrition labelling: issues and policies. *European Journal of Marketing*, v. 35, n. 5/6, p. 708-721, 2001.

BENDINO, Nívea Izidoro; POPOLIM, Welliton Donizeti; OLIVEIRA, C. R. A. Avaliação do conhecimento e dificuldades de consumidores frequentadores de supermercado convencional em relação à rotulagem de alimentos e informação nutricional. *J Health Sci Inst*, v. 30, n. 3, 2012.

BIALKOVA, Svetlana; VAN TRIJP, Hans. What determines consumer attention to nutrition labels?. *Food Quality and Preference*, v. 21, n. 8, p. 1042-1051, 2010.

BRAGA, Milena; ABREU, Edeli; CHAUD, Daniela. Avaliação dos rótulos de alimentos diet e light comercializados em um empório da cidade de São Paulo (SP). *Rer. Simbio-Logias*, v.4, n.6, Dez/2011.

Brasil. Decreto Lei nº 986 de 21 de outubro de 1969. Institui normas básicas sobre alimentos. *Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil*. 21. out.

CÂMARA, Maria Clara Coelho et al. A produção acadêmica sobre a rotulagem de alimentos no Brasil. *Rev Panam Salud Publica*, v. 23, n. 1, 2008.

CANNOOSAMY, K.; PUGO-GUNSAM, P.; JEEWON, R. Consumer Knowledge and attitudes toward nutritional labels. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, v.46, n.5, p. 334-340, 2014.

CARO, Abrão; MAZZON, José Afonso; CAEMMERER, Barbara and WESSLING, Matthias. Inovatividade, envolvimento, atitude e experiência na adoção da compra on-line. *Rev. adm. empres.* [online]. 2011, vol.51, n.6, pp. 568-584. ISSN 0034-7590.

CAVADA, G. S. et al. Rotulagem nutricional: você sabe o que está comendo. *Braz J Food Technol*, v. 15, 2012.

COHEN, Jacob. Quantitative Methods in Psychology: A power primer. *Psychological bulletin*, v. 112, n. 1, p. 155, 1992.

COLBY, S.E.; JOHNSON, L.; SCHEETT, A.; HOVERSON, B. Nutrition Marketing on Food Labels. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, v.42, n.2, 2010.

COWBURN, Gill; STOCKLEY, Lynn. Consumer understanding and use of nutrition labelling: a systematic review. *Public health nutrition*, v. 8, n. 01, p. 21-28, 2005.

DA SILVA, Ágata Mafalda Cerqueira Bastos. Rotulagem alimentar: visualização e utilização pelo consumidor. 2013.

DE ANDRADE, Juliana Cunha et al. Percepção do consumidor frente aos riscos associados aos alimentos, sua segurança e rastreabilidade/Consumer perception of risks associated with food, safety and traceability. *Brazilian Journal of Food Technology*, v. 16, n. 3, 2013.

DE MARCHI, Patrícia Gelli Feres; DE REZENDE-LAGO, Naiá Carla Marchi; DE SOUZA PACHEMSHY, Juliana Aparecida. Hábito de leitura dos rótulos de alimentos lácteos por consumidores de supermercados em Sinop, MT. *Revista Eletrônica Interdisciplinar*, v. 2, n. 6, 2011.

DE MELO SILVA, Luzia Márcia et al. Avaliação da rotulagem de alimentos com base nos parâmetros nutricionais e energéticos. *Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável*, v. 7, n. 1, 2012.

DIEZ GARCIA, Rosa Wanda. Representações sociais da alimentação e saúde e suas repercussões no comportamento alimentar. **Physis (Rio J.)**, v. 7, n. 2, p. 51-68, 1997.

DIN, Norina et al. Nutritional labelling in Malaysian full service restaurant menu. 2011

DOS SANTOS, Camilla Mendes. Avaliação da informação nutricional contida nos rótulos de biscoitos água e sal, sopas industrializadas. *Informativo Técnico do Semiárido*, v. 7, n. 1, p. 209-216, 2013.

DURAN, A.C.F.L., LATORRE, M.R.D.O., FLORINDO, A.A., JAIME, P.C. Correlação entre consumo alimentar e nível de atividade física habitual de praticantes de exercícios físicos em academia. *R. bras. Ci.e Mov.* 2004; 12(3): 15-19.

FONSECA, J. J. S. *Metodologia da pesquisa científica*. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

FREITAS, Henrique et al. O método de pesquisa survey. *Revista de Administra&ccedil; ão da Universidade de São Paulo*, v. 35, n. 3, 2000.

FURNIVAL, Ariadne Chloe; PINHEIRO, Sonia Maria. O público e a compreensão da informação nos rótulos de alimentos: o caso dos transgênicos The public's understanding of information on food labels: the case of GM. *RDBC*, v. 7, n. 1, 2009.

GARCIA, Rosa Wanda Diez. Representações sociais da alimentação e saúde e suas repercussões no comportamento alimentar. *PHYSIS: Revista de Saúde Coletiva*, v. 7, n. 2, p. 51-68, 1997.

