

Aos meus pais

## **Agradecimentos**

Apesar de uma Dissertação de Mestrado ser um trabalho de investigação solitário, pude contar com a motivação, apoio e coragem de várias pessoas a quem agradeço.

Aos meus pais que possibilitaram a minha formação académica e sempre me transmitiram a força que me permitiu dar término a esta Dissertação.

Sou muito grata ao meu irmão e ao meu namorado, que sempre estiveram presentes, com palavras de incentivo e ajuda nas dúvidas ao longo desta investigação.

À minha orientadora externa, Mestre Filipa Cortez pelo seu total apoio e disponibilidade.

À minha amiga e colega Beatriz Madeira pela companheirismo.

Ao Doutor Paulo Santos, Professor de Estatística que me ajudou na análise estatística dos dados obtidos.

À Dr.<sup>a</sup> Maria Manuela Marnoto, secretária da Direção do Instituto Superior de Ciências da Saúde Egas Moniz pelo empenho e pelas palavras de motivação.

## Resumo

A temática da saúde e bem-estar das populações tem sido um tema em voga, desde a Obesidade ter sido proclamada a epidemia do século XXI, pela OMS. Portugal não é exceção e muito há a fazer para melhorar os hábitos alimentares dos portugueses. As escolhas alimentares são o início para a mudança de hábitos alimentares e prevenção de doenças/ patologias associadas. Posto isto, a rotulagem contida nos produtos alimentares é imperativa na decisão de compra de um alimento.

A Indústria alimentar tem vindo a acompanhar as tendências alimentares da população portuguesa, assim como a sua preocupação com a saúde e bem-estar do consumidor. A forma direta de comunicação entre a Indústria Alimentar e o consumidor é a rotulagem presente em todos os alimentos. Deste modo, é de suma importância perceber se a informação contida na rotulagem é compreendida pelo consumidor e, de que forma contribui para as escolhas alimentares. A Indústria Alimentar tem demonstrado cuidado ao informar o consumidor sobre diversas citações nutricionais, como a presença de alergénios, quantidade de gordura e até de açúcares dos alimentos. No entanto, considero fundamental perceber se essa informação é devidamente compreendida e se é um fator relevante para o consumidor.

O Inquérito por questionário: **Rotulagem, a perspetiva do consumidor** é uma ferramenta pela qual pretendo perceber e avaliar qual a importância da rotulagem alimentar para o consumidor final, assim como qual o seu impacto nas escolhas alimentares da população. De igual forma, pretendo estimar se o consumidor final compreende a informação presente na rotulagem e se, de alguma forma, esta informação pesa na aquisição de produtos alimentares. A aplicação deste Inquérito por questionário é de administração direta, e em modalidade *online* (através da ferramenta *SurveyMonkey* e da Rede Social Facebook). No Inquérito por questionário todas as questões serão anónimas e confidenciais, alusão que estará presente no Inquérito. Considero a leitura e correta interpretação da rotulagem uma premissa para melhorar os hábitos alimentares, não só de consumidores com patologias associadas, mas para o consumidor em geral. Pretendo que este estudo seja uma mais-valia para os profissionais de saúde, para colegas nutricionistas e para a Indústria Alimentar.

Palavras-chave: Rotulagem alimentar; consumidor final; escolhas alimentares.

## **Abstract**

The themes of health and well-being have been quite prominent in our society since the WHS identified obesity as the XXI century's epidemics. In Portugal this is no exception and there is still much to do regarding the Portuguese's food habits. The right choice of food is the beginning of a change in the food habits being also a way of avoiding diseases / pathologies. Bearing this in mind, one should consider that the label of the alimentary products is quite an important matter in the choice of buying food products.

The food industry has been able to accompany the latest tendencies of the Portuguese population, leading to an increasing special concern with health and well-being driving consumer decisions. Ultimately it is the products' labelling the direct mean of communication between the food industry and the end consumer. Bearing this in mind, it is in the scope of this study to understand if the labels of each product are understood by the end consumer and if it affects consumption decisions. There is an increasing concern in providing the consumer with nutritional characteristics information, presence of shared allergens, amount of fat and sugar in food products. However, one should consider crucial to understand the whether if the information is correctly understood by the consumers and if it is affecting general consumption decisions.

A questionnaire survey: **Labelling and the consumer's perspective** is an essential tool from which I would try to understand and access the importance of food labelling to the end user, and the way it affects general consumption decisions. This survey would be applied directly online (through the SurveyMonkey tool and the social network website Facebook). In this survey all the questions are anonymous and confidential, being this mentioned in the existing survey.

I would consider a correct interpretation of food labels an important premise to improve general consumption habits, not only for consumers with pathologies, but also for the general end user. It would be my objective with this study to provide the health professionals and the food industry with useful insight on the consumers' perspective on how labels affect consumption decisions.

**Key Words:** Food labelin; final consumer; food choice.

## Índice Geral

Agradecimentos.....	II
Resumo.....	III
Abstract.....	IV
Índice Geral.....	V
Índice Gráficos.....	VI
Índice Tabelas.....	VII
Índice Anexos.....	VIII
1. Introdução.....	1
1.1 Princípios e Normas Gerais de Legislação Alimentar.....	7
2. Enquadramento.....	9
2.1 Esquema da Tese.....	10
2.2 Investigação empírica e escolha do tema.....	11
3. Material e Métodos.....	12
3.1 Modelo de Análise e recolha de dados.....	13
3.2 Pré-Teste.....	14
4. Definição da amostra e Resultados.....	20
4.1 Estatística descritiva dos dados obtidos.....	28
4.2 Correlações encontradas nos dados obtidos.....	30
5. Discussão dos resultados.....	34
6. Conclusão.....	37
7. Bibliografia .....	38

## **Índice Gráficos**

Gráfico 1 – Título: Roda dos Alimentos.....	pág. 3
Gráfico 2 – Título: Balança Alimentar Portuguesa 2012.....	pág. 3
Gráfico 3 – Título: Distribuição do género dos inquiridos.....	pág. 19
Gráfico 4 – Título: Distribuição por nível de escolaridade.....	pág. 20
Gráfico 5 – Título: Distribuição dos parâmetros que influenciam as escolhas alimentares.....	pág. 21
Gráfico 6 – Título: Distribuição da leitura da rotulagem alimentar e motivos pelo qual a verificam.....	pág. 22
Gráfico 7 - Distribuição da interferência da rotulagem nutricional nas escolhas alimentares e parâmetros de relevância ou importância.....	pág. 23
Gráfico 8 – Distribuição qualitativa da compreensão da informação contida na rotulagem nutricional.....	pág. 24
Gráfico 9 – Distribuição qualitativa da importância da rotulagem nutricional na rotulagem alimentar.....	pág. 25
Gráfico 10 – Distribuição qualitativa da forma como a Indústria Alimentar poderia melhorar a rotulagem alimentar.....	pág. 26
Gráfico XI – Título: Gráficos de correlação linear, entre as variáveis: a informação contida no rótulo com a marca e o preço dos produtos alimentares (anexo X).	



## Índice Tabelas

Tabela 1 – Título: Análise das médias dos parâmetros visualizados na rotulagem nutricional.....	pág. 27
Tabela 2 – Análise das médias das respostas à pergunta: “De que forma a Indústria Alimentar poderia melhorar a rotulagem alimentar?”.....	pág. 28
Tabela 3 - Correlação direta entre o preço dos produtos alimentares e o tempo despendido a preencher o questionário.....	pág. 29
Tabela 4 – Correlação direta entre o não ler a rotulagem alimentar e dar importância à imagem apelativa.....	pág. 30
Tabela 5 – Correlação direta entre o intuito de ter uma alimentação saudável e a leitura do rótulo alimentar.....	pág. 30
Tabela 6 – Correlação direta entre a não leitura dos rótulos alimentares e a imagem apelativa dos produtos alimentares.....	pág. 30
Tabela 7 – Correlação direta entre a restrição alimentar e a imagem apelativa.....	pág. 31
Tabela 8 – Correlação direta entre a rotulagem nutricional ser considerada obrigatória e a informação presente no rótulo.....	pág. 31
Tabela 9 – Correlação direta entre o rigor no marketing e a rotulagem nutricional ser obrigatória.....	pág. 31

## **Índice Anexos**

Anexo I – Correlações lineares



“Mudam-se os tempos, mudam-se as vontades

Muda-se o ser, muda-se a confiança;

Todo o mundo é composto de mudança,

Tomando sempre novas qualidades”

Luís de Camões



## 1. Introdução

A temática da saúde e bem-estar tem estado no centro das preocupações da Europa, nomeadamente a crescente problemática da Obesidade, considerada pela Organização Mundial de Saúde (OMS) como a epidemia do século XXI. Portugal não é exceção neste domínio, pelo que é imperativo assumir uma política de saúde e bem-estar, sendo inerente a implementação de alterações efetivas que conduzam à mudança de hábitos e estilos de vida, face à incidência e prevalência que este tem no aparecimento de doenças crónicas e no impacto que acarretam para os indivíduos e sociedades. A caracterização das variáveis que influenciam os estilos de vida são essenciais para a implementação de estratégias de mudança e promoção de saúde.

No estudo *Alimentação e Estilos de vida da População Portuguesa*, planeado e promovido pela Sociedade Portuguesa de Ciências da Nutrição e Alimentação (SPCNA), a alimentação foi o fator considerado como o de maior impacto na saúde e bem-estar pelos inquiridos (56,8%). Emerge assim, a necessidade de promover escolhas alimentares adequadas e saudáveis, o que coloca a alimentação no centro de estratégias de promoção de saúde.

A seleção de alimentos está deveras relacionada com as preferências desenvolvidas, estão relacionadas com o prazer associado ao sabor dos alimentos, as atitudes aprendidas desde cedo na família e a outros fatores psicológicos e socioculturais. É imperativo compreender o processo psicológico de ingestão de alimentos, assim como a sua vertente sociocultural associada. Ao verificar as alterações na dieta e escolhas alimentares nos diferentes países do mundo, verifica-se um aumento no consumo de açúcares e gorduras. Mesmo nas regiões mais pobres, os baixos preços praticados têm possibilitado o acesso a alimentos mais ricos em açúcares e gorduras. Presentemente assistimos a uma globalização de dietas, na medida em que nos países em desenvolvimento começam a ser evidentes hábitos alimentares ocidentais. Assistimos a uma promoção da saúde, em países desenvolvidos, com o incentivo ao consumo de cereais, fibras, verduras, fruta e menos açúcar e gordura, por outro lado, em países em desenvolvimento, a melhoria do

rendimento *per capita* está a permitir o acesso a alimentos com maior quantidade de açúcar e gordura. As premissas demográficas e sociais estão intimamente relacionadas com esta alteração.

