

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS
GERAIS - *CAMPUS* BAMBUÍ
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

Maria Eduarda da Silva Pereira

**A INFLUÊNCIA DA ROTULAGEM NUTRICIONAL NO COMPORTAMENTO DO
CONSUMIDOR DE ALIMENTOS: Uma Revisão de Literatura**

BambuÍ
2025

MARIA EDUARDA DA SILVA PEREIRA

**A INFLUÊNCIA DA ROTULAGEM NUTRICIONAL NO COMPORTAMENTO DO
CONSUMIDOR DE ALIMENTOS: Uma Revisão de Literatura**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado ao Curso de Bacharelado em
Administração do IFMG – *Campus* Bambuí como
requisito parcial para obtenção do título de
Bacharel em Administração.

Orientadora: Rita de Cássia Leal Campos

Coorientador: Bruno Pellizzaro Dias Afonso

Bambuí

2025

Catálogo na Fonte Biblioteca IFMG - Campus Bambuí

P436i Pereira, Maria Eduarda da Silva.
A influência da rotulagem nutricional no comportamento do
consumidor de alimentos: uma revisão de literatura. / Maria Eduarda da
Silva Pereira – 2025.
38 f.

Orientadora: Rita de Cássia Leal Campos.
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Instituto Federal de
Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais – Campus Bambuí,
MG, Curso Bacharelado em Administração, 2025.

1. Rotulagem nutricional. 2. Comportamento do consumidor. 3.
Marketing alimentar. I. Campos, Rita de Cássia Leal. II. Instituto Federal
de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais – Campus Bambuí,
MG. III. Título.

CDD 658.8342



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

Campus Bambuí

Diretoria de Ensino

Departamento de Ciências Gerenciais e Humanas

Faz. Varginha - Rodovia Bambuí/Medeiros - Km 05 - Caixa Postal 05 - CEP 38900-000 - Bambuí - MG
37 3431 4900 - www.ifmg.edu.br

Maria Eduarda da Silva Pereira

**A INFLUÊNCIA DA ROTULAGEM NUTRICIONAL NO COMPORTAMENTO DO
CONSUMIDOR DE ALIMENTOS: Uma Revisão de Literatura**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Bacharelado em Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais - *Campus* Bambuí para obtenção do grau de bacharel em Administração.

Aprovado em 23/07/2025 pela banca examinadora:

Bambuí, 01 de julho de 2025.



Documento assinado eletronicamente por **Rita de Cássia Leal Campos**, **Professora Substituta**, em 23/07/2025, às 17:19, conforme Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



Documento assinado eletronicamente por **Marcos Júnior de Moura Paula, Professor**, em 23/07/2025, às 17:19, conforme Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



Documento assinado eletronicamente por **Patricia Carvalho Campos, Professora**, em 23/07/2025, às 17:19, conforme Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <https://sei.ifmg.edu.br/consultadocs> informando o código verificador **2366486** e o código CRC **26282661**.

23209.001793/2025-18

2366486v1

Dedico este trabalho a Deus, à minha família e a mim mesma, por cada esforço silencioso, cada renúncia feita com o coração e pela coragem de seguir em frente, mesmo quando as dificuldades pareciam maiores que a vontade de continuar.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, com todo o meu coração, à minha orientadora, professora Rita, pela orientação, paciência e dedicação ao longo de todo o desenvolvimento deste trabalho. Sua sabedoria, empenho e generosidade com o conhecimento foram fundamentais para que eu pudesse chegar até aqui.

RESUMO

Este trabalho teve como objeto de estudo desta pesquisa é a rotulagem nutricional de alimentos industrializados, com foco na percepção e interpretação dos consumidores. O consumo desses produtos tem crescido de forma expressiva nas últimas décadas, representando uma parcela significativa da dieta dos brasileiros. A metodologia adotada consistiu em uma revisão integrativa envolvendo a busca de trabalhos nas bases científicas Google Acadêmico, Portal de Periódicos da CAPES e SciELO. No total, foram selecionados 16 artigos publicados entre 2020 e 2025. Os resultados indicaram que a rotulagem nutricional exerce papel fundamental na orientação do consumidor, promovendo escolhas mais saudáveis, especialmente quando associada a estratégias visuais e comunicacionais eficazes. Contudo, a efetividade dos rótulos depende da clareza da informação, do *design* dos produtos e do nível de conhecimento do público-alvo. Além disso, as normas regulatórias brasileiras, especialmente a Resolução RDC nº 429/2020, são essenciais para garantir a padronização e a transparência das informações. Como conclusão, destaca-se a necessidade de ações educativas e o desenvolvimento de estratégias de marketing responsáveis que aliem informação clara à promoção da saúde, visando melhorar a qualidade das decisões de compra. Também são indicadas lacunas para futuras pesquisas, sobretudo no estudo do impacto da rotulagem em diferentes perfis de consumidores e contextos regionais, incluindo experimentos com consumidores reais, análises voltadas a públicos específicos, como adolescentes, idosos, pessoas com comorbidades e baixa escolaridade, bem como investigações sobre campanhas educativas, comparações internacionais e aspectos visuais e sensoriais dos rótulos.

Palavras-chave: Rotulagem nutricional. Comportamento do consumidor. Marketing alimentar. Legislação alimentar. Saúde pública.

ABSTRACT

This study focused on the nutritional labeling of processed foods, with an emphasis on consumers' perception and interpretation. The consumption of these products has increased significantly in recent decades, representing a substantial portion of the Brazilian diet. The methodology adopted consisted of an integrative review, involving the search for studies in scientific databases such as Google Scholar, the CAPES Journal Portal, and SciELO. In total, 16 articles published between 2020 and 2025 were selected. The results indicated that nutritional labeling plays a fundamental role in guiding consumers, promoting healthier choices, especially when combined with effective visual and communication strategies. However, the effectiveness of labels depends on the clarity of the information, product design, and the target audience's level of knowledge. Additionally, Brazilian regulatory standards, particularly Resolution RDC No. 429/2020, are essential to ensure standardization and transparency of information. In conclusion, the study highlights the need for educational actions and the development of responsible marketing strategies that combine clear information with health promotion, aiming to improve the quality of purchasing decisions. The research also points out gaps for future studies, especially regarding the impact of labeling on different consumer profiles and regional contexts, including experiments with real consumers, analyses targeting specific audiences such as adolescents, the elderly, people with comorbidities, and those with low educational levels, as well as investigations into educational campaigns, international comparisons, and the visual and sensory aspects of labels.

Keywords: Nutritional labeling. Consumer behavior. Food marketing. Food legislation. Public health.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
2 OBJETIVOS.....	12
2.1 Objetivo geral.....	12
2.2 Objetivos específicos	12
3 REFERENCIAL TEÓRICO	13
3.1 Comportamento do consumidor e escolhas alimentares	13
3.2 Rotulagem nutricional: Conceitos e importância	14
3.3 A influência da rotulagem nutricional no comportamento do consumidor	16
3.4 Estratégias e tecnologias de rotulagem nutricional utilizadas no mercado atual ...	17
4 METODOLOGIA.....	22
5 RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	24
5.1 Influência da rotulagem nutricional nas escolhas alimentares.....	24
5.2 Percepção do consumidor e estímulos na decisão de compra	26
5.3 Aspectos legais e regulatórios da rotulagem nutricional.....	28
5.4 <i>Design</i>, legislação e adequação visual dos rótulos alimentares.....	29
5.5 Síntese integrativa dos resultados.....	31
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	33
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	35

1 INTRODUÇÃO

A alimentação saudável tem se tornado cada vez mais relevante no cotidiano dos consumidores, especialmente diante do crescimento das doenças crônicas associadas à má alimentação, como obesidade, diabetes e hipertensão. Dados do Ministério da Saúde revelam que, em 2023, a prevalência de obesidade no Brasil atingiu 24,3% da população, refletindo um aumento significativo nos últimos anos. O diabetes, por sua vez, acomete 10,2% da população brasileira, enquanto a hipertensão atinge 27,9% dos adultos (BRASIL, 2023).

Diante desse cenário, os rótulos nutricionais emergem como ferramentas fundamentais para promover escolhas alimentares mais conscientes (FERREIRA; LANFER MARQUEZ, 2007). No Brasil, a rotulagem nutricional é regulamentada por normas da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), sendo a Resolução RDC nº 429/2020 a principal referência. Essa normativa define critérios obrigatórios para a rotulagem de alimentos embalados, como formato, conteúdo e apresentação das informações nutricionais. Além disso, estabelece alertas visuais para nutrientes críticos em excesso — como sódio, açúcares e gorduras saturadas — com o intuito de facilitar a compreensão do consumidor e incentivar escolhas mais saudáveis (ANVISA, 2020).

