

13 - 1 | 2025

**O comportamento do consumidor e a rotulagem alimentar:
revisão narrativa da literatura**

Consumer behavior and food labelling: narrative review of literature

Rui Jorge | Catarina Conceição | Paula Pinto

Versão eletrónica

URL: <https://revistas.rcaap.pt/uiips/> ISSN: 2182-9608

Data de publicação: 21-07-2025 Páginas: 10

Editor

Revista UI_IPSantarém

Referência eletrónica

Jorge, R.; Conceição, C.; Pinto, P. (2025). O comportamento do consumidor e a rotulagem alimentar: revisão narrativa da literatura. *Revista da UI_IPSantarém*. 13(1), e33212. <https://doi.org/10.25746/ruiips.v13.i1.33212>

O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR E A ROTULAGEM ALIMENTAR: REVISÃO NARRATIVA DA LITERATURA

Consumer behavior and food labelling: narrative review of literature

Rui Jorge

Escola Superior de Saúde, Instituto Politécnico de Leiria, Leiria, Portugal;
Center for Innovative Care and Health Technology (ciTechcare), Polytechnic of Leiria, Leiria,
Portugal

rui.jorge@ipleiria.pt | ORCID: [0000-0002-5261-2688](https://orcid.org/0000-0002-5261-2688)

Catarina Conceição

Escola Superior Agrária do Instituto Politécnico de Santarém, Portugal
170300052@esa.ipsantarem.pt

Paula Pinto

Escola Superior Agrária do Instituto Politécnico de Santarém, Portugal
paula.pinto@esa.ipsantarem.pt | ORCID: [0000-0001-6379-1768](https://orcid.org/0000-0001-6379-1768)

RESUMO

Introdução: Os regimes alimentares pouco saudáveis e a obesidade são uma das principais causas de morte no mundo, sendo um dos principais fatores que contribuem para o aumento da obesidade o ambiente alimentar, com uma disponibilidade, acessibilidade, preço e comercialização cada vez maiores de alimentos ricos em gorduras saturadas, gordura *trans*, açúcares ou sal e, geralmente, altamente processados. Tais regimes alimentares não têm sido amplamente representados na literatura académica por meio de revisões mais abrangentes ou há evidências limitadas.

Objetivo: A presente revisão narrativa da literatura tem como objetivo compilar a informação disponível na literatura científica sobre o impacto da rotulagem dos produtos alimentares no comportamento dos consumidores.

Metodologia: Foi realizada uma revisão narrativa, com recurso à PubMed, utilizando as palavras-chave e operador booleano: "consumer" AND "behavior" AND "labelling". Foram analisados estudos que relataram a relação entre comportamento do consumidor e rotulagem de produtos alimentares.

Resultados: O comportamento dos consumidores face à rotulagem é influenciado por características pessoais, como a idade, as habilitações académicas, as circunstâncias económicas e o estilo de vida. No entanto, existem atributos extrínsecos (nomeadamente, o preço, a embalagem

e a marca) e intrínsecos (nomeadamente, as características organoléticas e a informação nutricional) que podem igualmente exercer influência na motivação em adquirir um determinado produto. Há fortes evidências de que os rótulos interpretativos (ou seja, aqueles que fornecem informações sobre os alimentos, utilizando símbolos e/ou cores significativos) têm melhor desempenho do que os rótulos não interpretativos. Os rótulos que identificam produtos não saudáveis e por isso têm potencial para direcionar os consumidores para determinados alimentos (por exemplo, usando um logotipo de sinal de pare, cores significativas que sinalizam 'pare' ou uma classificação baixa) são também eficazes na alteração do comportamento dos consumidores.