O acesso à informação está na base desta tendência alimentar. Por volta dos anos sessenta, um maior rendimento *per capita* induzia um aumento do consumo de açúcar, proteína animal e gordura vegetal. Embora o consumo de gordura vegetal não esteja deveras relacionado com o rendimento *per capita*. Provavelmente o principal fator indutor desta mudança é a forte afluência de indivíduos às cidades e menor nas zonas rurais; sendo o consumo de gordura e o sedentarismo típico das zonas urbanas (Drewnowsky & Popkin, 1997). A influência desta tendência, observada desde os anos sessenta, teve enormes implicações para a saúde da população, especialmente a saúde infantil.

A Balança Alimentar Portuguesa apresentou em 2012, uma distorção das disponibilidades diárias *per capita*, face ao padrão preconizado pela Roda dos Alimentos, apontando para alterações no consumo alimentar. Nomeadamente é patente uma menor ingestão de Hortícolas e Frutas face ao que é aconselhado e um aumento na ingestão de proteína de origem animal (carne, peixe e ovos) e de cereais como arroz, massa e batata.



Figura adaptada da Roda dos Alimentos da Direção Geral do Consumidor

Gráfico 1 – Roda dos Alimentos

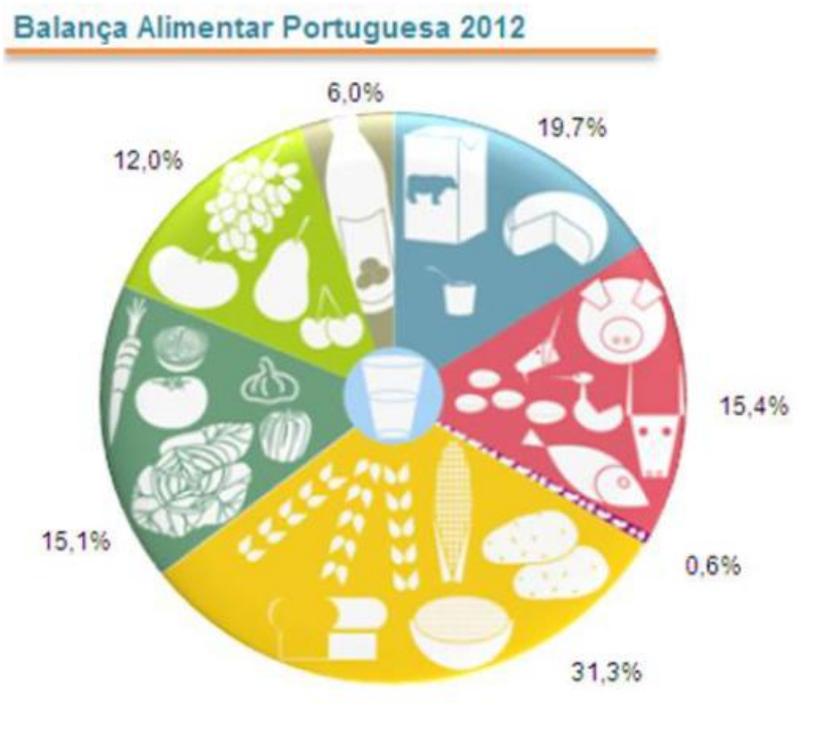


Gráfico 2 – Balança Alimentar Portuguesa 2012

A Balança Alimentar Portuguesa, em 2012, avaliou as disponibilidades diárias dos diversos grupos de alimentos com as proporções mencionadas na Roda dos Alimentos. Verifica-se menos disponibilidade de frutas e leguminosas secas face ao recomendado. Em 2012 foi notório o aumento da disponibilidade dos alimentos dos grupos das Hortícolas, todavia uma aumento deficitário tendo em conta a quantidade recomendada pela Roda dos Alimentos. Segundo o Instituto Nacional de Estatística: “Entre 2000 e 2012, as disponibilidades de produtos de origem vegetal perderam importância no total das disponibilidades alimentares, enquanto as disponibilidades dos produtos de origem animal se mantêm sistematicamente acima das observadas na década de 90.” Evidenciou-se uma distorção no padrão alimentar dos portugueses.

Na sociedade atual, altamente urbanizada, os alimentos são, na maioria das vezes, produzidos a grande distância do local onde irão ser ingeridos, inclusive os alimentos perecíveis, onde no passado estavam apenas disponíveis na sua época, são exigidos pelo consumidor todo o ano (Labuza, 2000).

O consumo alimentar está deveras exigente e procura cada vez mais alimentos apelativos sensorialmente, que sejam fáceis de usar e preparar, nutricionalmente superiores e de longa duração. A par do aumento do cuidado em ingerir alimentos com menor quantidade de aditivos e conservantes. Esta exigência do consumidor exige uma adaptação da Indústria Alimentar na produção e na abordagem inovadora (Labuza, 2000). Nos últimos anos, as refeições prontas a consumir refrigeradas têm ganho popularidade e aumento da sua procura. As tradicionais refeições caseiras têm tido menor procura, assim como a sua preparação em casa está a tornar-se rara.

O conceito de estilo alimentar da população, remete para a categorização do comportamento alimentar, considerado como o resultado da influência de fatores psicológicos e sociais. Neste contexto, importa distinguir comportamento e padrão de ingestão alimentar, uma vez que são conceitos que muitas vezes se confundem. Assim, comportamento alimentar, envolve o ato de ingestão alimentar, associada à qualidade dos alimentos e à sua tomada de decisão aquando da escolha alimentar. Padrão de ingestão alimentar refere-se aos aspetos quantitativos da ingestão alimentar, como o valor calórico dos macronutrientes ingeridos, por exemplo.

A mudança de estilo de vida e conseqüentemente de hábitos promotores de saúde, são difíceis de conseguir dada a interceção com inúmeros aspetos do quotidiano, nomeadamente a falta de tempo, falta de tranquilidade e diretamente relacionado os estados de ansiedade. Apesar de serem conhecidas e divulgadas as desvantagens de elevadas ingestões de açúcares refinados e gorduras de origem animal, a mudança de hábitos alimentares é tarefa difícil de conseguir, assim como será igualmente difícil a manutenção desses mesmos hábitos promotores de saúde. Nesta temática, é importante realçar que o historial pessoal e familiar e ainda o envolvimento cultural permitem compreender o porquê de alguns hábitos alimentares. O paladar, o preço, o aspeto, a facilidade de acesso e a publicidade; mais do que o conhecimento dos benefícios para a saúde, condiciona as escolhas alimentares. Diversos fatores de ordem psicológica e psicossocial, como a ausência de motivação, crenças alimentares e sentimentos de baixa autoeficácia, contribuem para dificultar as mudanças de hábitos necessárias.

Os modelos de cognição social têm ajudado a esclarecer alguns fatores associados à resistência à mudança e manutenção de novos hábitos alimentares. Segundo alguns

autores as escolhas alimentares dependem mais de fatores psicossociais do que necessidades fisiológicas. Segundo estes, o comportamento alimentar resulta da associação de fatores ambientais com variáveis psicológicas e biológicas. Nesta sequência, a mudança e ou o compromisso de mudar hábitos alimentares, pode estar presente em casos de doença ou sintomas inesperados no próprio indivíduo ou amigo; informação obtida através de um profissional de saúde ou familiar ou meios de comunicação; atitudes face ao alimento ou reforço social proporcionado pelo próprio comportamento.

A educação alimentar e nutricional está vinculada à produção de informações que possam ser úteis à tomada de decisão por parte dos indivíduos, dando a opção da tomada de decisão com conhecimento e consciência. Neste sentido, a Comissão Europeia publicou um regulamento relativo à prestação de informação sobre os alimentos para os consumidores (“Regulamento de informação alimentar”), aplicável a todos os Estados Membros da União Europeia. O presente regulamento torna obrigatória a rotulagem nutricional em alimentos pré-embalados. Este novo Regulamento substitui a Diretiva 90/496/CEE de 1990 e a Diretiva 2000/13/CE, de 2000. Assim, os fabricantes de alimentos são elucidados para fornecer informações sobre o valor de energia e de seis nutrientes, sendo gordura, ácidos gordos saturados, hidratos de carbono, açúcares, proteína e sal; sendo expressa por 100 gramas ou 100 ml de produto. Nutrientes adicionais, como polióis, amido e fibra são de inclusão voluntária. As informações presentes nos rótulos dos alimentos industrializados constituem uma fonte importante para auxiliar as escolhas alimentares e conferem à rotulagem um carácter de atividade de promoção de saúde e via de comunicação entre a Indústria Alimentar e o consumidor final.

As informações contidas na rotulagem nutricional destinam-se a identificar a origem, a composição e as características nutricionais dos produtos, possibilitando o rastreamento dos mesmos, constituindo um elemento chave para saúde pública. A rotulagem nutricional ao orientar o consumidor da qualidade e quantidade dos constituintes nutricionais do produto, auxilia escolhas alimentares apropriadas e contribui para a adoção de práticas alimentares saudáveis e estilos de vida adequados, garantindo simultaneamente segurança alimentar e nutricional.

Assim como a Comissão Europeia, o *Codex Alimentarius* (principal órgão internacional responsável pelo estabelecimento de normas de segurança e rotulagem de alimentos) tem como objetivo a proteção da saúde do consumidor, fixando orientações para o sector alimentar, desde a produção, processamento e comercialização. O consumo alimentar é imperativo na saúde pública e do indivíduo em particular, baseia-se em escolhas alimentares com efeitos positivos ou negativos, com base na informação; logo, são necessárias ações de carácter educativo que instrumentalizem a população para escolhas alimentares saudáveis. Esta é uma estratégia de políticas mundiais para reeducação alimentar e posterior redução de doenças crónicas como obesidade, hipertensão e doenças cardiovasculares inerentes.