Contudo, estudos demonstram que muitos consumidores ainda enfrentam dificuldades na interpretação dessas informações, o que limita seu potencial educativo (LIMA; GUERRA; LIRA, 2003). Nesse sentido, os sistemas de rotulagem frontal, com destaque para alertas como “alto teor de açúcar”, têm ganhado espaço por comunicarem de forma mais clara os riscos associados ao consumo de determinados produtos (PONTES *et al.*, 2019).

É importante destacar, no entanto, que a presença de rótulos nutricionais influencia, mas não determina, as decisões de compra. O comportamento do consumidor é mediado por fatores como nível de escolaridade, interesse pela saúde e capacidade de compreensão das informações fornecidas (BENDINO *et al.*, 2012). Assim, torna-se essencial investigar como os consumidores se relacionam com esses dados e se, de fato, os utilizam no momento da escolha dos alimentos.

A problemática que orienta este estudo pode ser expressa na seguinte questão: Como as informações nutricionais presentes nos rótulos são compreendidas e utilizadas pelos consumidores no momento da escolha dos alimentos? Trata-se, portanto, de uma pesquisa qualitativa, que busca compreender os sentidos atribuídos pelos consumidores a essas informações.

O objeto de estudo desta pesquisa é a rotulagem nutricional de alimentos industrializados, com foco na percepção e interpretação dos consumidores. O consumo desses produtos tem crescido de forma expressiva nas últimas décadas, representando uma parcela significativa da dieta dos brasileiros.

De acordo com a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2017-2018), cerca de 25% dos gastos alimentares das famílias são destinados a alimentos industrializados, como biscoitos, refrigerantes, embutidos e refeições prontas (IBGE, 2020). Tal aumento está associado à praticidade, conveniência e ampla disponibilidade desses produtos no mercado.

No entanto, o elevado consumo de alimentos industrializados — frequentemente ricos em sódio, açúcares e gorduras — está diretamente relacionado ao agravamento de problemas de saúde pública, como o crescimento da obesidade e das doenças crônicas não transmissíveis (BRASIL, 2023). Diante desse contexto, o presente estudo pretende, por meio de uma revisão de literatura, reunir as principais evidências científicas sobre a influência – ou não – dos rótulos nutricionais no comportamento de compra dos consumidores.

A justificativa deste trabalho fundamenta-se na necessidade de fortalecer políticas públicas voltadas à educação alimentar e nutricional. A partir da compreensão do impacto da rotulagem nutricional nas decisões de compra, será possível identificar lacunas na comunicação e propor melhorias nas estratégias informativas. Como defendem Smith e Almeida-Muradian (2011), a rotulagem nutricional precisa ser constantemente aprimorada para cumprir, de fato, seu papel educativo.

Este trabalho está estruturado em cinco capítulos. Após esta introdução, apresenta-se a fundamentação teórica, que abordou os principais conceitos de marketing, comportamento do consumidor e rotulagem nutricional. Em seguida, foi detalhada a metodologia adotada na revisão de literatura. Na sequência, os resultados e discussões trouxeram uma análise crítica do material encontrado. Por fim, as considerações finais apresentaram as conclusões do estudo e sugestões para futuras pesquisas na área.

2 OBJETIVOS

Nesta seção, foram apresentados os objetivos que nortearam a realização deste trabalho. O objetivo geral define a finalidade principal do estudo, enquanto os objetivos específicos detalham metas pontuais que contribuirão para a consecução do objetivo geral.

2.1 Objetivo geral

Analisar a literatura científica sobre a influência da rotulagem nutricional no comportamento do consumidor de alimentos industrializados.

2.2 Objetivos específicos

- Identificar os principais aspectos da rotulagem nutricional regulamentada no Brasil e sua função educativa;
- identificar como os consumidores percebem, interpretam e utilizam as informações nutricionais presentes nos rótulos de alimentos industrializados,
- Investigar os fatores que interferem na compreensão e utilização das informações nutricionais pelos consumidores;
- Avaliar as limitações e desafios da rotulagem nutricional como instrumento de saúde pública.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo aborda os principais conceitos relacionados à rotulagem nutricional e seu impacto no comportamento do consumidor. Discute-se a percepção dos consumidores frente às informações nutricionais, a influência dessas informações nas escolhas alimentares, os fundamentos da rotulagem nutricional e a legislação vigente no Brasil.

3.1 Comportamento do consumidor e escolhas alimentares

O comportamento do consumidor, segundo Solomon (2015), envolve o estudo dos processos pelos quais indivíduos ou grupos escolhem, compram, utilizam e descartam produtos, serviços ou ideias. Esse conceito abrange fatores culturais, sociais e psicológicos que influenciam as decisões de consumo. Compreender esses aspectos é fundamental para que as empresas desenvolvam estratégias mais eficazes e alinhadas às necessidades dos consumidores.

Os estudos sobre comportamento do consumidor têm como objetivo compreender tanto os fatores internos — como percepção, motivações, aprendizagem, memórias e atitudes — quanto os fatores externos, que envolvem dados demográficos, além de influências sociais e culturais que afetam as decisões de compra. Dessa forma, busca-se compreender os elementos que levam determinados grupos a preferirem um produto em detrimento de outro. Esse conhecimento permite explicar as preferências e os hábitos de consumo, além de subsidiar as empresas no desenvolvimento de estratégias mais assertivas para a produção, comercialização e comunicação de seus produtos (BANOVA, 2020).

Para Köster (2009), a escolha de alimentos está entre os comportamentos humanos mais comuns e, embora pareça simples, apresenta complexidade, pois é um comportamento determinado por muitos fatores e suas interações. Esses fatores incluem aspectos fisiológicos, emocionais, sensoriais, culturais, sociais e contextuais, que atuam de forma simultânea e dinâmica. Além disso, muitas dessas decisões ocorrem de maneira automática e inconsciente, moldadas por experiências anteriores, hábitos e pelo ambiente em que o indivíduo está inserido.

Compreender o comportamento alimentar requer uma abordagem multidimensional, que leve em conta tanto os processos racionais quanto os impulsos e influências externas. Os estímulos externos atuam por meio de processos de aprendizagem que, ao longo do tempo, despertam respostas hedônicas no indivíduo, levando-o a preferir

determinados alimentos em detrimento de outros. Embora tais preferências possam se modificar, pesquisas sobre gostos adquiridos indicam que, uma vez estabelecidas, tendem a se manter estáveis ao longo do tempo, especialmente na ausência de intervenções específicas (PRESCOTT, 2020).

Nesse sentido, compreender os múltiplos fatores que influenciam o comportamento alimentar dos consumidores torna-se essencial para o desenvolvimento de estratégias que promovam escolhas mais saudáveis. Entre essas estratégias, destaca-se a rotulagem nutricional, que atua como uma interface entre a indústria e o consumidor, fornecendo informações que podem orientar decisões alimentares mais conscientes. Estudos demonstram que, quando bem elaborada, a rotulagem nutricional tem o potencial de influenciar positivamente o comportamento de compra, especialmente ao facilitar a compreensão dos nutrientes críticos e auxiliar na comparação entre produtos (MORAES *et al.*, 2021). Assim, a análise da rotulagem nutricional se torna uma etapa crucial para compreender como os consumidores processam, interpretam e utilizam as informações disponíveis no momento da escolha alimentar.

3.2 Rotulagem nutricional: Conceitos e importância

De acordo com Ferreira e Lanfer-Marquez (2007), a rotulagem nutricional surgiu como resposta à crescente preocupação mundial com a saúde pública e com a necessidade de oferecer ao consumidor informações claras e padronizadas sobre a composição dos alimentos. Inicialmente, a rotulagem foi impulsionada por diretrizes internacionais, especialmente aquelas formuladas pelo *Codex Alimentarius*, criado pela Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO) e pela Organização Mundial da Saúde (OMS).

No Brasil, a regulamentação da rotulagem teve início nos anos 1990, com o objetivo de garantir o direito à informação e permitir que os consumidores fizessem escolhas alimentares mais seguras e conscientes. Esse processo foi consolidado com a publicação de normas pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), que estabeleceram parâmetros técnicos para a declaração obrigatória de nutrientes nos rótulos de alimentos industrializados, contribuindo para a promoção da saúde e o fortalecimento da cidadania alimentar (FERREIRA; LANFER-MARQUEZ, 2007).

A rotulagem nutricional é uma ferramenta essencial de comunicação entre a indústria alimentícia e o consumidor, cujo principal objetivo é informar sobre as propriedades nutricionais dos alimentos e permitir escolhas alimentares mais conscientes e saudáveis. Ela

fornece dados como valor energético, quantidade de macronutrientes e micronutrientes por porção, ajudando na construção de uma dieta equilibrada e na prevenção de doenças crônicas não transmissíveis (DCNT), como obesidade, hipertensão e diabetes (SILVA *et al.* 2024).

