



OPINIÃO DA POPULAÇÃO BRASILEIRA SOBRE TEMAS RELATIVOS A ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS

Setembro/2017

ACT
Promoção da Saúde

Datafolha
Brasil

OBJETIVO E METODOLOGIA

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Perfil da amostra

Opinião sobre alimentos industrializados

CONSIDERAÇÕES FINAIS

- ✓ O objetivo deste estudo é conhecer a **opinião** da população brasileira sobre temas relacionados a **alimentos industrializados: publicidade infantil, advertências em rótulos/embalagens** e a relação entre **aumento de imposto e consumo**.



TÉCNICA

Pesquisa **quantitativa**, com **abordagem pessoal** em pontos de fluxo populacional.

As entrevistas foram realizadas mediante aplicação de **questionário estruturado** em tablet.

O desenho amostral foi elaborado com base em informações do Censo 2010/ Estimativa 2016 (Fonte: IBGE) e contempla os seguintes estágios:

- ✓ Estratificação por Unidade Federativa e porte dos municípios;
- ✓ Sorteio dos municípios;
- ✓ Sorteio do ponto onde será realizada a pesquisa;
- ✓ Seleção do entrevistado utilizando cota de sexo e idade;

Para garantir a representatividade do universo, foi efetuada ponderação pelas variáveis sexo, idade e classificação econômica.

AMOSTRA

Foram realizadas **2.070** entrevistas em **todo o Brasil**, distribuídas em **129 municípios**. A margem de erro máxima para o total da amostra é de **2 pontos percentuais**, para mais ou para menos, dentro do nível de confiança de 95%.

UNIVERSO

População brasileira com **16 anos ou mais**, pertencente a todas as classes econômicas.