Com o aumento do consumo de alimentos industrializados, os rótulos alimentares assumem um papel fundamental na comparação entre as diferentes ofertas alimentares. A Indústria Alimentar tem acompanhado as mudanças alimentares decorrentes na última década, resultado de diversos fatores como a globalização, alteração de hábitos, costumes, a necessidade de alimentos prontos a consumir ou a maior preocupação da população para ingerir alimentos mais saudáveis. Deste modo, cada vez mais somos munidos de informações sobre as características dos produtos alimentares, quer via rotulagem nutricional quer via publicidade presente nas embalagens dos alimentos. Aqui o marketing tem um papel evidente nas escolhas alimentares, podendo influenciar para escolhas mais ou menos positivas. O consumo e as escolhas alimentares são influenciados não só pela rotulagem nutricional, mas também por hábitos de consumo, imagem do produto ou até publicidade. É imperativo perceber de que forma cada um destes fatores contribui ou não para uma alimentação saudável e conveniente a cada indivíduo. O momento de aquisição dos produtos alimentares é um fator preponderante nas escolhas, assim como o local de acesso aos diferentes produtos alimentares. O consumidor tem de estar atento e motivado para adquirir os produtos alimentares mais favoráveis a si e que lhe proporcionem uma alimentação saudável. Sendo a motivação um fator importante para o consumidor consultar o rótulo nutricional, assim como o tempo disponibilizado para a escolha alimentar. O cotidiano e a escassez de tempo para se dedicar às escolhas alimentares são, nos dias de hoje, aspetos de determinam o consumo alimentar.

## 1.1 Princípios e Normas Gerais de Legislação Alimentar

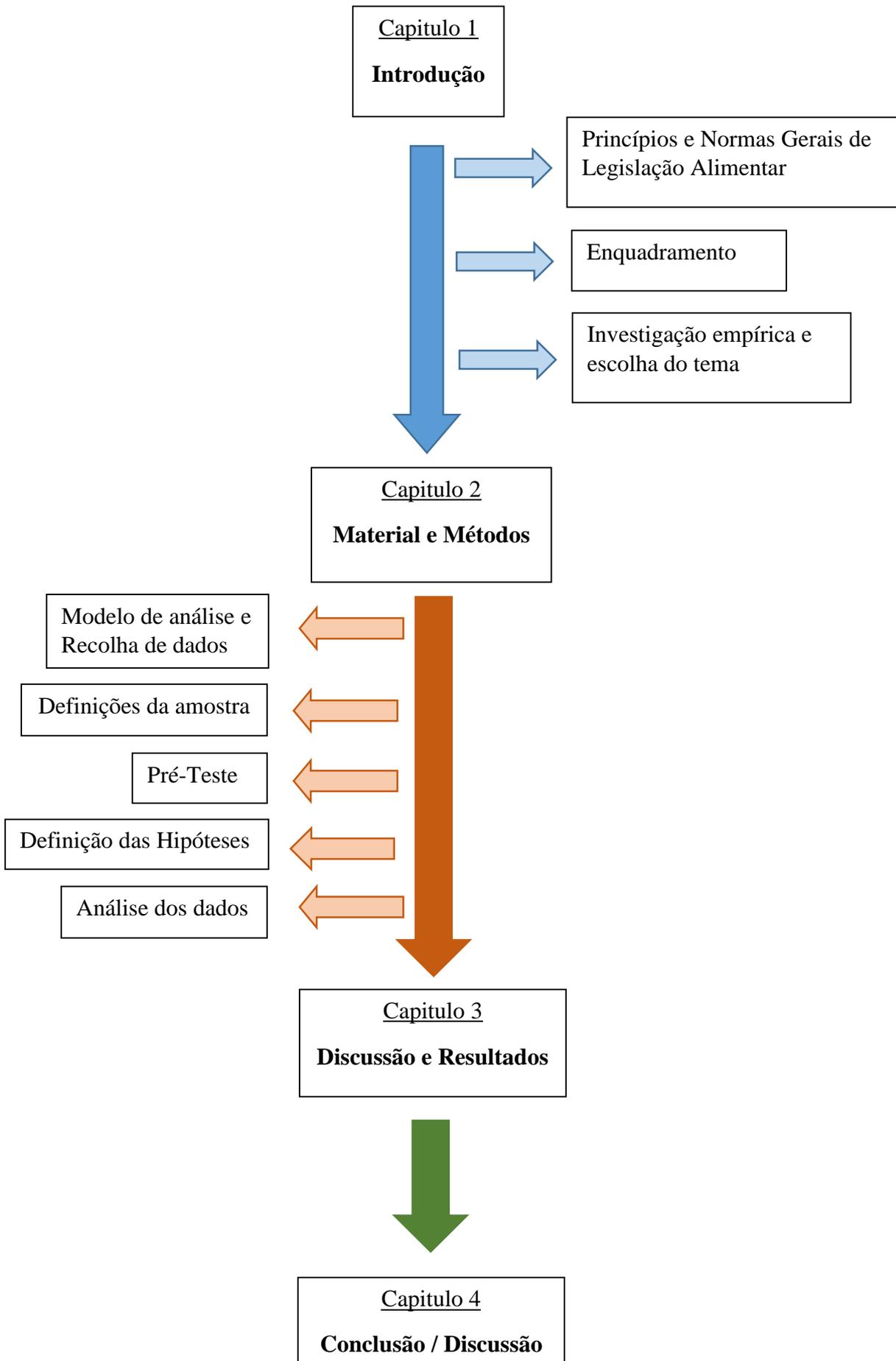
O Regulamento (CE) N° 178/2002 de 8 de Janeiro de 2002 menciona os princípios básicos e normas de legislação alimentar, aplica-se a todas as fases de produção, transformação e distribuição de géneros alimentícios, bem como de alimentos para animais produzidos para, ou dados a, animais produtores de géneros alimentícios. Os objetivos passam por alcançar um elevado nível de proteção da vida e da saúde humanas; a salvaguarda dos interesses dos consumidores, incluindo as boas práticas no comércio de géneros alimentícios. Este Regulamento vem apoiar a livre circulação na Comunidade Europeia de géneros alimentícios e de alimentos para animais, fabricados ou comercializados em conformidade com os princípios e os requisitos da Legislação Alimentar. A Rotulagem, apresentação e publicidade dos géneros alimentícios é regulamentada pelo Decreto de Lei 560/99 de 18 de Dezembro de 1999, cujo objetivo recai no estabelecimento das menções obrigatórias da Rotulagem. Indica o local e o modo de marcação das menções obrigatórias e define o modo de apresentação da rotulagem, idioma utilizado e a respetiva indicação do lote. Em 2005 este Decreto-lei é alterado pelo Decreto-lei 126/2005, onde se verifica a alteração do modo de indicação da Lista de Ingredientes, assim como a definição do modo de indicação dos ingredientes compostos. Verifica-se a indicação das substâncias não consideradas ingredientes e a alteração da rotulagem das bebidas alcoólicas. É neste Decreto-lei que há a inclusão da indicação dos ingredientes considerados alergénios na Rotulagem. O processo de revisão das regras de rotulagem alimentar na União Europeia, que esteve em curso desde 2008, culminou na publicação do Regulamento (CE) N° 1169/2011, de 25 de Outubro. Visa reforçar o direito do consumidor de uma escolha informada e credível. Os rótulos dos géneros alimentícios devem ser claros e compreensíveis para que os consumidores realizem escolhas informadas. As empresas do sector alimentar deparam-se assim, como a necessidade de se adaptarem a um conjunto de informações que constam no novo diploma, tais como o reforço das disposições existentes aplicáveis à prestação de informação sobre substâncias que provocam reações alérgicas ou intolerâncias, a fim de informar os consumidores e proteger a saúde. Este novo Regulamento Europeu confere a necessidade de passar a indicar enquanto menções obrigatórias nos géneros alimentícios (salvaguardando as exceções preconizadas): as substâncias alergénicas em produtos não pré-embalados; o país de origem ou local de proveniência para as carnes de mais algumas espécies animais; a declaração nutricional; um conjunto de menções obrigatórias complementares para tipos ou categorias

específicas de géneros alimentícios (como é o caso da data de congelação ou primeira congelação); o cumprimento de critérios de legibilidade para as menções obrigatórias (a dimensão mínima dos caracteres); o enquadramento da informação obrigatória para a venda à distância de géneros alimentícios; a implementação de disposições inerentes à denominação dos géneros alimentícios (como a adição de proteína de diferente origem animal). É indicado o procedimento a seguir para a rotulagem de substâncias ou produtos que provocam alergias ou intolerâncias, salientando-se a sua presença com realce na lista de ingredientes. Este novo Regulamento Europeu vem salientar e clarificar o quadro das responsabilidades dos operadores das empresas do sector alimentar. Este Regulamento entrou em vigor a 13 de Dezembro de 2011, tornando-se aplicável a partir de 13 de Dezembro de 2014, com a exceção da indicação obrigatória da declaração nutricional (aplicável a partir de 13 de Dezembro de 2016).

## **2. Enquadramento**

A Indústria alimentar tem vindo a acompanhar as tendências alimentares da população portuguesa, assim como a sua preocupação com a saúde e bem-estar do consumidor. A forma direta de comunicação entre a Indústria Alimentar e o consumidor é a rotulagem presente em todos os alimentos. Deste modo, é de suma importância perceber se a informação contida na rotulagem é compreendida pelo consumidor e, de que forma, contribui para as escolhas alimentares. A leitura e correta interpretação da rotulagem é uma premissa para melhorar os hábitos alimentares, não só de consumidores com patologias associadas, mas para o consumidor em geral.

## 2.1 Esquema da Tese



## 2.2 Investigação empírica e escolha do tema

Como profissional de saúde, nutricionista em particular, ao longo do meu percurso académico e profissional lido e acompanho casos de excesso de peso e obesidade, patologias crónicas, que podem levar a outras, como por exemplo *Diabetes Mellitus* tipo II, Hipertensão arterial ou Apneia de sono. Identifico casos de intolerâncias, onde a escolha dos alimentos a ingerir deve ser realizada de forma consciente e informada, pelo que para isso, a única via de comunicação entre a Indústria Alimentar e o consumidor final é a presença da Rotulagem. É através desta que o consumidor tem conhecimento dos constituintes presentes nos géneros alimentícios. Em contexto de consulta, a Rotulagem é uma ferramenta essencial para transmitir aos pacientes a informação a consultar no rótulo, de forma a promover a escolha adequada dos alimentos, de forma a gerar e manter a saúde e bem-estar. Assim, surgiu o tema Rotulagem, a perspetiva do consumidor, onde pretendo avaliar a importância da rotulagem para o consumidor, assim como se a informação contida é utilizada nas escolhas dos géneros alimentícios. Segundo Hill e Hill (2002), “uma investigação empírica é uma investigação em que se fazem observações para compreender melhor o fenómeno a estudar e que permitem a construção de explicações ou teorias mais adequadas”.