A rotulagem deve ser compreendida como uma ferramenta de promoção da saúde pública, permitindo que o consumidor selecione alimentos mais adequados às suas necessidades nutricionais. Trata-se de um elemento educativo que estimula a reflexão crítica sobre os hábitos alimentares e oferece subsídios para escolhas informadas no momento da compra (SILVA *et al.* 2024).

A regulamentação brasileira, por meio da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), normatiza a obrigatoriedade da rotulagem nutricional nos alimentos embalados desde 2001. Com a RDC nº 429/2020 e a IN nº 75/2020, foram introduzidas mudanças significativas, como a rotulagem nutricional frontal. Essa rotulagem, posicionada na frente das embalagens, utiliza selos de advertência em formato de lupa para alertar sobre o alto teor de açúcares, sódio e gorduras saturadas, tornando as informações mais visíveis e acessíveis (SILVA *et al.* 2024; PINHEIRO *et al.* 2024),

Pode-se afirmar que a rotulagem nutricional exerce também uma função pedagógica e regulatória. De acordo com o Código de Defesa do Consumidor, ela deve apresentar informações claras, legíveis e não enganosas, resguardando o direito à informação adequada (BRASIL, 1990). Isso reforça seu papel não apenas como meio de instrução sobre o conteúdo nutricional dos alimentos, mas também como um instrumento legal que fortalece a proteção do consumidor (SILVA *et al.* 2024).

Além de seu papel informativo e educativo, a rotulagem nutricional exerce influência significativa sobre a formulação dos produtos pela indústria alimentícia. A imposição de selos de advertência — especialmente em modelos de rotulagem frontal — tem funcionado como um incentivo regulatório para a reformulação de alimentos processados, com o objetivo de evitar a associação negativa causada por alertas visuais.

Evidências empíricas indicam que a implementação de regulamentações mais rígidas tem motivado fabricantes a reduzir voluntariamente os teores de açúcares adicionados, sódio e gorduras saturadas em seus produtos, promovendo, ainda que de forma indireta, uma melhora substancial no perfil nutricional dos alimentos disponíveis no mercado (TAILLIE *et al.*, 2020).

Contudo, apesar dos avanços, a efetividade da rotulagem depende do nível de letramento nutricional da população. Muitos consumidores ainda têm dificuldades na interpretação das informações, especialmente quando o *layout* dos rótulos exige esforço

cognitivo elevado, ou quando os dados são apresentados em linguagem técnica ou pouco acessível. Por isso, torna-se fundamental o desenvolvimento de ações educativas paralelas para maximizar o potencial desse recurso informacional e promover mudanças efetivas nos hábitos alimentares dos consumidores (LIMA; GUERRA; LIRA, 2003).

3.3 A influência da rotulagem nutricional no comportamento do consumidor

A rotulagem nutricional tem se mostrado uma ferramenta relevante na orientação do comportamento alimentar do consumidor, contribuindo para decisões mais conscientes no momento da compra. De acordo com Silva *et al.* (2024), os rótulos promovem a segurança alimentar ao fornecer informações claras e diretas sobre os alimentos, atuando como instrumento de educação nutricional e incentivando escolhas mais saudáveis.

Diversos estudos apontam que o consumidor valoriza a presença de informações nutricionais nos rótulos, embora nem sempre compreenda completamente o seu conteúdo. Em uma pesquisa realizada em um supermercado em Uberlândia/MG, foi constatado que a maioria dos entrevistados considera os rótulos importantes, mas uma parcela significativa relata dificuldades na leitura e interpretação, principalmente em razão do tamanho da fonte e da complexidade das informações (PINHEIRO *et al.*, 2024).

A introdução da rotulagem nutricional frontal, conforme estabelecido pela RDC nº 429/2020, buscou justamente melhorar esse aspecto, apresentando alertas visuais mais claros sobre teores elevados de sódio, açúcares adicionados e gorduras saturadas. Estudos com estudantes universitários mostram que símbolos como a lupa são reconhecidos e associados a maior atenção aos riscos nutricionais, ainda que nem sempre levem à redução do consumo (SESSA *et al.*, 2025).

Pesquisas recentes têm demonstrado que a rotulagem nutricional frontal é mais eficaz na comunicação de riscos à saúde do que os modelos tradicionais situados no verso das embalagens. Um estudo conduzido por Ares *et al.* (2021), com consumidores latino-americanos, mostrou que os selos de advertência frontais, como os adotados no Chile e posteriormente no Brasil, aumentam significativamente a percepção de risco e reduzem a intenção de compra de produtos com excesso de nutrientes críticos.

Nesse mesmo sentido, Khandpur *et al.* (2020) destacam que a rotulagem frontal funciona como uma estratégia populacional de saúde pública, pois seu *design* favorece a atenção e compreensão mesmo em contextos de tempo reduzido e múltiplas opções de consumo, como ocorre em supermercados. Esses modelos visuais simplificados auxiliam

consumidores a identificar rapidamente produtos menos saudáveis, promovendo escolhas alimentares mais seguras.

A eficácia da rotulagem, no entanto, ainda varia conforme o perfil sociodemográfico do consumidor. Fatores como escolaridade, idade, gênero e renda influenciam diretamente a capacidade de interpretação e o uso efetivo da informação nutricional no momento da compra. O nível de letramento nutricional se apresenta como um fator determinante para que o consumidor interprete corretamente os dados disponíveis e os utilize em favor de uma alimentação mais saudável (SILVA *et al.*, 2024).

Embora a rotulagem nutricional seja uma estratégia eficiente de comunicação e educação alimentar, ela se mostra insuficiente quando utilizada de forma isolada. Pesquisas indicam que, mesmo entre aqueles que reconhecem e compreendem os alertas, muitos ainda mantêm hábitos de consumo prejudiciais, indicando que fatores culturais, emocionais e econômicos também pesam na decisão de compra (FIDELIS *et al.*, 2024; JAPUR *et al.*, 2021).

Além disso, a inadequação de parte dos rótulos à legislação vigente compromete a confiabilidade da informação, gerando insegurança no consumidor e diminuindo a efetividade dessa estratégia como ferramenta de saúde pública (AREVALO; SANCHES, 2022). Dessa forma, a rotulagem nutricional influencia o comportamento do consumidor, mas sua eficácia depende da clareza da informação, da adequação à legislação, do contexto sociocultural e de ações educativas complementares que capacitem o público a interpretar corretamente os dados apresentados e transformá-los em escolhas alimentares mais saudáveis.

3.4 Estratégias e tecnologias de rotulagem nutricional utilizadas no mercado atual

O avanço das regulamentações sanitárias e das demandas por maior transparência no consumo tem impulsionado a adoção de novas estratégias e tecnologias aplicadas à rotulagem nutricional. A Resolução RDC nº 429/2020 e a Instrução Normativa nº 75/2020, ambas da ANVISA, trouxeram mudanças significativas para a forma como as informações nutricionais são apresentadas nas embalagens, tornando-as mais acessíveis e padronizadas. Essas normas instituíram, por exemplo, a obrigatoriedade da rotulagem frontal com o uso do símbolo da lupa para indicar alto teor de sódio, gorduras saturadas e açúcares adicionados, posicionando-se como um atalho visual para facilitar o julgamento nutricional dos produtos (SESSA *et al.*, 2025).

A Resolução RDC nº 429/2020 determina a obrigatoriedade da exibição da tabela de informações nutricionais nos rótulos de alimentos embalados, abrangendo também bebidas, ingredientes, aditivos alimentares e coadjuvantes de tecnologia — mesmo quando destinados exclusivamente ao processamento industrial ou a serviços de alimentação. Essa normativa define os componentes que devem constar na tabela, como valor energético (kcal), carboidratos (g), açúcares totais (g), açúcares adicionados (g), proteínas (g), gorduras totais (g), gorduras saturadas (g), gorduras trans (g), fibra alimentar (g), sódio (mg) e qualquer outro nutriente ou substância mencionada em alegações nutricionais, funcionais ou de saúde. Vale destacar que os elementos exigidos anteriormente pela RDC nº 360/2003 foram mantidos, sendo acrescentadas as informações sobre açúcares totais e açúcares adicionados (BRASIL, 2020).

A Anvisa disponibiliza modelos padronizados para a declaração da tabela de informação nutricional, em conformidade com a RDC nº 429/2020 e a Instrução Normativa nº 75/2020, a fim de garantir clareza e uniformidade nas informações prestadas ao consumidor. Entre os formatos oficiais disponibilizados, destaca-se o modelo vertical, apresentado na Figura 1, recomendado para a maioria das embalagens por sua disposição clara e organizada dos dados nutricionais.