GIEHL, Raquel Bernardon Toigo. A importância das informações nutricionais nos rótulos de alimentos na intenção de compra do consumidor. 2008.

GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. In: *Métodos e técnicas de pesquisa social*. Atlas, 2010.

GRUNERT, Klaus G.; WILLS, Josephine M.; FERNÁNDEZ-CELEMÍN, Laura. Nutrition knowledge, and use and understanding of nutrition information on food labels among consumers in the UK. *Appetite*, v. 55, n. 2, p. 177-189, 2010.

KRISCHKE, Paulo J.; TOMIELLO, Naira. O comportamento de compra dos consumidores de alimentos orgânicos: um estudo exploratório. *Cadernos de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências Humanas*, v. 10, n. 96, p. 27-43, 2009.

LOBANCO, Cássia Maria et al. Fidedignidade de rótulos de alimentos comercializados no município de São Paulo, SP. *Rev Saúde Pública*, v. 43, n. 3, 2009.

MACHADO, Sérly Santiago et al. Comportamento dos consumidores com relação à leitura de rótulo de produtos alimentícios. *Alimentos e Nutrição Araraquara*, v. 17, n. 1, 2008.

MARINS, Bianca Ramos; DO COUTO JACOB, Silvana. Avaliação do hábito de leitura e da compreensão da rotulagem por consumidores de Niterói, RJ. *Vigilância Sanitária em Debate: Sociedade, Ciência & Tecnologia*, 2015.

MEIDAN, Arthur; EDRIS, Thabet A. Nutrition label usage: behaviour in food choice decisions. *British Food Journal*, v. 92, n. 8, p. 14-22, 1990.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. Vigitel 2014: Obesidade estabiliza no Brasil, mas excesso de peso aumenta, 2015. Disponível em: <<http://portalsaude.saude.gov.br/index.php/o-ministerio/principal/secretarias/svs/noticias-svs/17455-obesidade-estabiliza-no-brasil-mas-excesso-de-peso-aumenta>> Acesso em 26 de abril 2015.

MONTEIRO, Renata Alves; COUTINHO, Janine Giuberti; RECINE, Elisabetta. Consulta aos rótulos de alimentos e bebidas por freqüentadores de supermercados em Brasília, Brasil. *Rev Panam Salud Publica*, v. 18, n. 3, p. 172-7, 2005.

MOON, Wanki; BALASUBRAMANIAN, Siva K.; RIMAL, Arbindra. Health claims and consumers' behavioral intentions: The case of soy-based food. *Food Policy*, v. 36, n. 4, p. 480-489, 2011.

MORAES, Georgia Maciel Dias de et al. Avaliação da informação nutricional contida nos rótulos de biscoitos do tipo cream cracker. In: V CONNEPI-2010. 2010.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. *Overweight and Obesity*, 2014. Disponível em: < [http://www.who.int/gho/ncd/risk\\_factors/overweight/en/](http://www.who.int/gho/ncd/risk_factors/overweight/en/)> Acesso em: 26 abril 2015.

PASQUALI, L. Instrumentos psicológicos: Manual Prático de Elaboração. Laboratório de Pesquisa em Avaliação e Medida- Instituto de Psicologia, Universidade de Brasília, 1999.

ROCHA, Everardo; BARROS, Carla. Dimensões culturais do marketing: teoria antropológica, etnografia e comportamento do consumidor. *Revista de Administração de Empresas*, v. 46, n. 4, p. 1-12, 2006.

ROININEN, Katariina; LÄHTEENMÄKI, L.; TUORILA, Hely. Quantification of consumer attitudes to health and hedonic characteristics of foods. *Appetite*, v. 33, n. 1, p. 71-88, 1999.

SANTOS, Tony Moreira; TAVARES, Mauro Calixta. Comportamento do consumidor: um estudo dos principais atributos que determinam a escolha de sucos ou refrigerantes de uma Instituição de Ensino Superior de Belo Horizonte. *RACE-Revista de Administração, Contabilidade e Economia*, v. 10, n. 1, p. 129-150, 2011.

SECCO, Carlos Frederico Cruz; DE OLIVEIRA, Elda Messias; AMORIM, Rafael Martins. Comportamento do consumidor: fatores que determinam o processo de compra no mercado varejista em palmas-to. *Revista Científica do ITPAC, Araguaína*, v.7, n.3, Pub.4, Julho 2014

SERRALVO, Francisco Antonio; IGNACIO, Cláudia Pereira. O comportamento do consumidor de produtos alimentícios: um estudo exploratório sobre a importância das marcas líderes. *VII SEMEAD*, 2004.

SILVESTRE, António. *Análise de dados e estatística descritiva*. Escolar editora, 2007.

SINGLA, Manisha. Usage and understanding of food and nutritional labels among Indian consumers. *British Food Journal*, v. 112, n. 1, p. 83-92, 2010.

SOUZA, Sônia Maria Fernandes da Costa et al. Utilização da informação nutricional de rótulos por consumidores de Natal, Brasil. *Rev. panam. salud pública*, v. 29, n. 5, 2011.