Deste modo, defino com principais objetivos da investigação a caracterização dos conhecimentos sobre a rotulagem dos inquiridos. Com isto, pretendo averiguar se a leitura da rotulagem interfere nas escolhas dos produtos alimentares, aquando da sua aquisição; assim como, verificar que parâmetros são de maior importância na rotulagem nutricional para o consumidor final.

### **3. Material e Métodos**

Uma investigação pode ser definida como sendo o melhor processo de chegar a soluções fiáveis para problemas, por recolhas planeadas e sistemáticas que levam à respetiva interpretação de dados. É uma ferramenta deveras importante para incrementar o conhecimento e, assim, fomentar o progresso científico, permitindo ao Homem um relacionamento mais eficaz com o seu ambiente, atingindo os seus fins e resolvendo os seus conflitos (Cohen & Manion, 1980; Santos, 1999).

Considero que investigar é a bravura de elaborar conhecimento sobre aspetos e/ou parâmetros da realidade, na busca de soluções para o problema exposto. Acredito que, tal como Bell (1997) “uma investigação é conduzida para resolver problemas e para alargar conhecimentos sendo, portanto, um processo que tem por objetivo enriquecer o conhecimento já existente”.

A investigação não é suficiente, por si só, para alargar o conhecimento e dar resolução, é imperativo perceber os resultados obtidos e interpretá-los, função desempenhada pela avaliação estatística. A estatística tem por finalidade desenvolver uma síntese através de números, que evidencie o que mais significativo existe num conjunto de observações. Deste modo, irei analisar os resultados extraídos do questionário através de análises estatísticas.

### 3.1 Modelo de Análise e recolha de dados

A realização de um inquérito por questionário, foi o instrumento de avaliação escolhido para esta investigação. Um questionário define-se como um instrumento de observação não participante, que tem por base uma sequência de questões escritas, dirigidas a um grupo de indivíduos, envolvendo as suas opiniões, representações, crenças e informações factuais. Assim, um questionário permite medir: a informação ou conhecimento de um indivíduo; os seus valores, crenças, atitudes e representações. Possibilita revelar experiências realizadas ou o que está a decorrer no próprio momento da investigação. A aplicação do questionário traz algumas vantagens para a investigação, tais como a possibilidade da análise poder ser automatizada, há menos possibilidade de enviesamento pelo inquiridor, pode ser aplicado a um número elevado de indivíduos e num curto espaço de tempo, assim como confere privacidade no momento de responder, caso haja alguma pergunta embaraçosa e/ ou pessoal.

O questionário foi aplicado via administração direta, onde o próprio inquirido preencheu as diversas questões. A divulgação do questionário realizou-se via Internet (e-mail) e Redes sociais (Facebook). O questionário foi realizado via *online*, através da ferramenta Survey Monkey, o que possibilitou a divulgação por uma maior zona geográfica e num curto espaço de tempo. A plataforma utilizada facilitou a leitura dos dados para análise e a organização dos mesmos. O questionário encontrou-se disponível para preenchimento por um período de 30 dias.

### **3.2 Pré-Teste**

Foi realizado um pré-teste ao questionário preliminar, com o intuito de identificar perguntas a carecer alteração da redação, do formato ou mesmo que se revelassem não ser necessárias para a investigação em curso. O pré-teste foi realizado com a ferramenta Survey Monkey, de forma a identificar futuras dificuldades na análise dos dados. O pré-teste foi preenchido por 15 indivíduos e esteve disponível *online* durante 15 dias consecutivos.

O pré-teste foi realizado com o questionário que se apresenta de seguida, o que possibilitou perceber e identificar questões menos explícitas e proceder às devidas alterações.

#### **Inquérito por questionário – Pré-teste**

**Título:** Rotulagem, a perspectiva do consumidor

- 1) Sexo
- 2) Zona de residência
- 3) Estado civil
- 4) Escolaridade
- 5) Média de rendimento familiar
- 6) De 0 a 5, classifique por ordem de importância os parâmetros a influenciam as suas escolhas alimentares:
  - a) A marca
  - b) Informação contida no rótulo
  - c) Preço
  - d) Imagem apelativa

- 7) Com que frequência lê o rotulo dos alimentos?
- a) Nunca
  - b) Quase nunca
  - c) Regularmente
  - d) Quase sempre
  - e) Sempre
- 8) Verifica a rotulagem em que tipo de alimentos embalados? (pode escolher mais de uma opção)
- a) Congelados
  - b) Ultracongelados
  - c) Prontos a consumir
  - d) Refrigerados
- 9) Por que motivo verifica a rotulagem? (pode escolher mais de uma opção)
- a) Curiosidade
  - b) Restrições alimentares
- 10) A informação nutricional, contida na rotulagem interfere com as suas escolhas alimentares?
- a) Sim
  - b) Não
- 11) Por ordem de importância, classifique as informações contidas na rotulagem nutricional: (classificação de 1 a 5)
- a) Lista de ingredientes
  - b) Tabela nutricional
  - c) Valor calórico por 100g
  - d) Quantidade de gordura
  - e) Quantidade de proteína
  - f) Quantidade de hidratos de carbono
- 12) Compreende a informação contida na rotulagem nutricional?
- a) Compreende toda a informação

- b) Compreende quase toda a informação
  - c) Não compreende a informação
- 13) Por ordem de importância, o que acha de a rotulagem nutricional ser obrigatória pela legislação no rótulo dos alimentos?
- a) Sem importância
  - b) Pouco importante
  - c) Importante
  - d) Muito importante
- 14) Como avalia a facilidade de leitura da rotulagem presente nos alimentos?
- a) De fácil leitura
  - b) De difícil leitura
- 15) De que forma a indústria alimentar poderia melhorar a rotulagem?

Após avaliação das respostas obtidas através da aplicação do pré-teste, revelou-se necessário alterar a forma de redação de algumas questões assim como eliminar e associar questões, de forma a adequar o questionário e torna-lo mais perceptível e agradável de realizar. Deste modo, surgiu a versão final do questionário Rotulagem, a perspectiva do consumidor, como pode ser visível de seguida.

### **Inquérito por questionário**

**Título:** Rotulagem nutricional, a perspectiva do consumidor

**Âmbito:** O presente inquérito surge na dissertação de tese de Mestrado em Segurança Alimentar e Saúde Pública, como objetivo averiguar qual a importância da rotulagem para o consumidor final. Assim como; avaliar de que forma a Indústria Alimentar pode melhorar a comunicação com o consumidor, de forma a não negligenciar a informação relevante acerca dos produtos alimentares.

O inquérito demora 3 a 5 minutos a ser preenchido e todas as respostas serão anónimas e confidenciais.

Obrigada pela sua colaboração.

1) Sexo

- a) Feminino
- b) Masculino

2) Zona de residência (inserir concelho e distrito, separados por uma vírgula)

3) Escolaridade

- a) 4º ano
- b) 7ª ano
- c) 12º ano
- d) Licenciado(a)
- e) Mestrando(a)
- f) Doutorado(a)

4) Média de rendimento familiar (Valor líquido, segundo a declaração de IRS)

5) Escolha o ou os parâmetros que influenciam as suas escolhas alimentares:

- e) A marca
- f) Informação contida no rótulo
- g) Preço
- h) Imagem apelativa
- i) Outros (especifique) \_\_\_\_\_

- 6) Lê a rotulagem alimentar? Por que motivo a verifica?
- f) Não leio a rotulagem alimentar
  - g) Sim, por curiosidade
  - h) Sim, por restrições alimentares
  - i) Sim, por crenças relativas à alimentação
  - j) Sim, com o intuito de ter uma alimentação saudável
  - k) Outros (especifique) \_\_\_\_\_
- 7) A rotulagem nutricional interfere com as suas escolhas alimentares? Qual ou quais considera relevantes ou de importância?
- c) Não, a rotulagem nutricional não interfere nas minhas escolhas alimentares
  - d) Sim, interfere a lista de ingredientes
  - e) Sim, a tabela nutricional
  - f) Sim, o valor calórico por 100 gramas
  - g) Sim, a quantidade de gordura
  - h) Sim, a quantidade de proteína
  - i) Sim, a quantidade de hidratos de carbono
- 8) Compreende a informação contida na rotulagem nutricional?
- d) Não compreende a informação
  - e) Compreende quase toda a informação
  - f) Compreende toda a informação
- 9) Considera importante a rotulagem nutricional ser obrigatória na rotulagem dos alimentos?
- e) Sem importância
  - f) Pouco importante
  - g) Importante
  - h) Muito importante
- 10) De que forma a Indústria Alimentar poderia melhorar a rotulagem alimentar?
- a) Facilitando a leitura dos rótulos, por exemplo com códigos de cor
  - b) Colocando a informação mais explícita e legível
  - c) Disponibilizando a informação na Internet ou RQcodes

- d) Incluindo instruções nos Supermercados para compreensão dos rótulos
- e) Rigor no marketing dos diversos produtos, de forma a não induzir em erros os consumidores

#### 4. Definição da amostra e Resultados

Não poderia falar de amostra sem mencionar o termo população, assim população é “um conjunto de indivíduos, casos ou observações onde se quer estudar o fenómeno” (Almeida & Freire, 2003). Por sua vez amostra é “o conjunto de situações extraídas de uma população” (Almeida & Freire, 2003).

A amostra de indivíduos extraída do questionário revela-se uma amostra de conveniência ou acidental, uma vez que é formada por sujeitos facilmente acessíveis, que estão presentes num determinado local e espaço de tempo preciso.

A amostra é constituída por 58 indivíduos, dos quais 37 (67,7%) são do sexo feminino e os restantes 18 (32,7%) do sexo masculino.