Figura 1 – Modelo vertical de declaração da tabela de informação nutricional

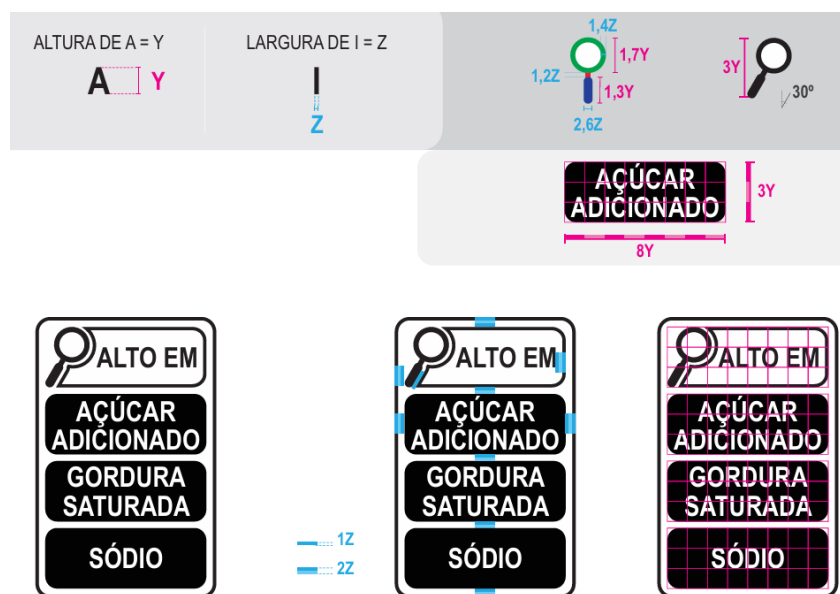
INFORMAÇÃO NUTRICIONAL			
Porções por embalagem: 000			
Porção: 000 g (medida caseira)			
	100 g	000 g	%VD*
Valor energético (kcal)			
Carboidratos (g)			
Açúcares totais (g)			
Açúcares adicionados (g)			
Proteínas (g)			
Gorduras totais (g)			
Gorduras saturadas (g)			
Gorduras trans (g)			
Fibras alimentares (g)			
Sódio (mg)			

*Percentual de valores diários fornecidos pela porção.

Fonte: Brasil (2020b)

Além disso, a agência disponibiliza orientações técnicas sobre o padrão gráfico técnico para a rotulagem nutricional frontal, conforme demonstrado na Figura 2, o qual estabelece as áreas específicas da embalagem destinadas à aplicação dos selos de advertência referentes ao excesso de açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio, quando presentes em quantidades superiores aos limites estabelecidos. Esses materiais visam facilitar a adequação das indústrias às normas vigentes e promover uma comunicação mais transparente com o consumidor.

Figura 2 – Malha construtiva – rotulagem frontal



Fonte: Brasil (2020c)

Entre as principais tecnologias aplicadas à rotulagem nutricional destaca-se o modelo *Front-of-Pack* (FOP), que reúne elementos gráficos como selos, ícones ou semáforos, projetados para chamar a atenção do consumidor e informar de forma simplificada os riscos nutricionais do produto. Estudos demonstram que o uso de semáforo nutricional ou de ícones com alertas de cor são eficazes em atrair a atenção visual do consumidor e influenciar suas intenções de compra, especialmente quando associados a modelos com maior contraste e clareza visual (FIDELIS *et al.*, 2024).

Uma pesquisa conduzida pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor – IDEC (2013) com participação de 807 mulheres brasileiras, revelou que aproximadamente 80% das entrevistadas preferem o modelo de rotulagem nutricional no formato de “semáforo” em comparação ao modelo tradicional. O principal motivo apontado foi a facilidade de

compreensão, uma vez que o sistema semafórico utiliza cores (verde, amarelo e vermelho) associadas aos níveis dos nutrientes críticos, como açúcares, sódio e gorduras saturadas, além de apresentar informações em letras maiores e na parte frontal da embalagem. O estudo evidenciou que esse formato favorece escolhas alimentares mais conscientes, especialmente entre consumidoras com doenças crônicas, como hipertensão, diabetes e colesterol elevado, que necessitam de maior atenção às informações nutricionais. Os dados reforçam a importância de adotar sistemas de rotulagem mais visuais e acessíveis, que ampliem o entendimento do consumidor e promovam hábitos alimentares mais saudáveis.

A Figura 3 exemplifica o modelo de rotulagem nutricional conhecido como semáforo nutricional, utilizado para informar de forma clara e visual os níveis de nutrientes críticos em alimentos industrializados. Nesse formato, os nutrientes são classificados em baixo (verde), médio (amarelo) ou alto (vermelho), conforme os percentuais dos valores diários de referência. No exemplo, uma porção de 25 g apresenta baixo teor de açúcares (1%), alto teor de gordura saturada (18%) e médio teor de sódio (6%), facilitando a interpretação rápida pelo consumidor. Apesar de sua eficácia reconhecida em estudos nacionais e internacionais, o modelo semafórico não é o formato oficial adotado pela Anvisa no Brasil. A agência optou pelo sistema de rotulagem nutricional frontal com selos de advertência no formato de lupa preta acompanhada da expressão “ALTO EM”, conforme estabelecido pela RDC nº 429/2020 e regulamentado pela Instrução Normativa nº 75/2020.

Figura 3 – Modelo de semáforo nutricional



Fonte: Rede Rotulagem (2019)

Outra estratégia relevante está na adaptação do *design* gráfico das embalagens para acomodar as novas exigências legais sem comprometer a atratividade do produto. O *design* passou a integrar aspectos regulatórios com critérios de usabilidade e legibilidade,

como a padronização da tabela nutricional com fundo branco e letras pretas, que busca melhorar a leitura e minimizar ambiguidades interpretativas. Essas alterações exigem, inclusive, adaptações técnicas por parte da indústria alimentícia, que passou a incorporar critérios como contraste, posição e simplicidade visual nos *layouts* dos rótulos (ALEM; DANTAS, 2022).

Além disso, a rotulagem nutricional tem sido empregada de forma estratégica por empresas para agregar valor aos produtos, por meio de alegações nutricionais complementares, como “rico em fibras” ou “baixo teor de gordura”, desde que em conformidade com as diretrizes da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) e do *Codex Alimentarius*. Essa abordagem, conhecida como Informação Nutricional Complementar (INC), visa destacar aspectos positivos da composição do produto e, simultaneamente, atender à crescente demanda dos consumidores por alimentos mais saudáveis e funcionais (SILVA *et al.*, 2024).

Apesar das inovações tecnológicas e gráficas, a eficácia das estratégias de rotulagem ainda depende da percepção e compreensão do consumidor. Dessa forma, as tecnologias e estratégias de rotulagem nutricional atualmente utilizadas no mercado representam um avanço em termos de clareza e acessibilidade da informação, mas seu pleno aproveitamento exige investimentos paralelos em educação nutricional, inovação no *design* informativo e monitoramento regulatório constante (SESSA *et al.*, 2025).

4 METODOLOGIA

Este estudo adotou uma abordagem qualitativa de natureza exploratória, utilizando-se do método de revisão integrativa da literatura. Conforme orientações metodológicas de Souza, Silva e Carvalho (2010), a revisão integrativa permite a reunião, avaliação e síntese de resultados de pesquisas sobre um tema específico, com o objetivo de aprofundar a compreensão do fenômeno investigado e identificar lacunas no conhecimento científico.

A revisão integrativa foi escolhida por possibilitar uma visão ampla sobre como a rotulagem nutricional influencia o comportamento do consumidor, considerando diferentes perspectivas teóricas e empíricas já consolidadas na literatura. De acordo com Torracco (2016), esse método permite a construção de novos entendimentos a partir da integração de estudos anteriores, sendo especialmente eficaz para revisar áreas de conhecimento já desenvolvidas, mas que ainda carecem de sínteses que articulem suas contribuições de forma estruturada e crítica.

O procedimento envolveu a definição de critérios de inclusão e exclusão, a seleção dos artigos, a análise dos conteúdos relevantes e a sistematização dos achados. A pesquisa foi realizada em três bases de dados: Google Acadêmico, Portal de Periódicos da CAPES e SciELO, com o objetivo de selecionar artigos relevantes para o tema. No Google Acadêmico, utilizou-se os descritores “rotulagem nutricional”, “comportamento do consumidor” e “influência”, no período de 2024 a 2025, resultando em 50 artigos, dos quais 7 foram selecionados para a análise. Na base CAPES, a busca com os termos “rotulagem nutricional” e “consumidor”, no período de 2020 a 2025, retornou 36 resultados, sendo 5 considerados pertinentes. Já na SciELO, a pesquisa com o descritor “rotulagem nutricional”, abrangendo o período de 2020 a 2025, encontrou 11 publicações, das quais 4 foram selecionadas.

Os critérios de inclusão adotados neste estudo envolveram publicações que abordassem de forma direta a relação entre rotulagem nutricional e comportamento do consumidor, com foco em alimentos industrializados. Foram considerados somente artigos científicos disponíveis na íntegra, publicados entre os anos de 2020 e 2025, e que estivessem disponíveis nas bases Google Acadêmico, Portal de Periódicos da CAPES e SciELO, por serem fontes consolidadas na produção científica nacional. Além disso, privilegiou-se a seleção de estudos que apresentassem metodologia clara, fundamentação teórica consistente e resultados alinhados aos objetivos desta pesquisa.