STATT, D. A. *Understanding the Consumer. A psychological approach*. London: McMillan Press, 1997.

TARABELLA, A.; BURCHI, B. The role of nutrition and health claims in consumer's perception: Creating education paths to resolve information asymmetries caused by promotion and marketing activities regarding foodstuffs. *Social and Behavioral Science*, v.46, p. 2173-2177, 2012.

TOLEDO, G. L.; OVALLE, I. I. *Estatística básica*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1991.



VIANA, V. Psicologia, saúde e nutrição: Contributo para o estudo do comportamento alimentar. *Análise Psicológica*, v. 4, n.20, p. 611-624, 2002.

VINHOLES, Daniele Botelho; ASSUNÇÃO, Maria Cecília Formoso; NEUTZLING, Marilda Borges. Frequência de hábitos saudáveis de alimentação medidos a partir dos 10 Passos da Alimentação Saudável do Ministério da Saúde. Pelotas, Rio Grande do Sul, Brasil. *Cad Saude Publica*, v. 25, n. 4, p. 791-799, 2009.

WANDEL, Margareta. Food labelling from a consumer perspective. *British Food Journal*, v. 99, n. 6, p. 212-219, 1997.

## APÊNDICE

### Apêndice A – Questionário

Este questionário faz parte de uma pesquisa de graduação em Administração da Universidade de Brasília (UnB). O preenchimento de todas as questões leva cerca de 5 minutos. Suas respostas ficarão totalmente anônimas. Obrigada por dedicar parte do seu tempo para responder este questionário.

#### PARTE 1 – Uso dos rótulos de alimentos

**1- Qual sua frequência de compra em supermercados:**

( ) Muitas vezes (2 vezes por semana) ( ) Frequentemente (1 vez por semana) ( ) 1 vez a cada 15 dias ou uma vez por mês ( ) Raramente (1 vez por mês ou menos)

**2- Com que frequência você lê os rótulos de alimentos?**

( ) Nunca ( ) Raramente ( ) Às vezes ( ) Frequentemente ( ) Sempre

*\*Se você respondeu nunca ou raramente, pule para a **Parte 2** do questionário.*

**3- Quais informações você mais busca nos rótulos? (Pode marcar mais de uma alternativa)**

( ) Data de Validade ( ) Ingredientes ( ) Selos de certificação  
( ) Informações Nutricionais (gordura, carboidrato, cálcio, etc) ( ) Outras

**4- De quais segmentos de produtos alimentícios você mais busca informações nos rótulos? (Pode marcar mais de uma alternativa)**

( ) Cereais/Pães/Grãos ( ) Congelados ( ) Laticínios (leite, iogurte, requeijão, queijos, etc)  
( ) Biscoitos/Bolos/Petiscos ( ) Sorvetes ( ) Chocolates ( ) Refrigerantes  
( ) Embutidos ( ) Outros

#### PARTE 2 – Preocupação com a saúde

Por favor, indique o grau de concordância ou discordância que você atribui a cada frase.						
1= Discordo Totalmente; 2=Discordo; 3= Não concordo/nem discordo; 4=Concordo; 5= Concordo Totalmente.						
		1	2	3	4	5
5.	O fato de o alimento ser saudável tem pouco impacto nas minhas escolhas alimentares.					
6.	Eu sou bastante exigente em relação ao quão saudável é o alimento que eu como.					
7.	Eu como o que eu gosto e não me importo muito com o fato do alimento ser saudável.					
8.	É importante para mim que a minha dieta tenha baixo teor de gordura.					
9.	Eu sempre sigo uma dieta saudável e balanceada.					
10.	É importante para mim que a minha dieta diária contenha muitas vitaminas e minerais.					
11.	O fato de os lanches entre as principais refeições serem saudáveis não faz diferença para mim.					
12.	Eu não evito determinados tipos de alimentos, mesmo que eles possam aumentar o meu colesterol.					

### **PARTE 3 – Dados sociodemográficos**

13 - Sexo: ( ) Feminino ( ) Masculino

14 – Idade:

( ) Menos de 21

( ) 21-30

( ) 31-40

( ) 41-50

( ) 51-60

( ) Mais de 60

15 – Estado Civil:

( ) Solteiro(a)

( ) Casado(a)

( ) Divorciado(a)

( ) Viúvo(a)

16 - Grau de Escolaridade:

( ) Sem escolaridade

( ) Nível Fundamental incompleto

( ) Nível Fundamental completo

( ) Nível Médio incompleto

( ) Nível Superior incompleto

( ) Nível Superior completo

( ) Pós-Graduação *Latu Sensu*

( ) Mestrado

Nível Médio completo

Doutorado

17 - Renda Familiar Mensal:

Nenhuma

Até 03 salários mínimos (até R\$ 2.640,00)

De 03 até 05 salários mínimos (de R\$ 2.640,00 até R\$ 4.400,00)

De 05 até 08 salários mínimos (de R\$ 4.400,00 até R\$ 7.040,00)

Acima de 08 salários mínimos (acima de R\$ 7.040,00)