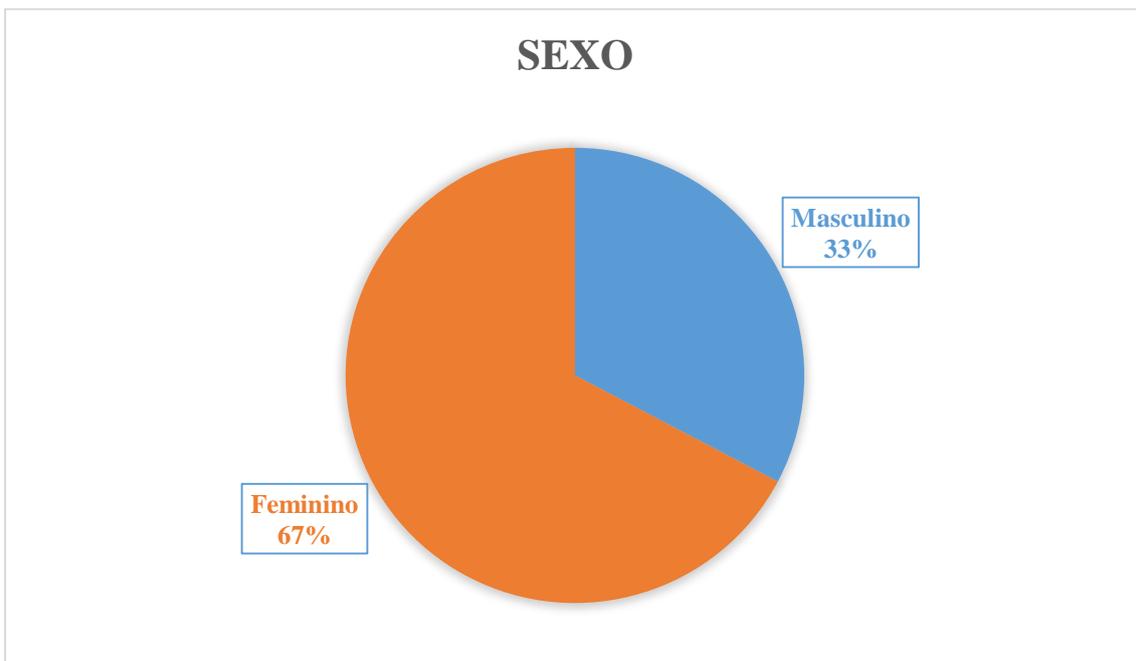


Gráfico 3 – Distribuição do género dos inquiridos

As zonas de residência abrangidas pelos inquiridos foram os distritos de Lisboa, Setúbal, Leiria, Santarém, Faro, Coimbra, Castelo Branco, Benavente, Braga, Guarda, Porto e Madeira.

No que respeita ao grau de escolaridade, dos 58 indivíduos, 27 (46,55%) possuem o grau de Licenciatura, 18 inquiridos (31,03%) o grau de Mestre, 9 inquiridos (15,52%) o 12º ano de escolaridade e 2 inquiridos (3,45%) o 7º ano de escolaridade.

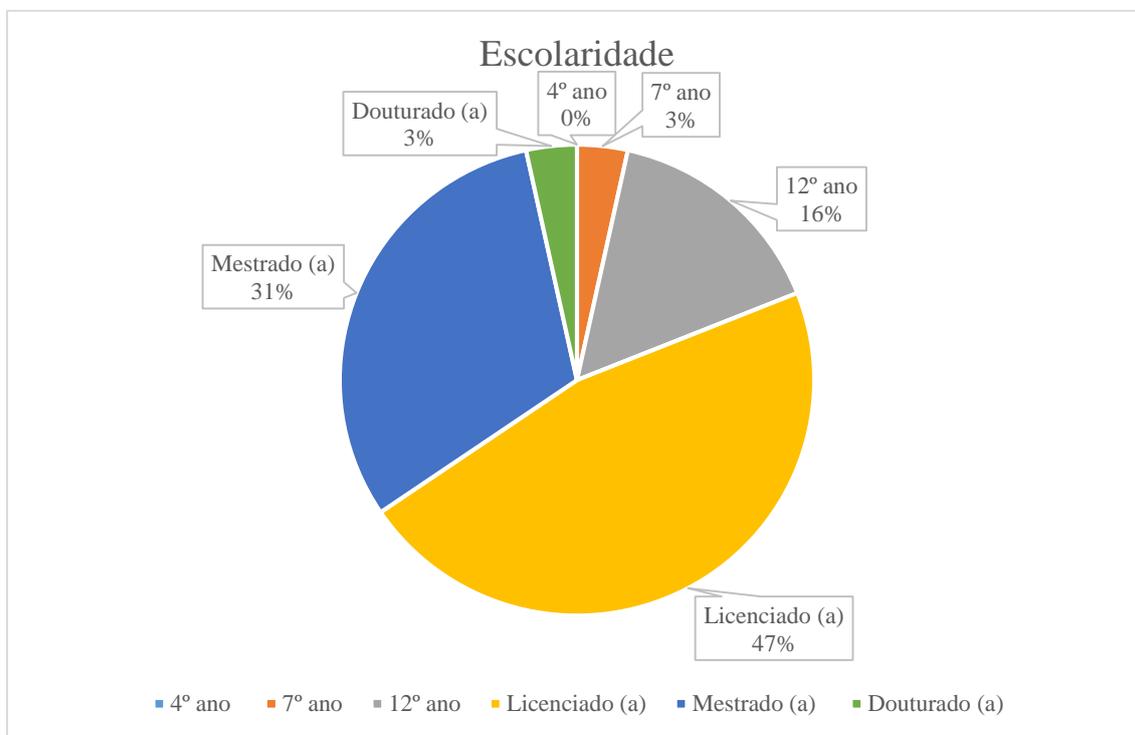


Gráfico 4 – Distribuição por nível de escolaridade

Quando questionados sobre que parâmetros influenciam as suas escolhas alimentares, 39% dos inquiridos respondeu que o preço é o fator de maior influência no momento da escolha alimentar, de seguida o parâmetro que mais se destacou foi a informação contida no rótulo, com 29% de respostas. A marca foi o parâmetro escolhido por 25% dos inquiridos, a imagem apelativa tem um peso em apenas 7% dos inquiridos.

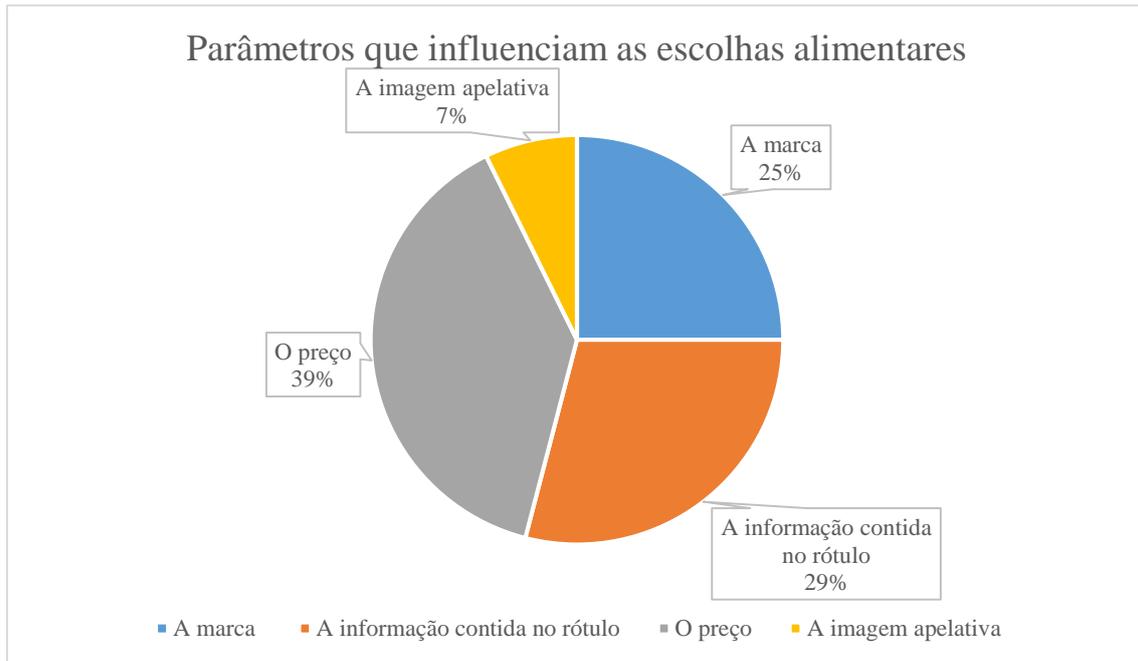


Gráfico 5 – Distribuição dos parâmetros que influenciam as escolhas alimentares

Perante a leitura do rótulo e o motivo pelo qual o fazem, 6 inquiridos responderam que não liam o rótulo (10,53%), 9 inquiridos (15,79%) leem o rótulo por curiosidade, 7 inquiridos (12,28%) verificam o rótulo por restrição alimentar, 6 inquiridos (10,53%) responderam que verificam o rótulo por crenças relativas à alimentação e 41 indivíduos (71,93%) leem o rótulo com o intuito de ter uma alimentação saudável.

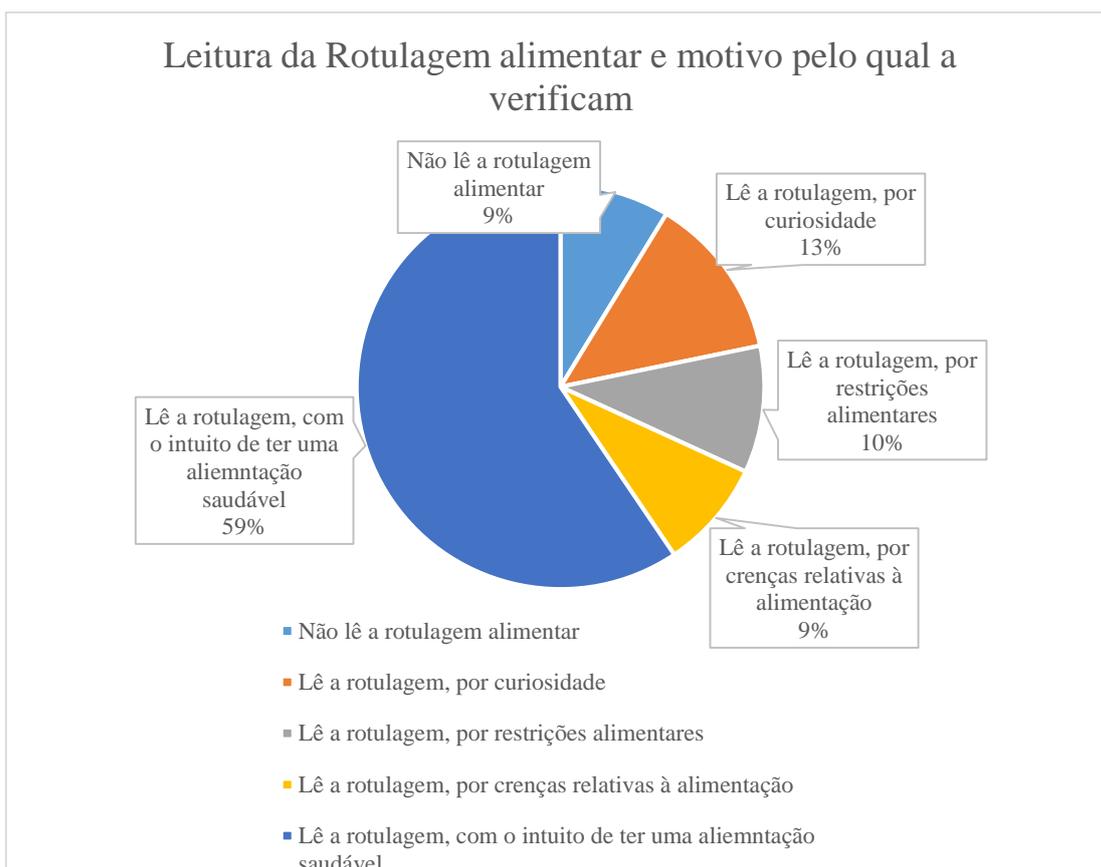


Gráfico 6 – Distribuição da leitura da rotulagem alimentar e motivos pelo qual a verificam