Conclusões: O desenvolvimento de um esquema de rotulagem nutricional é claramente mais benéfico para ajudar o consumidor a escolher produtos alimentares mais saudáveis e com uma composição nutricional mais adequada e equilibrada. É importante a realização de campanhas de educação junto da população, de forma a esclarecer dúvidas e a ensinar os consumidores a interpretar e utilizar a rotulagem, para que dessa forma consigam fazer escolhas mais assertivas e saudáveis. Este artigo de revisão narrativa mostrou as atitudes dos consumidores em relação aos rótulos dos alimentos e a influência da informação nutricional nos hábitos de compra e consumo de alimentos. Os resultados indicam que os consumidores valorizam a informação nutricional nos rótulos e a consideram importante para fazer escolhas alimentares saudáveis. No entanto, ainda existe a necessidade de campanhas educativas sobre o uso apropriado das informações contidas no rótulo de forma que esse possa contribuir na escolha dos alimentos pelos consumidores.

Palavras-chave: Consumidor, Rotulagem alimentar, Revisão narrativa, Géneros alimentícios.

ABSTRACT

Introduction: Unhealthy diets and obesity are one of the leading causes of death worldwide, with the food environment being one of the main factors contributing to the rise in obesity. There is increasing availability, accessibility, affordability, and marketing of foods high in saturated fats, *trans* fats, sugars, or salt, and often highly processed. Such diets have not been widely represented in the academic literature through more comprehensive reviews, or there is limited evidence.

Objective: This narrative review aims to compile the information available in the scientific literature on the impact of food product labelling on the consumers behavior.

Methodology: A narrative review was conducted using PubMed, with the keywords and boolean operator: "consumer" AND "behavior" AND "labeling." Studies that reported the relationship between consumer behavior and food product labeling were analyzed.

Results: Consumer behavior towards labelling is influenced by personal characteristics such as age, academic qualifications, economic circumstances and lifestyle. However, there are extrinsic (price, packaging and brand) and intrinsic (organoleptic characteristics and nutritional information) attributes that can equally influence the motivation to purchase a given product. There is strong evidence that interpretive labels (those that provide information about foods using meaningful symbols and/or colours) perform better than non-interpretive labels. to direct consumers to certain foods (for example, using a stop sign logo, meaningful colours that signal 'stop' or a low rating) are also effective in changing consumer behaviour.

Conclusions: The presence of a nutritional labelling is clearly more beneficial in helping consumers choose healthier food products with a more appropriate and balanced nutritional composition. It is important to carry out educational campaigns among the population to clarify doubts and teach consumers how to interpret and use the labelling, so they can make more assertive and healthier choices. This narrative review article showed consumers' attitudes toward food labels and the influence of nutritional information on food purchasing and consumption habits. The results indicate that consumers value the nutritional information on labels and consider it important for making healthy food choices. However, there is still a need for educational campaigns on the proper use of the information provided on labels, so that it can better contribute to consumers' food choices.

Keywords: Consumer, Labelling of foods, Narrative review, Foodstuffs.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, os regimes alimentares pouco saudáveis e a obesidade são uma das principais causas de morte no mundo, sendo um dos principais fatores que contribuem para o aumento da obesidade, o ambiente alimentar, com uma disponibilidade, acessibilidade, preço e comercialização cada vez maiores de alimentos ricos em gorduras saturadas, gordura *trans*, açúcares ou sal e, geralmente, altamente processados (World Health Organization [WHO], 2022). Tais regimes alimentares não têm sido amplamente representados na literatura académica por meio de revisões mais abrangentes ou há evidências limitadas.

Um dos principais fatores que contribuem para o aumento da obesidade é o ambiente alimentar atual, caracterizado por uma disponibilidade, acessibilidade, preço e comercialização cada vez maiores de alimentos ricos em gorduras saturadas, gordura *trans*, açúcares ou sal e, geralmente, altamente transformados (WHO, 2022).

As pessoas que vivem com excesso de peso ou com obesidade podem também sofrer impactos psicológicos e psicossociais, tais como o preconceito, o isolamento social, a depressão e a baixa autoestima (United Nations Children's Fund [Unicef], 2021).

A Organização Mundial da Saúde (OMS) defende o uso de rotulagem nutricional para informar sobre as propriedades nutricionais dos alimentos, como estratégia fundamental para melhorar as escolhas alimentares (WHO, 2022).