Os critérios de exclusão eliminaram da análise os trabalhos que não possuíam relação direta com a temática da rotulagem nutricional, como pesquisas voltadas exclusivamente à legislação sanitária, sem abordagem comportamental ou de marketing. Também foram excluídos trabalhos de natureza acadêmica não publicados, como monografias, TCCs, dissertações e teses, bem como artigos repetidos nas bases, textos com metodologia indefinida ou com foco apenas em aspectos técnicos da rotulagem. Foram desconsideradas ainda publicações com linguagem excessivamente técnica voltada à área da saúde ou com foco exclusivo em nutrição clínica.

Ao todo, 97 artigos foram identificados inicialmente e 16 foram escolhidos com base nos critérios de inclusão e exclusão, compondo a base da revisão integrativa deste estudo, conforme indicado na Tabela 1.

Tabela 1 – Seleção dos artigos nas bases científicas

Base de Dados	Descritores utilizados	Período	Resultados totais	Artigos selecionados
Google Acadêmico	“rotulagem nutricional” e “comportamento do consumidor”	2024-2025	50	7
CAPES	“rotulagem nutricional” e “consumidor”	2020-2025	36	5
SciElo	“rotulagem nutricional”	2020-2025	11	4
Total geral			97	16

Fonte: Elaborado pela autora, 2025

Os estudos foram organizados conforme critérios temáticos e, posteriormente, classificados em categorias analíticas com base na técnica de análise de conteúdo proposta por Bardin (2011), a fim de facilitar a discussão dos resultados. Essa categorização permitiu identificar tendências, lacunas e padrões na literatura recente sobre o tema, possibilitando uma análise crítica da influência da rotulagem nutricional nas escolhas alimentares dos consumidores, sob a ótica do marketing e do comportamento do consumidor.

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Esta seção apresenta a organização dos artigos selecionados para a revisão integrativa, agrupados em categorias temáticas de acordo com o foco principal de cada estudo. Essa divisão facilitou a análise e discussão dos resultados no desenvolvimento do trabalho.

5.1 Influência da rotulagem nutricional nas escolhas alimentares

No Quadro 1 foram apresentados os artigos classificados na primeira categoria de resultados deste estudo.

Quadro 1 – Influência da rotulagem nutricional nas escolhas alimentares

Título	Autores	Revista	Ano
Influência da rotulagem nutricional sobre as escolhas alimentares de consumidores de um supermercado em Uberlândia/MG	Nathália Pinheiro Fernanda Barbosa Borges Jardim Helen Mara dos Santos Deborah Santesso Bonnas	Revista de Alimentação, Nutrição e Saúde	2024
Estudo da rotulagem nutricional dos alimentos: educação para o consumo saudável no ambiente escolar	Geny Abigail Fidelis Suzana Maria Della Lucia Carlos Henrique Osório Silva Luis Antônio Minim Valéria Paula Rodrigues Minim	Revista Ponto de Vista	2024
Rotulagem nutricional e o consumidor: uma ferramenta promotora da segurança alimentar e nutricional	Camylla Karolayne dos Santos Silva Fabio Adriano Ribeiro Da Silva Naiara Emanuela da Silva Santos	Revista Contribuciones a Las Ciencias Sociales (CLCS)	2024
Avaliação do impacto da nova rotulagem nutricional na composição de alimentos industrializados e nas escolhas alimentares de consumidores brasileiros	Isadora Garcia Pires	Repositório Universidade Federal De Uberlândia	2024

Avaliação do comportamento do consumidor brasileiro frente à nova rotulagem nutricional em produtos alimentícios	Eliana Maria de Mira do Couto Raquel Coldibelli Ribeiro, Emanuelle Morais de Oliveira Maiquel Moreira Nunes Santos	Revista Agrária Acadêmica	2023
--	---	---------------------------	------

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

A rotulagem nutricional desempenha papel fundamental na orientação do consumidor durante a escolha dos alimentos, influenciando diretamente seus hábitos alimentares. Em um estudo realizado em um supermercado de Uberlândia/MG, Pinheiro *et al.* (2023) observaram que a presença e a clareza das informações nutricionais nos rótulos contribuem para escolhas mais conscientes, especialmente quando o consumidor possui maior interesse e conhecimento sobre alimentação saudável. Esse cenário evidencia a importância dos rótulos como ferramentas que auxiliam na promoção da saúde pública.

Além disso, a educação para o consumo saudável no ambiente escolar tem sido apontada como uma estratégia importante para fortalecer a compreensão e o uso efetivo das informações nutricionais presentes nos alimentos. Fidelis *et al.* (2022) destacam que o ensino sobre rotulagem alimentar contribui para o desenvolvimento de habilidades críticas nos alunos, preparando-os para decisões alimentares mais saudáveis desde a infância, o que reforça a importância da rotulagem aliada à educação alimentar.

No que diz respeito à segurança alimentar e nutricional, Silva, Silva e Santos (2021) ressaltam que a rotulagem nutricional é uma ferramenta que vai além da simples informação, atuando como um meio de promover a saúde coletiva ao possibilitar que os consumidores identifiquem produtos que atendam suas necessidades dietéticas, prevenindo o consumo excessivo de nutrientes prejudiciais como açúcares e gorduras saturadas.

Estudos mais recentes também analisam o impacto da nova rotulagem nutricional, que inclui alertas frontais, na composição dos alimentos industrializados e no comportamento do consumidor. Pires (2024) verificou que, além de influenciar a percepção dos consumidores, essas novas normas têm incentivado a reformulação dos produtos por parte das indústrias, buscando adequar suas composições para atender aos critérios estabelecidos e conquistar um público mais preocupado com a saúde.

Complementando essa perspectiva, Couto *et al.* (2023) investigaram o comportamento do consumidor brasileiro frente à nova rotulagem nutricional, confirmando que o entendimento claro dos avisos frontais contribui significativamente para a redução da

compra de alimentos com altos teores de sódio, açúcares e gorduras saturadas. Contudo, destacam que fatores como nível educacional e hábitos alimentares prévios também modulam a eficácia da rotulagem na mudança comportamental.

Esses estudos, portanto, evidenciam que a rotulagem nutricional exerce influência direta nas escolhas alimentares, mas seu impacto é potencializado quando associada a estratégias educacionais e políticas públicas que promovam a alfabetização nutricional e a reformulação dos alimentos industrializados.

5.2 Percepção do consumidor e estímulos na decisão de compra

O Quadro 2 mostra a caracterização dos artigos que compõem a segunda categoria de análise.

Quadro 2 – Percepção do consumidor e estímulos na decisão de compra

Título	Autores	Revista	Ano
Percepção dos alunos de graduação de uma faculdade privada no interior de São Paulo sobre a nova rotulagem nutricional frontal	Ana Maria de Sessa Denilson Escame Lais Nasário do Nascimento Sant’Ana Vanessa Vanderléia Merlini	Revista Foco	2025
Disponibilidade de informação sobre quantidade de açúcar em alimentos industrializados	Camila Cremonezi Japur Dyessa Cardoso Bernardes Assunção Raíssa Aparecida Borges Batista Fernanda Rodrigues de Oliveira Penaforte	Ciência & Saúde Coletiva	2021
Marketing olfativo: o uso estratégico dos aromas no setor alimentício e o seu impacto no comportamento do consumidor	Antônio Carlos Efig Maristela Denise Marques de Souza Natalia Michelini Paviani	Revista Eletrônica de Direito Civil	2024
Efeitos das estratégias de comunicação na decisão de compra de alimentos industrializados em Mato Grosso	Ronaldy Felipe Santos Rocha Alencar Garcia Bacarji	Revista de Gestão e Secretariado	2024
Rotulagem nutricional: reflexões	Wyncia Bastos da	Revista de Direito	2024

sobre as limitações comportamentais à estratégia de divulgação de informação	Silva	Contemporâneo UNIDEP	
Rótulos no varejo de autosserviço: a forma de apresentação da informação nutricional na embalagem pode aumentar a percepção de saudabilidade e a intenção de compra?	Bianca Castro da Silva Maraninchi Ricci Vinícius Sittoni Brasil Stefânia Ordovás de Almeida	Brazilian Journal of Marketing	2020

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

A percepção do consumidor em relação à rotulagem nutricional é um aspecto fundamental para compreender como as informações presentes nos produtos influenciam suas decisões de compra. Sessa *et al.* (2024) investigaram a percepção dos alunos de graduação sobre a nova rotulagem nutricional frontal, constatando que essa forma de rotulagem, mais visual e direta, tende a aumentar a atenção dos consumidores, facilitando a identificação rápida de produtos considerados mais saudáveis. Isso sugere que o *design* e a apresentação da informação são determinantes para a eficácia da comunicação nutricional.