Quando questionados se a rotulagem nutricional interfere com as escolhas alimentares e, em caso afirmativo, que fatores consideravam de relevância ou importância; 6 indivíduos (10,34%) responderam que a rotulagem nutricional não interfere com as suas escolhas alimentares, 20 indivíduos (34,48%) consideram que a rotulagem nutricional interfere nas suas escolhas, nomeadamente a lista de ingredientes, 26 indivíduos (44,83%) considera que a tabela nutricional contida na rotulagem interfere nas suas escolhas, 20 indivíduos (34,48%) considera que a quantidade calórica por 100 gramas parâmetro que interfere nas suas escolhas, sendo que 18 (31,03%) considera de relevância a quantidade de gordura, 4 (6,90%) verifica a quantidade de proteína e 13 inquiridos (22,41%) verifica a quantidade de hidratos de carbono.

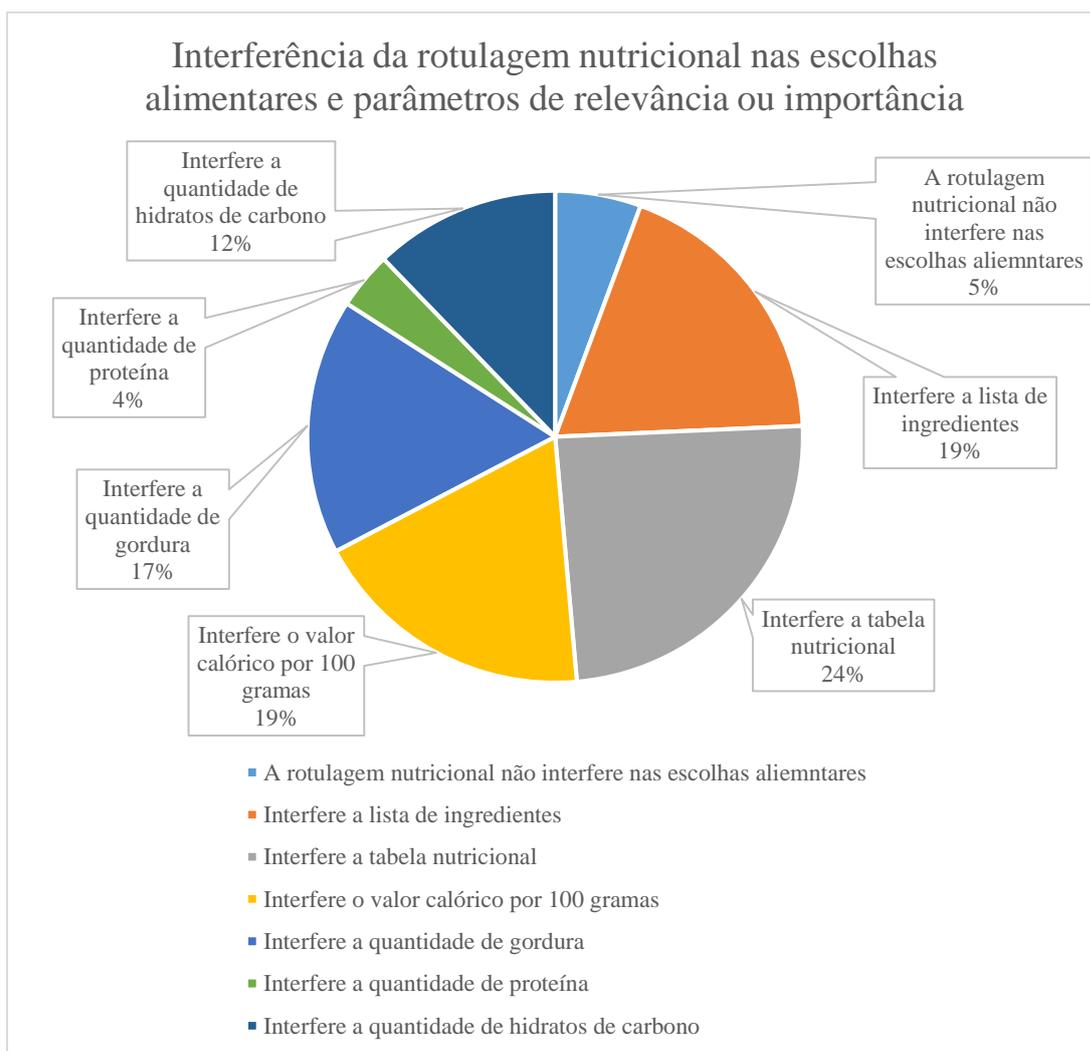


Gráfico 7 – Distribuição da interferência da rotulagem nutricional nas escolhas alimentares e parâmetros de relevância ou importância

Perante a questão “compreende a informação contida na rotulagem nutricional?” uma quantidade pequena de indivíduos respondeu não compreender a informação presente na rotulagem nutricional, cerca de 5,17%; 27,59% dos inquiridos percebe toda a informação e a maioria dos indivíduos da amostra percebe quase toda a informação presente na rotulagem nutricional (67,24%).

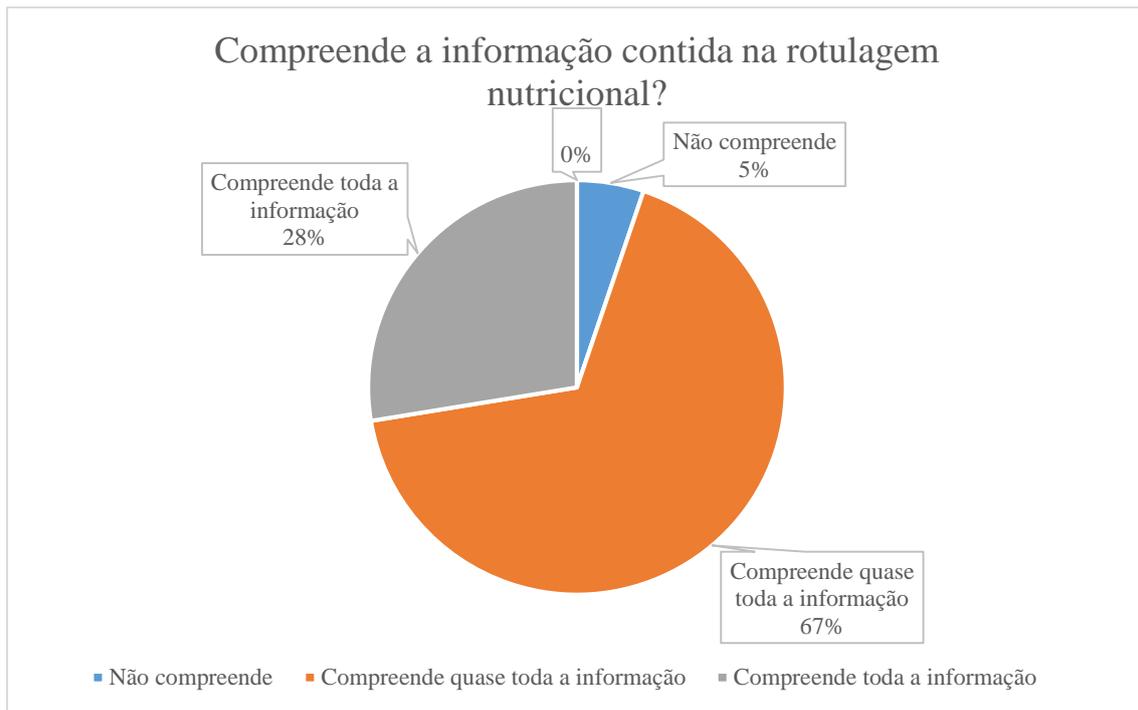


Gráfico 8 – Distribuição qualitativa da compreensão da informação contida na rotulagem nutricional

Sobre a importância da rotulagem nutricional presente na rotulagem dos alimentos, dos 58 inquiridos, 1 inquirido (1,72%) considera que a rotulagem nutricional não tem importância; 1 inquirido (1,72%) considera a rotulagem nutricional pouco importante; 11 dos inquiridos (18,97%) menciona ser importante e 45 inquiridos (77,59%) dá muita importância à rotulagem nutricional.