“A rotulagem é uma ferramenta fundamental no acesso dos consumidores à informação sobre os géneros alimentícios, permitindo-lhes realizar escolhas mais conscientes e informadas e efetuar uma seleção mais segura e adequada. A rotulagem alimentar e nutricional é de extrema importância na medida em que, permite aos consumidores fazerem escolhas alimentares mais adequadas às suas necessidades e preferências, contribuindo igualmente para um correto armazenamento, preparação e consumo dos alimentos.” (Real *et al.*, 2017). A *Front-of-pack nutrition labelling* (FOPNL) refere-se a sistemas de rotulagem nutricional que são apresentados na frente das embalagens, com o objetivo de ajudar os consumidores a fazerem escolhas mais saudáveis (Unicef, 2021). Esse sistema pode fornecer informações rápidas e fáceis de compreender. Estudos demonstram que os consumidores preferem a FOPNL que seja imediatamente visível e que possa ser entendida facilmente.

Alguns exemplos de FOPNL existentes são os “semáforos nutricionais”, caracterizados pela presença das cores verde, amarela e vermelha para auxiliar na identificação dos diferentes níveis de “adequação” dos diversos nutrientes presentes no alimento ou bebida; os “sinais de alerta”, que normalmente advertem para os elevados níveis de nutrientes como o açúcar ou o sódio; o “nutri-score”, expressos por uma cor e uma letra que categoriza o alimento numa escala qualitativa de “A” a “E”; e as “classificações com pontuação/estrelas” em que o rótulo apresenta normalmente a

indicação da pontuação do alimento ou bebida (ou para cada nutriente dos mesmos) entre 0,5 a 5 estrelas (Braesco & Drewnowski, 2023).

Várias características do indivíduo influenciam o comportamento dos consumidores face à rotulagem, bem como, a idade, as habilitações académicas, as circunstâncias económicas e o estilo de vida. No entanto, existem distintos atributos relativos ao produto, como os extrínsecos (nomeadamente, o preço, a embalagem e a marca) e os intrínsecos (nomeadamente, as características organoléticas e a informação nutricional) que podem igualmente exercer influência na motivação em adquirir um determinado produto (Pais, 2019).

OBJETIVO

A presente revisão narrativa da literatura tem como objetivo compilar a informação disponível na literatura científica sobre o impacto da rotulagem dos produtos alimentares no comportamento dos consumidores.

MÉTODOS

Procurando-se com uma revisão narrativa uma visão abrangente e do estado atual sobre os trabalhos existentes, com o intuito de provocar reflexão e levantar controvérsias sobre a temática em questão (Guedes *et al.*, 2021), reuniu-se material bibliográfico para a realização deste artigo de revisão narrativa da literatura, obtido através de uma pesquisa efetuada durante o mês de maio de 2023, na base de dados PubMed. As palavras-chave utilizadas na pesquisa bibliográfica foram: *consumer behavior and labelling*. Dos documentos disponibilizados na base de dados, foram selecionadas 11 publicações dos últimos 5 anos, por incluírem no seu resumo a abordagem sobre a rotulagem de alimentos.

RESULTADOS

Esta revisão narrativa da literatura sintetiza os principais efeitos da rotulagem alimentar no comportamento do consumidor, com base nos 11 artigos incluídos na revisão, conforme detalhes presentes na Tabela 1.

Tabela 1. Efeito da rotulagem no comportamento do consumidor.

Autores, Ano	País de origem	População alvo	Objetivo	Resultados obtidos
Arrazat <i>et al.</i> (2023)	França	Adultos	Analisar o efeito de um semáforo ambiental nos produtos alimentares	A utilização deste rótulo permitiu aos participantes identificar e escolher mais frequentemente os produtos alimentares de menor impacto ambiental