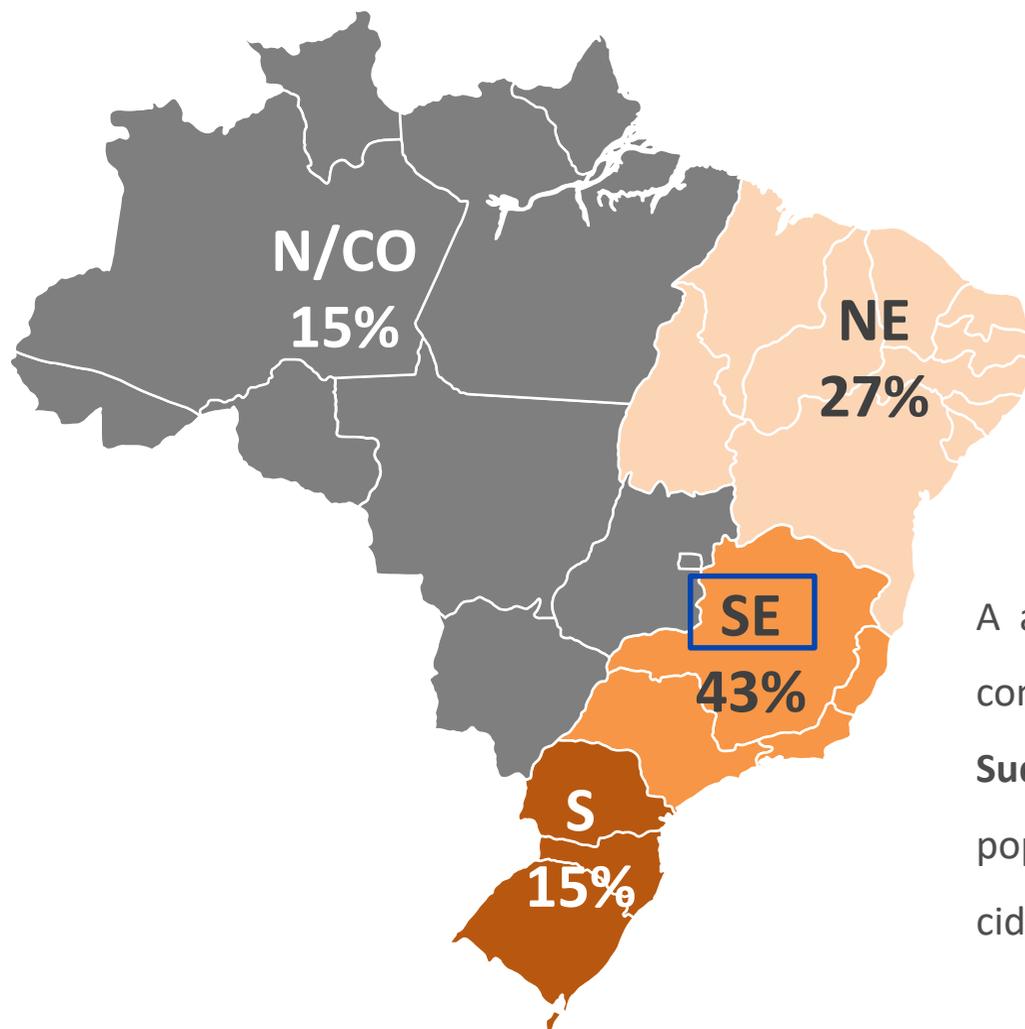
ABRANGÊNCIA

Nacional.

DATA DE CAMPO

O campo foi realizado entre os dias **10 e 16 de agosto de 2017.**

Distribuição da amostra - Região geográfica e Natureza do município



41% Região Metropolitana



59% Interior

A amostra foi elaborada para representar a população brasileira com 16 anos ou mais e se concentra principalmente na região **Sudeste**, onde residem 43% dos brasileiros com 16 anos ou mais. A população das cidades do **Interior** (59%) é maioria em relação às cidades situadas nas Regiões Metropolitanas definidas pelo IBGE.

CONTROLE DE QUALIDADE

- ✓ A **checagem** cobriu, no mínimo, 20% do material de cada pesquisador.
- ✓ Todos os questionários e a base de dados para processamento são submetidos a uma análise de consistência entre as respostas.

OBSERVAÇÕES GERAIS

- ✓ As comparações presentes nas considerações finais utilizaram como base a pesquisa **“OPINIÃO SOBRE A REGULAÇÃO DE ALIMENTOS ULTRA-PROCESSADOS”**, realizada pelo Datafolha em agosto/2016 a pedido da ACT.
- ✓ Os resultados com diferenças significativas encontram-se destacados em linha contínua enquanto que os tendenciais (dentro da margem de erro) em linha pontilhada:

Significativamente maior

Indicativamente maior

Significativamente menor

Indicativamente menor

- ✓ Citações inferiores a 0,5% estão representadas nas tabelas por “0” e nenhuma citação por “-”.
- ✓ Na maior parte dos gráficos e tabelas, os resultados são apresentados em percentual e as bases em números absolutos.
- ✓ Em alguns gráficos e tabelas de respostas únicas os resultados não somam exatamente 100%, variam de 99% a 101%, devido a arredondamentos.

OBSERVAÇÕES ESTATÍSTICAS

- ✓ **Análises:** As análises são baseadas nas proporções ou em estatísticas de tendência central, tais como média e mediana. Os resultados cujas bases apresentam número insuficiente para análise estatística (menos de 30 casos) estão identificados com asterisco e deverão ser observados com cautela.
- ✓ **Margem de erro:** toda amostra tem um erro associado (margem de erro). Quanto maior a amostra, mais próxima do universo, então menor é o erro. A leitura dos dados é sempre estatística – situa-se dentro de determinadas margens – e não numérica.
- ✓ **Nível de confiança de 95%:** significa que, se fossem realizados 100 levantamentos simultâneos com a mesma metodologia, em 95 deles os resultados estariam dentro da margem de erro prevista.
- ✓ **Ponderação:** os resultados devem ser ponderados de acordo com as proporções do Universo. A ponderação consiste em criar um “peso” para cada questionário de forma a igualar a distribuição proporcional da AMOSTRA à distribuição do UNIVERSO. Caso a amostra seja proporcional ao universo, este peso será 1 (não há necessidade de ponderação).