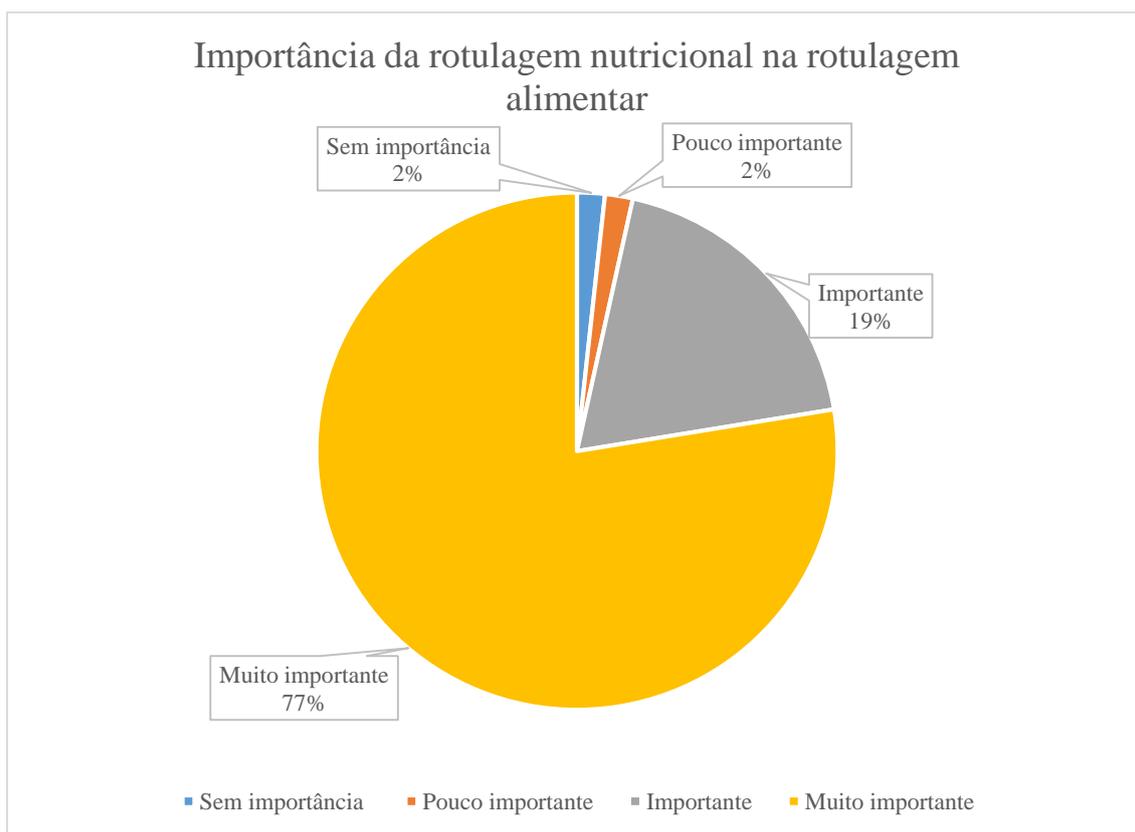


Gráfico 9 – Distribuição qualitativa da importância da rotulagem nutricional na rotulagem alimentar

Quando questionados sobre de que forma a Indústria Alimentar poderia melhorar a rotulagem alimentar, 46 inquiridos (79,31%) respondeu que seria através do rigor no marketing dos diversos produtos, de forma a não induzir em erros os consumidores; 31 inquiridos (53,45%) respondeu que seria colocando a informação mais explícita e legível; a resposta “facilitando a leitura dos rótulos, por exemplo com códigos de cor” foi escolhida por 19 inquiridos (32,76%); 13 inquiridos (22,41%) considerou que seria incluindo instruções nos Supermercados para compreensão dos rótulos por último, apenas 10 inquiridos (17,24%) respondeu que seria disponibilizando a informação na Internet e RQcodes.



Gráfico 10 – Distribuição qualitativa da forma como a Indústria Alimentar poderia melhorar a rotulagem alimentar.

#### 4.1 Estatística descritiva dos dados obtidos

A estatística descritiva tem por objetivo tratar os dados, sem deles extrair conclusões. Fazem parte a média, a mediana e o desvio padrão. Assim como é possível averiguar probabilidades entre as diferentes variáveis de uma amostra.

Obtenho os seguintes resultados mais relevantes:

- Quando analisada a interferência da rotulagem nutricional nas escolhas alimentares, assim como qual o parâmetro de maior importância na seleção dos alimentos: verifica-se que o parâmetro mais consultado na rotulagem nutricional é a tabela nutricional (média de 0,418), seguido da lista de ingredientes (média de 0,363), a quantidade de gordura (média igual a 0,327) e com média igual o valor calórico por 100 gramas, seguido da quantidade de hidratos de carbono (média de 0,2) e por último a quantidade de proteína (média igual a 0,072).

Tabela 1 – Análise das médias dos parâmetros visualizados na rotulagem nutricional

<i>Sim, interfere a lista de ingredientes</i>	0,364
<i>Sim, a tabela nutricional</i>	0,418
<i>Sim, a quantidade de gordura</i>	0,327
<i>Sim, a quantidade de proteína</i>	0,073
<i>Sim, a quantidade de hidratos de carbono</i>	0,200
<i>Sim, o valor calórico por 100 gramas</i>	0,327

- O tempo **médio** despendido para o preenchimento do questionário foi de 191,9 segundos, com um **erro-padrão** de mais ou menos 14,7 segundos.
- Ao verificar as médias das respostas à forma como a Indústria Alimentar poderia atuar, o Rigor no marketing dos diversos produtos, de forma a não induzir em erro o consumidor obteve uma média de respostas igual a 0,727; de seguida, colocar a

informação mais explícita e legível (média de 0,527); facilitando a leitura dos rótulos, por exemplo com código de cor obteve uma média de respostas igual a 0,345 e por último, incluindo instruções nos Supermercados para compreensão dos rótulos obteve uma média de respostas de 0,236.

Tabela 2 – Análise das médias das respostas à pergunta: “De que forma a Industria Alimentar poderia melhorar a rotulagem alimentar?”

<i>Rigor no marketing dos diversos produtos, de forma a não induzir em erro os consumidores</i>	0,727
<i>Colocando a informação mais explícita e legível</i>	0,527
<i>Facilitando a leitura dos rótulos, por exemplo com códigos de cor</i>	0,345
<i>Incluindo instruções nos Supermercados para compreensão dos rótulos</i>	0,236
<i>Disponibilizando a informação na Internet ou RQcodes</i>	0,182

## 4.2 Correlações encontradas nos dados obtidos

Para estudar a correlação entre os dados obtidos, utilizei o Coeficiente de correlação de Pearson (coeficiente aplicado a padrões lineares, como é o caso desta amostra). Correlação é a medida padronizada da relação entre duas variáveis, indica a força e a direção do relacionamento linear entre duas variáveis aleatórias. A correlação encontrada pode ser positiva, negativa, linear ou não-linear. Uma correlação positiva indica que o aumento de uma varável leva ao aumento da outra; no caso de uma correlação negativa o aumento de uma variável indica a diminuição da outra; no caso de uma correlação linear, é possível construir uma reta (quanto mais próximos os pontos, mais forte é a correlação ou pelo contrário, quando menos próximos os pontos mais fraca a correlação), por último na presença de uma correlação não-linear, não é possível fazer uma reta.

Cálculo do Coeficiente de Pearson:

$$r = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Ao aplicar a fórmula do Coeficiente de correlação, obtive o valor 0,3 que é o valor indicativo de correlação positiva entre os dados obtidos. Deste modo, correlações iguais ou superiores a 0,3 são positivas, correlações inferiores a este valor são negativas.

**Nos resultados encontrei as seguintes correlações diretas:**

- O preço como parâmetro de importância na compra dos produtos alimentares, encontra-se diretamente correlacionado com o tempo despendido ao preenchimento do questionário:

Tabela 3 – Correlação direta entre o preço dos produtos alimentares e o tempo despendido a preencher o questionário

	Tempo gasto
O preço	0,300

- A imagem apelativa como um parâmetro de tomada de decisão para a aquisição de produtos alimentares, está diretamente correlacionado com a não leitura dos rótulos alimentares:

Tabela 4 – Correlação direta entre o não ler a rotulagem alimentar e dar importância à imagem apelativa

	Imagem apelativa
Não leio a rotulagem alimentar	0,427

- O intuito de ter uma alimentação saudável, está relacionado de forma direta com a leitura da rotulagem alimentar:

Tabela 5 – Correlação direta entre o intuito de ter uma alimentação saudável e a leitura do rótulo alimentar

	Leitura do rótulo alimentar
Intuito de ter uma alimentação saudável	0,427

- O não ler a rotulagem alimentar está relacionado com realizar as escolhas alimentares tendo por base a imagem apelativa:

Tabela 6 – Correlação direta entre a não leitura dos rótulos alimentares e a imagem apelativa dos produtos alimentares

	Imagem apelativa
Não lê os rótulos alimentares	0,402

- A restrição alimentar está relacionada de forma direta com a escolha de produtos alimentares pela imagem apelativa:

Tabela 7 – Correlação direta entre a restrição alimentar e a imagem apelativa

	Imagem apelativa
Restrição alimentar	0,508

- Considerar importante a rotulagem nutricional ser obrigatório está deveras relacionado com o compreender a informação contido nos rótulos:

Tabela 8 – Correlação direta entre a rotulagem nutricional ser considerada obrigatória e a informação presente no rótulo

	Informação contido no rótulo
Rotulagem nutricional obrigatória	0,394

- Maior rigor no marketing, de forma a não induzir o consumidor em erro está correlacionado com ser importante a rotulagem nutricional ser obrigatória:

Tabela 9 – Correlação direta entre o rigor no marketing e a rotulagem nutricional ser obrigatória

	Rotulagem nutricional obrigatória
Rigor no marketing	0,332

O modelo de correlação linear, permitiu correlacionar a consulta da informação contida no rótulo com as variáveis a marca e o preço. Com um grau de significância de 95%, verifica-se que os inquiridos que indicam a marca como o único parâmetro para a escolha de produtos alimentares, não verifica o conteúdo da informação presente na rotulagem. A mesma sequência é patente com a variável preço, os inquiridos que têm como referência

o preço, não verificam a informação do rótulo nos produtos alimentares. Inversamente, os indivíduos que verificam a informação presente na rotulagem, legam menor importância à marca e ao preço dos produtos alimentares.

## **5. Discussão dos resultados**

Quando analisada a verificação da informação nutricional contida na rotulagem, a tabela nutricional e a lista de ingredientes são os parâmetros mais visualizados pelos consumidores participantes do estudo. Visto a tabela nutricional e a lista de ingredientes serem informações essenciais para avaliar a qualidade dos produtos alimentares, uma vez que indicam quais e em que quantidades determinados nutrientes se encontram disponíveis, o que é deveras importante para doenças como a Hipertensão arterial, onde é recomendada uma ingestão diminuída de sódio. Todavia, na informação contida na tabela nutricional, a quantidade de gordura é a mais visualizada. A gordura é deveras importante, pois o seu consumo em excesso está associado a patologias como Hipercolesterolemia. É patente a atenção dos inquiridos no que refere ao consumo de gorduras, o que revela intenção de não consumir somente alimentos apetecíveis do ponto de vista organoléptico, mas também de ter cuidado com aspetos ligados à saúde e bem-estar. A lista de ingredientes pode ser igualmente visualizada por quem tem restrições alimentares, quer pela intolerância e/ou alergias alimentares, ou por quem é aconselhado a fazer restrições alimentares na sequência de patologias que assim o exigem. A quantidade de proteína foi o parâmetro menos avaliado pelos inquiridos do estudo, o que é explicado pela rara necessidade da sua restrição. O grupo populacional propício a avaliar a quantidade de proteína, serão os atletas ou desportistas, visto a proteína ser conhecida como precursora do aumento de massa muscular, associada à prática de exercício físico. A amostra é constituída maioritariamente por indivíduos com o grau de Licenciatura (47%) ou grau de Mestre (31%), o que confere maior conhecimento e acesso à informação sobre diversos temas, incluindo a visualização dos rótulos alimentares.