Bopape et al. (2022)	África do Sul	Famílias	Avaliar o efeito de diferentes rótulos: <i>Warning Label</i> (WL), <i>Guideline Dietary Amounts</i> (GDA) ou <i>Multiple Traffic Light</i> (MTL) para a identificação de produtos não saudáveis	A probabilidade de identificar, corretamente produtos não saudáveis foi maior utilizando o WL. Não existiu diferença significativa de desempenho entre o GDA e o MTL
Egnell et al. (2021)	França	Adultos	Impacto do rótulo <i>Nutri-Score</i> na intenção de compra de indivíduos com doenças crónicas	O <i>Nutri-Score</i> apresentou significativamente maior qualidade nutricional nas intenções de compra, estimulando escolhas alimentares mais saudáveis em indivíduos com doenças crónicas, em comparação com o a ausência de rótulo e com a indicação das doses diárias recomendadas.
Fialon et al. (2020)	Itália	Adultos	Bateria <i>Nutri-Score</i> e <i>NutriInform</i> : efeitos no desempenho e preferência dos consumidores	O formato interpretativo <i>Nutri-Score</i> parece ser uma ferramenta mais eficaz do que o <i>NutriInform</i> para orientar os consumidores
Grummon et al. (2023)	EUA	Adultos	Avaliar as reações do consumidor a rotulagem simplificada que indicava se o alimento era “positivo” (saudável) ou “negativo” (não-saudável)	Os sistemas de rotulagem de alimentos, que utilizam rótulos positivos e negativos podem incentivar compras mais saudáveis
Kühne et al. (2022)	Suiça	Adultos	Perceber de que forma os rótulos FOPNL afetam as escolhas alimentares	No geral, os “rótulos” induziram os participantes a comprar mais produtos saudáveis.
Reynolds et al. (2022)	Reino Unido	Adultos	O efeito dos rótulos, Physical Activity Calorie Equivalent (PACE), comprado em	Não houve evidência de que a intervenção resultou numa mudança significativa nas compras

			refeitórios no local de trabalho	
Riesenbergs <i>et al.</i> (2022)	Nova Zelândia	Adultos	Explorar o efeito da advertência de açúcares adicionados, nos rótulos de cereais, iogurtes e bebidas não alcoólicas	Não existiram efeitos significativos nas compras
Shin <i>et al.</i> (2023)	Singapura	Adultos	Avaliar o impacto do <i>Nutri-Grade</i> na compra de bebidas não alcoólicas	O <i>Nutri-Grade</i> influenciou, positivamente, os padrões de compra de bebidas não alcoólicas dos consumidores (compraram bebidas com teores de açúcares mais baixos)
Wakui <i>et al.</i> (2023)	Japão	Adultos (Universitários)	Eficácia da exibição do semáforo nutricional, na frente das embalagens	O uso de rótulos resultou num aumento de pessoas a escolherem opções mais saudáveis
White-Barrow <i>et al.</i> (2023)	Jamaica	Adultos	Avaliar os efeitos de três diferentes esquemas de rotulagem (FOPNL, semáforo nutricional e tabela nutricional)	Os três esquemas aumentaram a capacidade dos participantes de identificar, corretamente, produtos com alto teor de açúcares, gordura e sódio.

DISCUSSÃO DE RESULTADOS

A rotulagem nutricional faz parte de um conjunto de ferramentas que podem ajudar a reequilibrar ambientes alimentares não saudáveis (Unicef, 2021). De um modo geral, os consumidores preferem rótulos simples, coloridos e avaliativos na frente da embalagem (i.e. FOPNL), que são mais facilmente compreendidos, do que rótulos monocromáticos mais complexos, não avaliativos.

O potencial da FOPNL para promover compras mais informadas e escolhas alimentares mais saudáveis depende da capacidade dos consumidores de reconhecerem, entenderem, utilizá-la de forma correta e, de se sentirem motivados para a utilizar (Unicef, 2021).

Há fortes evidências de que os rótulos interpretativos (ou seja, aqueles que fornecem informações sobre os alimentos, utilizando símbolos e/ou cores significativos) têm maior eficácia do que os rótulos não interpretativos. Por exemplo, os consumidores de França, Itália e Japão afirmaram que compreendiam o rótulo do semáforo e que acreditaram que este fornecia informações importantes e úteis.

No entanto, há cada vez mais provas de que rótulos de advertência, específicos para nutrientes, podem ser lidos e compreendidos mais facilmente do que outros sistemas. Por exemplo, na África do Sul e Jamaica, a utilização de rótulos de advertência permitiu aos consumidores identificar produtos com teores excessivos de açúcar e gordura e a encontrar alternativas mais saudáveis.