Outro fator relevante está relacionado à disponibilidade e clareza das informações específicas, como a quantidade de açúcar presente nos alimentos industrializados. Japur *et al.* (2023) destacam que a falta de informações detalhadas ou a apresentação pouco clara pode dificultar a compreensão do consumidor, limitando sua capacidade de fazer escolhas mais conscientes e saudáveis. Assim, a transparência e a padronização das informações são pontos-chave para melhorar a percepção do consumidor.

Além da rotulagem visual, estímulos sensoriais externos, como o marketing olfativo, têm impacto significativo no comportamento de compra. Efung, Souza e Paviani (2024) mostraram que aromas estratégicos utilizados no setor alimentício influenciam positivamente a percepção do produto e podem aumentar a intenção de compra, atuando diretamente no ambiente de varejo e complementando as informações nutricionais disponíveis.

As estratégias de comunicação em geral também desempenham papel importante na decisão de compra. Rocha e Bacarji (2024) analisaram os efeitos dessas estratégias sobre consumidores de alimentos industrializados no estado de Mato Grosso, destacando que

campanhas educativas e informativas, combinadas com rotulagem eficiente, potencializam a conscientização dos consumidores e promovem mudanças de comportamento.

No entanto, Silva (2024) alerta para as limitações comportamentais enfrentadas pela rotulagem nutricional enquanto estratégia de divulgação, apontando que fatores psicológicos e culturais muitas vezes dificultam a assimilação da informação, mesmo quando ela está clara e acessível. Isso evidencia a necessidade de abordagens complementares que considerem as dimensões comportamentais do consumo.

Por fim, Ricci, Brasil e Almeida (2020) enfatizam que a forma de apresentação da informação nutricional nos rótulos pode aumentar a percepção de saudabilidade e a intenção de compra, especialmente em ambientes de autosserviço. O layout, as cores e os símbolos utilizados nos rótulos são componentes que influenciam diretamente a avaliação do consumidor sobre o produto e sua decisão final de compra.

Dessa forma, a percepção do consumidor e os estímulos externos atuam conjuntamente para moldar o comportamento de compra, sendo a rotulagem nutricional um elemento essencial, mas que deve ser complementado por estratégias de marketing e comunicação eficazes.

5.3 Aspectos legais e regulatórios da rotulagem nutricional

O Quadro 3 indica os artigos que pertencem à terceira categoria identificada.

Quadro 3 – Aspectos legais e regulatórios da rotulagem nutricional

Título	Autores	Revista	Ano
Direito do consumidor e marketing em rotulagem de alimentos	Vanecy Matias da Silva Regilda Saraiva dos Reis Moreira Araújo Efren Paulo Porfirio de Sá Lima	Revista Observatorio de La Economía Latinoamericana (OLEL)	2024
Os Padrões de Identidade e Qualidade dos Alimentos: uma Análise de suas Transformações no Brasil	Marília Luz David Julia Silvia Guivant		2020

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

A rotulagem nutricional está fortemente vinculada ao arcabouço jurídico que visa garantir os direitos do consumidor e a transparência nas informações disponibilizadas nos

alimentos comercializados. Silva, Araújo e Lima (2024) discutem a importância do direito do consumidor associado ao marketing em rotulagem de alimentos, ressaltando que a legislação atua como instrumento fundamental para assegurar que as informações apresentadas nos rótulos sejam claras, verdadeiras e não induzam ao erro. A atuação regulatória deve equilibrar os interesses do mercado e a proteção da saúde pública, promovendo o direito à informação adequada para escolhas alimentares conscientes.

Além disso, David e Guivant (2020) analisam os padrões de identidade e qualidade dos alimentos no Brasil, destacando as transformações ocorridas nas últimas décadas no âmbito regulatório. Eles evidenciam que as normas evoluíram para acompanhar a crescente complexidade dos produtos industrializados, incluindo especificações detalhadas que impactam diretamente a rotulagem nutricional. Essas mudanças refletem um esforço para harmonizar a segurança alimentar e a qualidade dos produtos, contribuindo para a efetividade da rotulagem como ferramenta de saúde pública.

A consolidação de normas, como a RDC nº 429/2020 da ANVISA, integra esse contexto regulatório ao estabelecer critérios claros para a rotulagem nutricional obrigatória, incluindo a padronização dos alertas de nutrientes críticos, como sódio e açúcares, fortalecendo a proteção do consumidor (SILVA; ARAÚJO; LIMA, 2024; DAVID; GUIVANT, 2020). Essas regulamentações também criam um ambiente que favorece a concorrência justa entre os fabricantes e oferece ao consumidor subsídios para a tomada de decisão informada.

Dessa forma, a compreensão dos aspectos legais e regulatórios é imprescindível para a avaliação da rotulagem nutricional, já que eles moldam o conteúdo, o formato e a comunicação das informações nos rótulos, influenciando diretamente sua eficácia e o comportamento do consumidor.

5.4 *Design*, legislação e adequação visual dos rótulos alimentares

No Quadro 4, são destacados os artigos classificados na quarta categoria de análise.

Quadro 4 – *Design*, legislação e adequação visual dos rótulos alimentares

Título	Autores	Revista	Ano
Rotulagem nutricional e <i>design</i> : uma análise da aplicação da RDC N°429	Thaís Helena Behar Alem Denise Dantas	Anais do 6º Seminário de Pesquisa Programa de Pós-graduação em DESIGN	2022
Avaliação de rótulos de suplementos alimentares frente à legislação brasileira vigente	Rafael de Carvalho Arevalo, Fabiane La Flor Ziegler Sanches	Brazilian Journal of Food Technology	2022

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

O *design* dos rótulos alimentares desempenha um papel fundamental na eficácia da comunicação das informações nutricionais ao consumidor, influenciando diretamente a percepção, a compreensão e, conseqüentemente, as decisões de compra.

Além e Dantas (2023) destacam que a Resolução RDC nº 429/2020 estabelece critérios rigorosos para o *design* dos rótulos, exigindo que as informações nutricionais sejam apresentadas de forma clara, legível e com destaque adequado para os alertas referentes a nutrientes em excesso, como sódio, açúcares e gorduras saturadas. Essa padronização visa não apenas atender a um requisito legal, mas também facilitar a rápida identificação pelo consumidor das características nutricionais dos alimentos, promovendo escolhas mais conscientes e saudáveis.

Além disso, o *design* eficaz deve considerar aspectos visuais que vão além da conformidade normativa, como o uso de cores contrastantes, tipografia adequada e símbolos intuitivos, que auxiliam na compreensão imediata das informações, especialmente para públicos com menor letramento ou familiaridade com termos técnicos. Arevalo e Sanches (2024), ao avaliarem os rótulos de suplementos alimentares, reforçam que a adequação visual é um componente essencial para garantir a segurança do consumidor, uma vez que produtos desse segmento frequentemente possuem públicos específicos, como atletas e pessoas com necessidades nutricionais particulares, que dependem da clareza das informações para evitar riscos à saúde.

Portanto, o alinhamento entre *design* e regulamentação não apenas assegura a conformidade legal, mas também potencializa a função educativa dos rótulos nutricionais, transformando-os em poderosas ferramentas de comunicação. Essa integração contribui para a

promoção da saúde pública, ao facilitar o entendimento das informações, e fortalece as estratégias de marketing alimentar, já que um *design* eficiente pode aumentar a confiança e a fidelização do consumidor em relação à marca. Em suma, o investimento em um *design* de rótulo bem planejado e regulamentado é um diferencial competitivo e um compromisso social, refletindo a responsabilidade do setor alimentício na disseminação de informações claras e acessíveis.

5.5 Síntese integrativa dos resultados

A análise dos estudos selecionados permite uma compreensão ampliada sobre os múltiplos fatores envolvidos na influência da rotulagem nutricional no comportamento do consumidor. No que se refere à influência nas escolhas alimentares, observou-se que a rotulagem exerce um papel fundamental na orientação de decisões mais conscientes, especialmente quando há clareza nas informações nutricionais e acessibilidade de leitura. Os artigos dessa categoria evidenciam que consumidores tendem a optar por produtos considerados mais saudáveis quando compreendem os dados expostos nos rótulos, ainda que essa influência seja moderada por outros fatores, como hábito, preço e tempo disponível para leitura no momento da compra.

Já nos estudos sobre a percepção do consumidor e estímulos na decisão de compra, fica evidente que elementos como o *design* da embalagem, a forma de apresentação das informações, o marketing sensorial (como o uso de aromas) e até mesmo a quantidade e disposição do açúcar informado nos produtos impactam significativamente na intenção de compra. Os resultados mostram que a percepção de saudabilidade pode ser distorcida por estratégias de marketing visual e sensorial, mesmo em produtos que não atendem aos critérios nutricionais saudáveis.