Quando questionados sobre de que forma a Indústria Alimentar poderia melhorar a rotulagem alimentar, o rigor no marketing foi a opção mais escolhida, com uma média de respostas igual a 0,727. Nos tempos que correm, a o marketing dos produtos alimentares está presente nas diversas formas de comunicação e divulgação possíveis, como é o caso das revistas, jornais, televisão ou internet. No Supermercados há marketing a evidenciar determinados produtos em destaque, o que induz o seu consumo. Na maioria das vezes há uma população-alvo, como se verifica nos alimentos para crianças ou nos produtos alimentares para quem está a fazer restrição alimentar com o objetivo de perder peso.

Muitas das vezes, a informação nutricional destes alimentos não é adequada a determinados indivíduos, o que confere à rotulagem um enorme contributo para as escolhas alimentares. No caso de determinados produtos destinados a crianças, a associação de um desenho animado a determinado produto alimentar aumenta o seu consumo, todavia o conteúdo nutricional deste produto, pode não ser o mais indicado para crianças. A maioria dos produtos consumidos por crianças diariamente, como por exemplo os cereais de pequeno-almoço, contêm quantidade de açúcar muito superiores às recomendadas. Assim, a propaganda de um produto alimentar pode baralhar a escolha de um alimento, o que se revela muito importante quando falamos em produtos alimentares dirigidos ou para crianças. O marketing e a publicidade tem grande impacto nas escolhas alimentares das crianças, Gortmaker *et al* monitorizou um estudo com mais de 700 crianças entre os 10 e os 15 anos, por um período de 4 anos e encontrou uma forte relação entre as horas de visionamento de televisão e o sobrepeso. Estão aqui inerentes fatores como o sedentarismo, a ingestão alimentar enquanto assistem a programas televisivos e o efeito da publicidade de alimento altamente energéticos e com grandes quantidades de açúcar. Por exemplo a Coca-cola informou que pagou 150 milhões de dólares à Warner Bros Studios para os direitos do marketing global do filme “Harry Potter e a Pedra Filosofal”, assim como quase 20% dos restaurantes de *fast-food* publicitaram um brinquedo-prémio nos seus anúncios.

No estudo realizado por Souza et al., em Natal, Brasil, evidenciou-se o colocar a rotulagem alimentar mais explícita e legível para que o consumidor final não encontrasse obstáculos ao acesso à informação. Consumidores de idades mais avançadas podem ter mais dificuldade na leitura dos rótulos, uma vez que o tipo e tamanho de letra não o permitem.

A opção de disponibilizar a informação contida na rotulagem dos produtos alimentares na internet ou RQcodes foi a menos escolhida pelos inquiridos (média de respostas de 0,181). A informação da rotulagem alimentar estar disponível para consulta na internet ou RQcodes poderia não chegar a todos os consumidores, visto nem sempre os consumidores terem acesso à internet no momento da compra de alimentos, assim como ser limitativo para quem não domina ou não tem acesso a estas fontes de informação. O tempo que seria necessário despendido para esta consulta seria um obstáculo à mesma.

O preço dos produtos alimentares revelou uma correlação direta com o tempo despendido para o preenchimento do questionário. O preço dos alimentos constitui nos dias que

correm, uma premissa para a aquisição e escolhas alimentares. A Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição destacou recentemente que o preço médio dos produtos alimentares evoluiu 5,1 pontos percentuais; todavia, esta avaliação não tem em linha de conta as frequentes promoções que as cadeias têm desenvolvido frequentemente e com crescente intensidade. Mencionam que terá sido este fenómeno o responsável pela inversão da tendência da subida de preços das marcas próprias que desceram 1,4%, os produtos alimentares de marca própria cresceram em proporção inversa. É patente a importância do preço dos alimentos aquando da sua aquisição e escolha, sendo imperativo munir os consumidores para, a par do preço, escolherem os produtos alimentares de maior benefício para si e para os seus dependentes.

Neste estudo, evidenciou-se uma correlação direta com compreender a informação contida nos rótulos e a importância da rotulagem nutricional ser obrigatória, o que revela que os consumidores que identificam e percebem a informação transmitida via rotulagem, dão importância à rotulagem nutricional, assim como identificam o seu benefício.

Na associação entre a leitura da rotulagem alimentar com as variáveis marca e preço, é patente que os inquiridos que escolhem os seus produtos alimentares pela marca não verificam a rotulagem alimentar, isto leva a que as marcas representem credibilidade e *per se* levam ao consumo de determinados produtos alimentares. Neste sentido, cabe à Indústria Alimentar desenvolver e produzir produtos alimentares de qualidade e/ou manter essa mesma qualidade, o que confere responsabilidade social a toda a Indústria de produtos alimentares. O preço, também está presente neste estudo como um parâmetro de relevância nas escolhas alimentares, todavia nem sempre o acesso a mais poder económico simboliza uma melhor dieta alimentar, isto já mencionado pela European Food Information Council.

## **6. Conclusão**

Este estudo foi realizado com uma amostra não aleatória ou de conveniência, o que impede a sua extrapolação para a população portuguesa. Este estudo apresenta diversas limitações, nomeadamente não faz referência à faixa etária dos inquiridos, assim como não aprofunda a razão pela qual determinados produtos alimentares são adquiridos. Permite verificar que muito há a fazer na área da rotulagem alimentar e especificamente, na rotulagem nutricional.

É patente o importante papel do marketing e da publicidade no consumo alimentar, sendo de relevância um maior rigor. Dotar o consumidor final de conhecimentos que o possam ajudar nas suas escolhas, nomeadamente na leitura da rotulagem alimentar e em particular, da rotulagem nutricional pode levar a um consumo alimentar mais adequada a cada indivíduo e promover a saúde e bem-estar. Ingerir alimentos adequados a cada indivíduo leva a benefícios na prevenção e no tratamento de patologias crónicas. No caso da Obesidade infantil, que tende a aumentar a nível mundial, a adequada alimentação é uma premissa para a sua prevenção.

Organizar ações de formação ao consumidor a ensinar como realizar a leitura dos rótulos alimentares, pode ser uma via para alterar esta situação. As escolas são, de igual forma, um veículo para chegar às famílias por isso o formar os educadores, professores e auxiliares leva a uma maior consciencialização. Verifica-se necessidade de promoção de atividades de consciencialização para a saúde. Neste estudo, ficou patente a importância do marketing ao nível das escolhas alimentares, sendo imperativo uma consciencialização por parte da Indústria Alimentar, na forma e nos produtos que destina às diferentes faixas etárias da nossa população. A marca ficou evidenciada como um motivo para não verificar a rotulagem alimentar, o que confere necessidade de informar e passar conhecimento sobre as diversas marcas de produtos alimentares e a sua qualidade nutricional. Não ficando de lado, o facto que cada indivíduo contém necessidades nutricionais diferentes e como tal, a escolha dos produtos alimentares se revela importante.

Há a necessidade de mais estudos que relacionem o marketing com as escolhas alimentares, assim como de que forma se pode consciencializar melhor o consumidor para a importância da verificação da rotulagem alimentar e em particular, a rotulagem nutricional.

## 7. Bibliografia

- CoN., A. A. (2002). Soft drinks replacing healthier alternatives in America diet . *APP News* , 20-34.
- Coucil, E. F. (5 de Outubro de 2014). Obtido de EUFIC : [www.eufic.org](http://www.eufic.org)
- Diário da República* . (Junho de 2014).
- Drewnowski, A., & Popkin, B. (1997). The nutrition transtion: New trends in the global diet.
- Fernández-Celemin , L., & Storcksdieck, S. (20 de Agosto de 2012). Understanding how consumers categorise nutritional labels: A consumer derived typologi for front-of-pack nutrition labeling.
- Gortmaket, S., Must, A., Sobol, A., Peterson, K., Colditz, G., & Dietz, W. (1996). Television viewing as a cause of increasing obesity among children in the United States . 62-100.
- Hill, M., & Hill, A. (2005). *Investigação por questionário*. Lisboa : Sílabo.
- L., S. (2005). Educação alimentar e nutricional no contexto da promoção de práticas alimentares saudáveis . *Revista de Nutrição* , 35-604.
- Labuza, T. (2000). *The search for shelf life - An update on continued efforts in understanding parctical strategies for determining and testing the shelf life of food products*. Food Testing Analysis.
- Leandro, S., & Freire, T. (2003). *Metodologia da Investigação em Psicologia e Educação* . Braga : Psiquilibrios .
- Monteiro , R., Coutinho , J., & Recine , E. (2007). Consulta aos rótulos de alimentos e bebidas por frequentadores de supermercado em Brasília, Brasil. *Rev Panam Salud Publica* , 160-172.
- Morizet , D., Depezay , L., Combris, P., & Picard, D. (s.d.). Effect of labeling on new vegetable dish acceptance in preadolescent children. Elsevier Ltd .

- Organization, W. H. (Janeiro de 2014). *Word Health Organization*. Obtido de [www.who.int](http://www.who.int)
- Peggi, J., & Liu, C. (1012). A test of different menu labeling presentation. Elsevier Ltd.
- Póinhos, R., Franchini, B., Afonso, C., & Correia, F. (2009). Alimentação e Estilos de vida da População Portuguesa: Metodologia e Resultados Preliminares. *Sociedade Portuguesa de Ciências da Nutrição e Alimentação* , 43-60, Volume 15, Nº3.
- Service, U. S. (Setembro de 2014). *Food Safety* . Obtido de [www.foodsafety.gov](http://www.foodsafety.gov)
- Services, U. S. (Junho de 2014). *Food Safety* . Obtido de [www.foodsafety.gov](http://www.foodsafety.gov)
- Souza , S., Lima , K., Miranda , H., & Cavalcanti , F. (2011). Utilização da informação nutricional de rótulos por consumidores de Natal, Brasil . *Rev Panam Salud Publica*, 43-337.
- Viena , V. (2000). Psicologia, saúde e nutrição: Estudo do comportamento alimentar, do estado de nutrição e de alguns factores psicossociais associados num grupo de adolescentes. Faculdade de Ciências da Nutrição e Alimentação da Universidade do Porto, Porto, Portugal.
- [www.fipa.pt](http://www.fipa.pt). (03 de Junho de 2014).