Por outro lado, a utilização de rótulos com indicação de impacto ambiental permitiu aos consumidores entender melhor o impacto ambiental dos alimentos e a identificar as mudanças na dieta que poderiam ser mais benéficas para o meio ambiente.

Dos 11 estudos incluídos na presente revisão narrativa, apenas 2 (um realizado em adultos no Reino Unido e outro realizado em adultos na Nova Zelândia), um utilizando o PACE e outro uma advertência relativa aos açúcares adicionados (respetivamente). Os restantes 9 estudos apresentaram resultados significativos sobre o impacto da rotulagem alimentar no comportamento do consumidor, sempre no sentido positivo, levando a que o consumidor adquira ou consuma com maior probabilidade alimentos considerados mais saudáveis.

O facto de todas as FOPNL terem sido associadas a uma melhoria significativa na capacidade dos consumidores identificarem quais os alimentos e bebidas mais saudáveis, em comparação com uma situação sem rótulo, é consistente com a literatura, sugerindo que as FOPNL podem ajudar os consumidores a discriminar a qualidade nutricional de diferentes produtos alimentares e a identificar escolhas alimentares mais saudáveis.

Todavia, algumas controvérsias se levantam, sendo a principal a discussão sobre qual a verdadeira capacidade para os diferentes tipos de rótulo efetivamente identificarem os alimentos mais saudáveis e sobre a facilidade com que a indústria alimentar pode conseguir gerir a composição dos seus produtos, por forma a que, as classificações na rotulagem sejam melhores, sem necessariamente os produtos se tornarem mais saudáveis.

Salientamos ainda que a presente revisão narrativa apresenta diversas limitações, desde logo o facto de apenas ter incluído 11 estudos, bem como, o facto de ter acabado por incluir apenas estudos realizados entre 2020 e 2023.

CONCLUSÃO

A literatura científica consultada evidencia que o comportamento do consumidor e a intenção de compra são positivamente influenciados pela utilização da FOPNL, contribuindo esta para o aumento da consciencialização dos consumidores sobre quais os géneros alimentícios mais saudáveis.

O desenvolvimento de um esquema de rotulagem nutricional é claramente benéfico para ajudar o consumidor a escolher produtos alimentares mais saudáveis e com uma composição nutricional

mais adequada e equilibrada. Além disso, rótulos interpretativos tendem a ser mais bem compreendidos pelos consumidores do que rótulos puramente informativos.

É importante a realização de campanhas de educação junto da população, de forma a esclarecer dúvidas e a ensinar os consumidores a interpretar e utilizar a rotulagem, para que desta forma consigam fazer escolhas mais assertivas e saudáveis, pois sem a tão necessária literacia em saúde, alimentar e nutricional da população, dificilmente a rotulagem, só por si, mesmo que simplificada, conseguirá proteger os consumidores, perante variáveis como a disponibilidade, acessibilidade, preço e, em suma, o ambiente alimentar a que estão sujeitos.