Os aspectos legais e regulatórios apontam avanços importantes em termos normativos no Brasil, sobretudo com a Resolução RDC nº 429, que estabelece diretrizes mais rigorosas para a apresentação da rotulagem nutricional. No entanto, ainda há desafios quanto à fiscalização e ao cumprimento das normativas, além da necessidade de ampliar a educação do consumidor para que ele compreenda plenamente os seus direitos e a função social da rotulagem. Os padrões de identidade e qualidade dos alimentos também têm evoluído, mas carecem de maior disseminação e incorporação no dia a dia dos consumidores.

Por fim, os artigos que abordam o *design*, legislação e adequação visual dos rótulos (5.4) reforçam a importância do aspecto visual e da padronização das informações. A

aplicação eficaz da RDC n° 429 e a adequação de suplementos alimentares à legislação vigente são exemplos de como o layout e a estrutura gráfica podem facilitar, ou dificultar, o acesso às informações. Quando bem aplicadas, essas estratégias contribuem para uma rotulagem mais eficiente, promovendo escolhas mais saudáveis.

Com base nesses achados, é possível afirmar que a rotulagem nutricional tem potencial para ser uma ferramenta eficaz de educação alimentar, mas isso depende de múltiplos fatores: políticas públicas consistentes, ações de fiscalização, incentivo à educação nutricional e maior compromisso por parte da indústria alimentícia. Observou-se também uma lacuna na literatura quanto à eficácia da nova rotulagem frente aos diferentes perfis socioeconômicos e faixas etárias da população, indicando oportunidades para pesquisas futuras que aprofundem essas nuances e contribuam para o aprimoramento contínuo da comunicação nutricional nos rótulos de alimentos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A rotulagem nutricional configura-se como um elemento estratégico no marketing de alimentos, atuando diretamente na comunicação com o consumidor e influenciando suas escolhas no ponto de venda. Este estudo evidenciou que, além de cumprir sua função regulatória e educativa, os rótulos alimentares são importantes instrumentos de marketing que, quando bem elaborados em termos de *design*, linguagem e posicionamento, podem potencializar a percepção de valor e saudabilidade dos produtos.

Através da análise dos artigos selecionados, observou-se que a forma como a informação nutricional é apresentada, seja por meio de rótulos frontais claros, símbolos, cores ou alertas visuais, impacta significativamente a decisão de compra, reforçando a importância do *design* aliado às estratégias de marketing para criar uma comunicação eficaz. O marketing nutricional deve, portanto, dialogar com as regulamentações vigentes, especialmente a Resolução RDC nº 429/2020 da ANVISA, para garantir transparência e confiança, elementos fundamentais para a construção da fidelidade do consumidor.

Contudo, o sucesso da rotulagem nutricional como ferramenta de marketing também depende do entendimento e da valorização das informações pelo consumidor, o que destaca a necessidade de campanhas educativas e ações complementares que reforcem a mensagem dos rótulos. Dessa forma, o marketing deve ser pensado não apenas como persuasivo, mas também responsável e alinhado com a promoção da saúde pública.

Esta pesquisa contribui para o campo teórico ao reunir e analisar diferentes abordagens sobre a rotulagem nutricional sob uma perspectiva multidisciplinar, promovendo uma visão integrada entre marketing, comunicação, saúde e comportamento do consumidor. Do ponto de vista prático, os resultados oferecem subsídios relevantes para o aprimoramento das estratégias de embalagem e comunicação nutricional por parte de empresas alimentícias, profissionais de marketing e *designers*.

Entre as limitações encontradas, destaca-se o recorte temporal e linguístico: os artigos foram selecionados apenas em língua portuguesa, o que restringe a inclusão de estudos internacionais. Além disso, a busca no Google Acadêmico foi delimitada ao período de 2024 a 2025, o que pode ter excluído trabalhos relevantes de anos anteriores. Também não foram utilizados dados primários, o que limita a profundidade empírica da análise.

Como sugestões para pesquisas futuras, destaca-se a necessidade de estudos empíricos com consumidores reais, por meio de experimentos controlados ou observacionais em pontos de venda, para avaliar a influência de diferentes modelos de rotulagem na decisão

de compra. Seria relevante também investigar a resposta de populações específicas, como adolescentes, idosos, pessoas com comorbidades e indivíduos com baixa escolaridade, a fim de compreender como essas variáveis impactam a interpretação dos rótulos. Além disso, pesquisas que explorem a eficácia das campanhas educativas complementares à rotulagem, especialmente no ambiente escolar e em mídias digitais, poderiam aprofundar esse campo. Análises comparativas entre modelos de rotulagem adotados no Brasil e em outros países também são relevantes, visando compreender práticas internacionais e seu potencial de aplicação local.

Outros estudos poderiam explorar o impacto do marketing sensorial e olfativo aliado à rotulagem nutricional, bem como investigações interdisciplinares sobre *design* emocional, linguagem visual e tipografia nos rótulos de alimentos, especialmente diante das novas exigências regulatórias. Essas frentes de investigação podem ampliar a compreensão sobre os múltiplos papéis da rotulagem nutricional no contexto de consumo e marketing, além de contribuir para políticas públicas mais eficazes e práticas empresariais mais éticas e estratégicas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALEM, T. H. B.; DANTAS, D. **Rotulagem nutricional e *design*: uma análise da aplicação da RDC nº 429**. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM DESIGN, 6., 2022, São Paulo. *Anais*. São Paulo: FAU-USP, 2022. Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/rotulagem-nutricional-e-design-uma-analise-da-aplicacao-da-rdc-n429-39267>. Acesso em: 26 jun. 2025.
- ARES, G. *et al.* **Front-of-pack warning labels as a policy tool to promote healthier food choices: a comparison of warning label systems in four Latin American countries**. *Nutrients*, Basel, v. 13, n. 8, p. 2825, 2021. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2072-6643/13/8/2825>. Acesso em: 25 jun. 2025.
- AREVALO, R. C.; SANCHES, F. L. F. Z. **Avaliação de rótulos de suplementos alimentares frente à legislação brasileira vigente**. *Brazilian Journal of Food Technology*, Campinas, v. 25, e2021120, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1981-6723.12021>. Acesso em: 28 mai. 2025.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011. Disponível em: <https://madmunifacs.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/08/anc3a1lise-de-contec3bado-laurence-bardin.pdf>. Acesso em: 22 jun. 2025.
- BANOV, M. G. **Comportamento do consumidor: vencendo desafios**. São Paulo: Cengage Learning, 2020. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/750400043/Comportamento-Do-Consumidor>. Acesso em: 22 jun. 2025.
- BENDINO, M. *et al.* **A influência dos rótulos nutricionais na decisão de compra dos consumidores**. *Revista UniAtenas*, Paracatu, v. 1, n. 1, p. 1-10, 2012. Disponível em: https://www.atenas.edu.br/uniatenas/assets/files/magazines/_6_A_INFLUENCIA_DOS_ROTULOS_NUTRICIONAIS_NA_DECISAO_DE_COMPRA_DOS_CONSUMIDORES.pdf. Acesso em: 12 maio 2025.
- BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências**. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 12 set. 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm. Acesso em: 12 maio 2025.
- BRASIL. Ministério da Saúde. **Vigitel Brasil 2023: vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico**. Brasília, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/svsa/vigitel/vigitel-brasil-2023-vigilancia-de-fatores-de-risco-e-protecao-para-doencas-cronicas-por-inquerito-telefonico/view>. Acesso em: 22 mai. 2025.
- BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Resolução RDC nº 429, de 8 de outubro de 2020**. Dispõe sobre a rotulagem nutricional obrigatória de alimentos embalados. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 9 out. 2020. Disponível em: [RDC 429 2020-rotulagem-nutricional.pdf](https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/rotulagem-nutricional/rdc-429-2020-rotulagem-nutricional.pdf). Acesso em: 22 mai. 2025.
- BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA. **Anexo IX – Modelos de Tabelas de Informação Nutricional**. Brasília, DF, 2020b. Disponível em:

https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/alimentos/rotulagem/arquivos/anexo-ix_modelos-de-tabelas.pdf. Acesso em: 25 jun. 2025.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA. **Anexo XVII – FOP-1: Malha de aplicação da rotulagem nutricional frontal**. Brasília, DF, 2020c. Disponível em: https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/alimentos/rotulagem/arquivos/anexo-xvii_fop-1.pdf. Acesso em: 25 jun. 2025.

COUTO, E. M, de M. do; RIBEIRO, R. C.; OLIVEIRA, E. M de; SANTOS, M. M. N. Avaliação do comportamento do consumidor brasileiro frente à nova rotulagem nutricional em produtos alimentícios. **Revista Agrária Acadêmica**, v. 6, n. 2, p. 1–15, mar./abr. 2023. Disponível em: <https://www.periodicos.capes.gov.br/index.php/acervo/buscaador.html?task=detalhes&source=all&id=W4380051095>. Acesso em: 29 jun. 2025.