OBJETIVO E METODOLOGIA

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Perfil da amostra

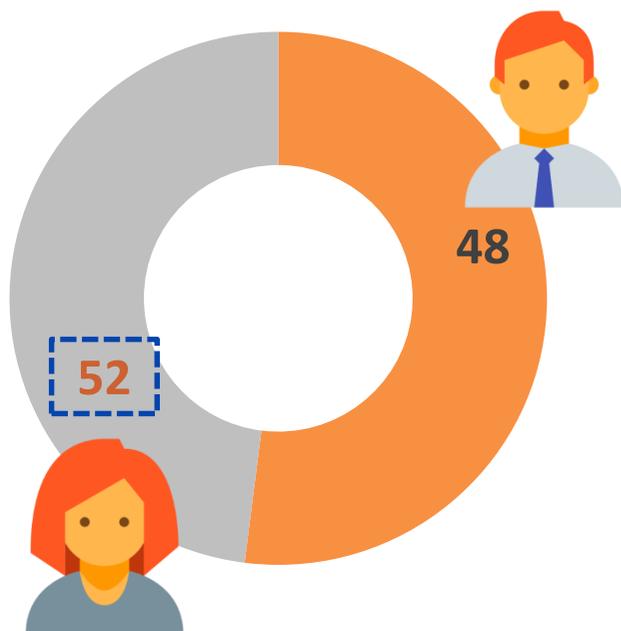
Opinião sobre alimentos industrializados

CONSIDERAÇÕES FINAIS

PERFIL DA AMOSTRA

Sexo e Idade (em %)

ACT
Promoção da Saúde



Como resultado de uma amostra construída para representar a população brasileira de 16 anos ou mais, verifica-se que as **mulheres** compõem a **maior parte**, e a idade tem distribuição homogênea a partir das faixas abaixo → *média de 42 anos*.