REFERÊNCIAS

- Arrazat, L., Chambaron, S., Arvisenet, G., Goisbault, I., Charrier, J. C., Nicklaus, S., & Marty, L. (2023). Traffic-light front-of-pack environmental labelling across food categories triggers more environmentally friendly food choices: a randomised controlled trial in virtual reality supermarket. *The international journal of behavioral nutrition and physical activity*, 20, 7. <https://doi.org/10.1186/s12966-023-01410-8>
- Bopape, M., De Man, J., Taillie, L. S., Ng, S. W., Murukutla, N., & Swart, R. (2022). Effect of different front-of-package food labels on identification of unhealthy products and intention to purchase the products- A randomised controlled trial in South Africa. *Appetite*, 179. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2022.106283>
- Braesco, V., & Drewnowski, A. (2023). Are Front-of-Pack Nutrition Labels Influencing Food Choices and Purchases, Diet Quality, and Modeled Health Outcomes? A Narrative Review of Four Systems. *Nutrients*, 15(1), 205. <https://doi.org/10.3390/nu15010205>
- Egnell, M., Boutron, I., Péneau, S., Ducrot, P., Touvier, M., Galan, P., Fezeu, L., Porcher, R., Ravaud, P., Hercberg, S., Kesse-Guyot, E., & Julia, C. (2022). Impact of the Nutri-Score front-of-pack nutrition label on purchasing intentions of individuals with chronic diseases: results of a randomised trial. *BMJ open*, 12(8), 1-11. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2021-058139>
- Fialon, M., Serafini, M., Galan, P., Kesse-Guyot, E., Touvier, M., Deschasaux-Tanguy, M., Sarda, B., Hercberg, S., Nabec, L., & Julia, C. (2022). Nutri-Score and NutrInform Battery: Effects on Performance and Preference in Italian Consumers. *Nutrients*, 14(17). <https://doi.org/10.3390/nu14173511>
- Grummon, A. H., Musicus, A. A., Moran, A. J., Salvia, M. G., & Rimm, E. B. (2023). Consumer Reactions to Positive and Negative Front-of-Package Food Labels. *American Journal of Preventive Medicine*, 64(1), 86–95. <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2022.08.014>
- Guedes, A. S., Saturnino, J. S. L., & Silva, V. P. (2021). Contribuições de Instituições de Ensino Superior do Brasil rumo ao Impacto Académico das Nações Unidas: uma revisão narrativa. *European Academic Research*, 10(3), 1636-1657
- Kühne, S. J., Reijnen, E., Granja, G., & Hansen, R. S. (2022). Labels Affect Food Choices, but in What Ways?. *Nutrients*, 14(15). <https://doi.org/10.3390/nu14153204>
- Pais, P.S.M. (2019). A percepção do consumidor face à informação nutricional presente nos produtos alimentares. Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em Gestão da Qualidade e Segurança Alimentar. Instituto Politécnico de Leiria. Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar. <http://hdl.handle.net/10400.8/4383>
- Real, H., Tristão, I., Barbosa, M. (2017). Rotulagem alimentar-guia para uma escolha consciente. Associação Portuguesa dos Nutricionistas. https://www.apn.org.pt/documentos/ebooks/Ebook_Rotulagem.pdf
- Reynolds, J. P., Ventsel, M., Hobson, A., Pilling, M. A., Pechey, R., Jebb, S. A., Hollands, G. J., & Marteau, T. M. (2022). Evaluation of physical activity calorie equivalent (PACE) labels' impact on energy purchased

in cafeterias: A stepped-wedge randomised controlled trial. *PLoS Medicine*, 19(11), 1-18. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1004116>

Riesenbergs, D., Peeters, A., Backholer, K., Martin, J., Ni Mhurchu, C., & Blake, M. R. (2022). Exploring the effects of added sugar labels on food purchasing behaviour in Australian parents: An online randomised controlled trial. *PLoS One*, 17(8), 1-15. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0271435>

Shin, S., Puri, J., & Finkelstein, E. (2023). A randomized trial to evaluate the impact of Singapore's forthcoming Nutri-grade front-of-pack beverage label on food and beverage purchases. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 20(1), 18. <https://doi.org/10.1186/s12966-023-01422-4>

Unicef. (2021). *Policy brief: Front-of-pack nutrition labelling of foods and beverages*. 2060(11), 1-19. <https://www.unicef.org/mongolia/media/5551/file/FoPNL%20policy%20brief.pdf>

Wakui, N., Matsuoka, R., Togawa, C., Ichikawa, K., Kagi, H., Watanabe, M., Ikarashi, N., Yamamura, M., Shirozu, S., & Machida, Y. (2023). Effectiveness of Displaying Traffic Light Food Labels on the Front of Food Packages in Japanese University Students: A Randomized Controlled Trial. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(3). <https://doi.org/10.3390/ijerph20031806>

White-Barrow, V., Gomes, F. S., Eyre, S., Ares, G., Morris, A., Caines, D., & Finlay, D. (2023). Effects of front-of-package nutrition labelling systems on understanding and purchase intention in Jamaica: results from a multiarm randomised controlled trial. *BMJ Open*, 13(4), 1-11. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2022-065620>

World Health Organization. (2022). *Nutrition Labelling: Policy Brief*. 1-16. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240051324>