DAVID, Marília Luz; GUIVANT, Julia Silvia. Os padrões de identidade e qualidade dos alimentos: uma análise de suas transformações no Brasil. **Mediações**, v. 25, n. 1, p. 247-264, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/mediacoes/a/VxfpcyJgv9GBqPhfpKTmXQH/?lang=pt>. Acesso em: 29 jun. 2025.

EFING, Antônio Carlos; DE SOUZA, Maristela Denise Marques; PAVIANI, Natalia Micheline. Marketing olfativo: o uso estratégico dos aromas no setor alimentício e o seu impacto no comportamento do consumidor. **Civilística. com**, v. 13, n. 1, p. 1-20, 2024. Disponível em: <https://civilistica.emnuvens.com.br/redc/article/view/946>. Acesso em: 29 jun. 2025.

FERREIRA, A. B.; LANFER MARQUEZ, Ú. M. Legislação brasileira referente à rotulagem nutricional de alimentos. **Revista de Nutrição**, Campinas, v. 20, n. 1, p. 83-93, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/s1415-52732007000100009>. Acesso em: 12 maio 2025.

FIDELIS, Geny Abigail *et al.* Estudo da rotulagem nutricional dos alimentos: educação para o consumo saudável no ambiente escolar. **Revista Ponto de Vista**, Viçosa, v. 13, n. 1, 2024. Disponível em: <https://periodicos.ufv.br/rpv>. Acesso em: 28 mai. 2025.

IBGE. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018: Análise do consumo alimentar pessoal no Brasil**. Rio de Janeiro: IBGE, 2020. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/saude/24786-pesquisa-de-orcamentos-familiares-2.html>. Acesso em: 22 mai. 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR – IDEC. **Pesquisa sobre rotulagem nutricional de alimentos industrializados: comportamento do consumidor**. São Paulo, 09 ago. 2013. Disponível em: <https://idec.org.br/o-idec/sala-de-imprensa/release/pesquisa-do-idec-reforca-que-os-alertas-nutricionais-nos-rotulos-dos-alimentos-facilitaria-a-compreenso-de-96-dos-entrevistados>. Acesso em: 25 jun. 2025.

JAPUR, Camila Cremonezi *et al.* Disponibilidade de informação sobre quantidade de açúcar em alimentos industrializados. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 26, n. 3, p. 1153-1162, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1413-81232021263.07872019>. Acesso em: 28 mai. 2025.

- KHANDPUR, N. *et al.* Front-of-package nutrition labeling: Current practices and recommendations for Brazil. **Pan American Journal of Public Health**, Washington, DC, v. 44, e39, 2020. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35385504/>. Acesso em: 25 jun. 2025.
- KÖSTER, E. P. Diversity in the determinants of food choice: A psychological perspective. **Food Quality and Preference**, v. 20, n. 2, p. 70-82, 2009. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0950329307001589?via%3Dihub>. Acesso em: 2 jun. 2025.
- JAPUR, Camila Cremonesi *et al.* Disponibilidade de informação sobre quantidade de açúcar em alimentos industrializados. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 26, n. 3, p. 1153-1162, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/D6j85VkXdb9WZXL8QdfXnkL/>. Acesso em: 2 jun. 2025.
- LIMA, A.; GUERRA, N. B.; LIRA, B. F. Evolução da legislação brasileira sobre rotulagem de alimentos e bebidas embalados, e sua função educativa para promoção da saúde. **Higiene Alimentar**, São Paulo, v. 17, n. 110, p. 12-17, jul. 2003. Disponível em: <https://pesquisa.bvsalud.org/saudepublica/resource/pt/lil-353635>. Acesso em: 12 maio 2025.
- MORAES, J. F. de *et al.* A rotulagem nutricional e seu impacto nas escolhas alimentares dos consumidores: uma revisão de literatura. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 12, p. e216101220246, 2021. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/20246>. Acesso em: 25 jun. 2025.
- PINHEIRO, Nathália *et al.* Influência da rotulagem nutricional sobre as escolhas alimentares de consumidores de um supermercado em Uberlândia/MG. **Revista Semear**, Uberlândia, v. 6, n. 3, p. 1–16, jul./dez. 2024. Disponível em: <https://seer.unirio.br/ralnuts/article/view/12414>. Acesso em: 22 jun. 2025.
- PIRES, Isadora Garcia *et al.* Avaliação do impacto da nova rotulagem nutricional na composição de alimentos industrializados e nas escolhas alimentares de consumidores brasileiros. 2024. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/45242>. Acesso em: 22 jun. 2025.
- PONTES, M. A. *et al.* Compreensão de consumidores sobre a rotulagem nutricional. **Visa em Debate**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 3, p. 14-21, 2019. Disponível em: <https://visaemdebate.incqs.fiocruz.br/index.php/visaemdebate/article/download/1434/1379/12731>. Acesso em: 12 maio 2025.
- PRESCOTT, J. Development of Food Preferences. *In*: MEISELMAN, H. (Ed). **Handbook of Eating and Drinking: Interdisciplinary Perspectives**. Cham: Springer, 2020, p. 199-217. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/350358309_Development_of_Food_Preferences. Acesso em: 25 jun. 2025.
- RICCI, BIANCA CASTRO DA SILVA; BRASIL, Vinícius Sittoni; DE ALMEIDA, Stefânia Ordovás. Rótulos no varejo de autosserviço: a forma de apresentação da informação nutricional na embalagem pode aumentar a percepção de saudabilidade e a intenção de compra?. **REMARK. Revista Brasileira De Marketing**, 2020. Disponível em: <https://repositorio.pucrs.br/dspace/handle/10923/20551?mode=full>. Acesso em: 22 jun. 2025.

ROCHA, Ronaldy Felipe Santos; BACARJI, Alencar Garcia. Efeitos das estratégias de comunicação na decisão de compra de alimentos industrializados em Mato Grosso. **Revista de Gestão e Secretariado**, v. 15, n. 7, p. e3959-e3959, 2024. Disponível em: <https://ojs.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/3959>. Acesso em: 25 jun. 2025.

SMITH, A. C. L.; ALMEIDA-MURADIAN, L. B. Rotulagem de alimentos: avaliação da conformidade frente à legislação e propostas para a sua melhoria. **Revista do Instituto Adolfo Lutz**, São Paulo, v. 70, n. 4, p. 1-9, 2011. Disponível em: <https://periodicos.saude.sp.gov.br/RIAL/article/view/32501>. Acesso em: 12 maio 2025.

SOUZA, Maria Teresa de; SILVA, Maria Dalva de Barros; CARVALHO, Rosaly Favero Montenegro de. Revisão integrativa: o que é e como fazer. **Einstein (São Paulo)**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 102–106, 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/eins/a/6m3NnPwhd8HjvgrPFRb5C6R>. Acesso em: 23 jun. 2025.

SOLOMON, M. R. **O Comportamento do consumidor**: comprando, possuindo e sendo. 11. ed. Porto Alegre: Bookman Editora LTDA, 2015.

SANTOS, Camylla Karolayne dos *et al.* Rotulagem nutricional e o consumidor: uma ferramenta promotora da segurança alimentar e nutricional. **Contribuciones a las Ciencias Sociales**, São José dos Pinhais, v. 17, n. 2, p. 1–14, 2024. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/378417558_Rotulagem_nutricional_e_o_consumidor_uma_ferramenta_promotora_da_seguranca_alimentar_e_nutricional. Acesso em: 25 jun. 2025.

SESSA, Ana Maria de *et al.* Percepção dos alunos de graduação de uma faculdade privada no interior de São Paulo sobre a nova rotulagem nutricional frontal. **Revista Foco**, v. 18, n. 5, p. 1–24, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.54751/revistafoco.v18n5-130>. Acesso em: 28 mai. 2025.

SILVA, Vanecy Matias da *et al.* Direito do consumidor e marketing em rotulagem de alimentos. **Revista Observatório de la Economía Latinoamericana**, Curitiba, v. 22, n. 7, p. 1–28, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.55905/oelv22n7-180>; Acesso em: 28 mai. 2025.

TAILLIE, Lindsey Smith *et al.* An evaluation of Chile’s law of food labeling and advertising on sugar-sweetened beverage purchases from 2015 to 2017: a before-and-after study. **PLOS Medicine**, [s.l.], v. 17, n. 2, p. e1003015, 2020. Disponível em: <https://journals.plos.org/plosmedicine/article?id=10.1371/journal.pmed.1003015>. Acesso em: 25 jun. 2025.

TORRACO, Richard J. Writing integrative literature reviews: using the past and present to explore the future. **Human Resource Development Review**, Thousand Oaks, v. 15, n. 4, p. 404–428, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1534484316671606>. Acesso em: 28 jun. 2025.