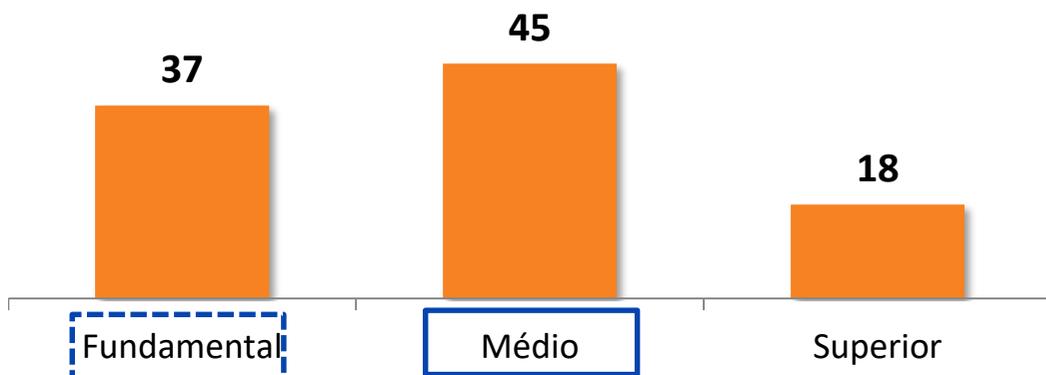


Média: 42 anos

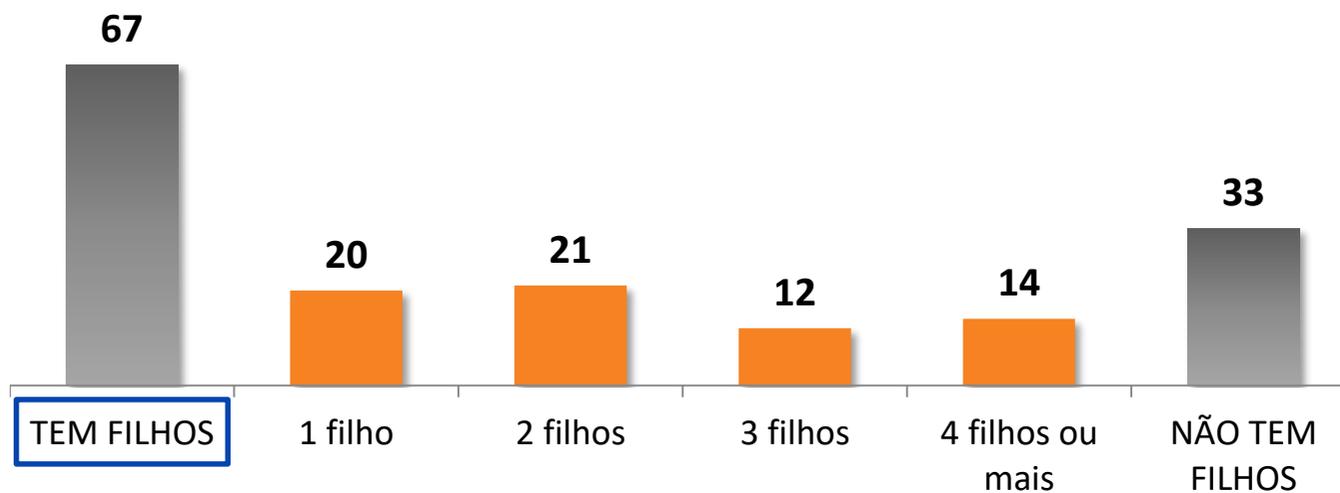
PERFIL DA AMOSTRA

Escolaridade e Presença de filhos (em %)

ACT
Promoção da Saúde



A maioria dos entrevistados cursou ensino **fundamental ou médio**, e cerca de dois terços **têm filhos** → *média de 2,6 filhos*.

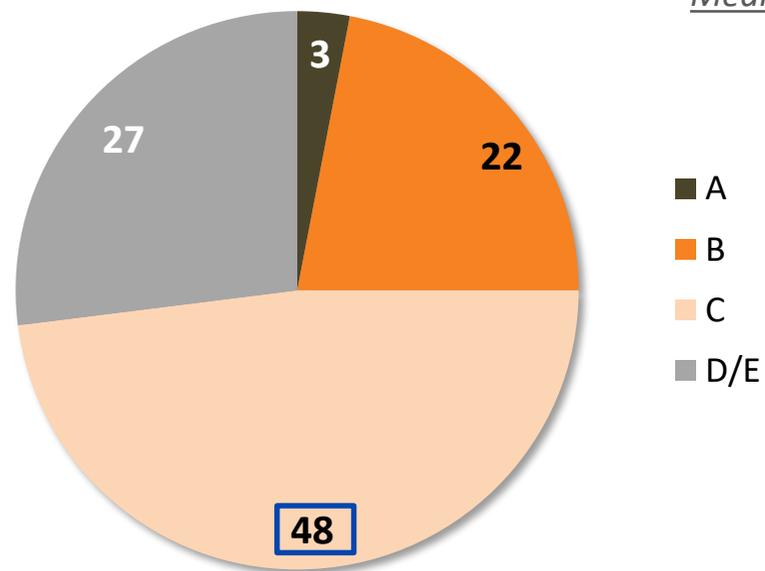
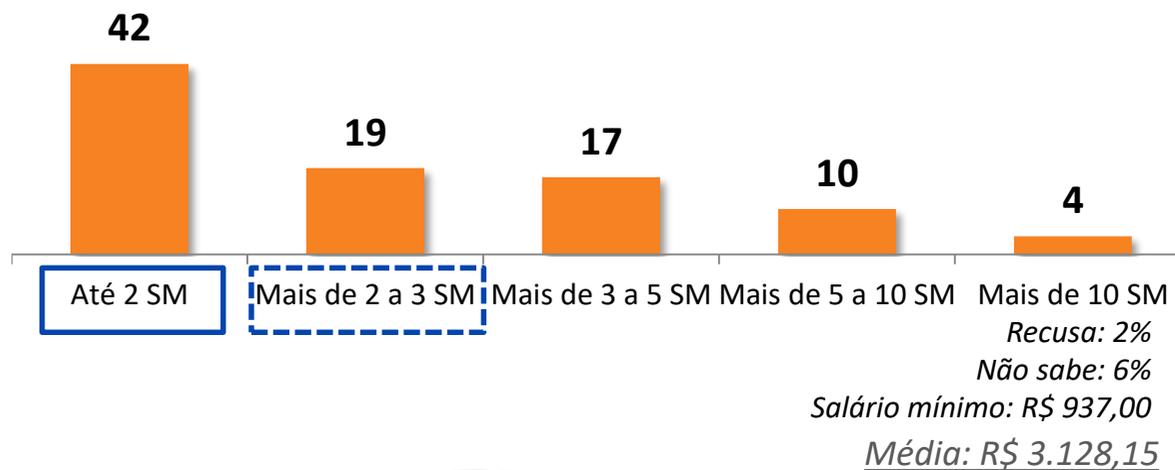
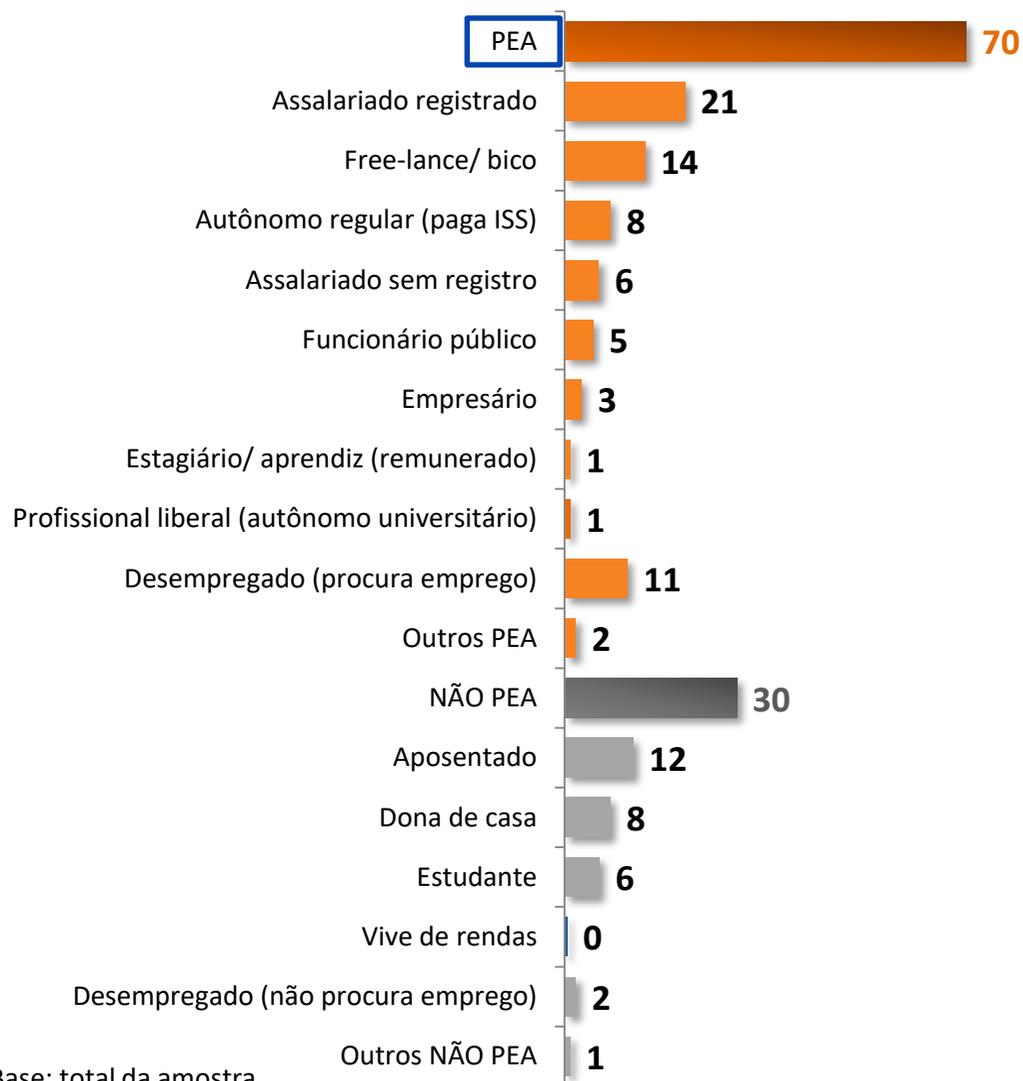


PERFIL DA AMOSTRA

Posição na ocupação, Renda familiar mensal e Classificação econômica (em %)

Sete de cada dez brasileiros compõem a **População Economicamente Ativa**, com destaque para os assalariados registrados.

Cerca de metade está classificada na **classe C**, e seis em cada dez têm renda familiar mensal **até 3 S.M.** → *média de R\$ 3.128 (3,3 S.M.)*



OBJETIVO E METODOLOGIA

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Perfil da amostra

Opinião sobre alimentos industrializados
- Propaganda infantil

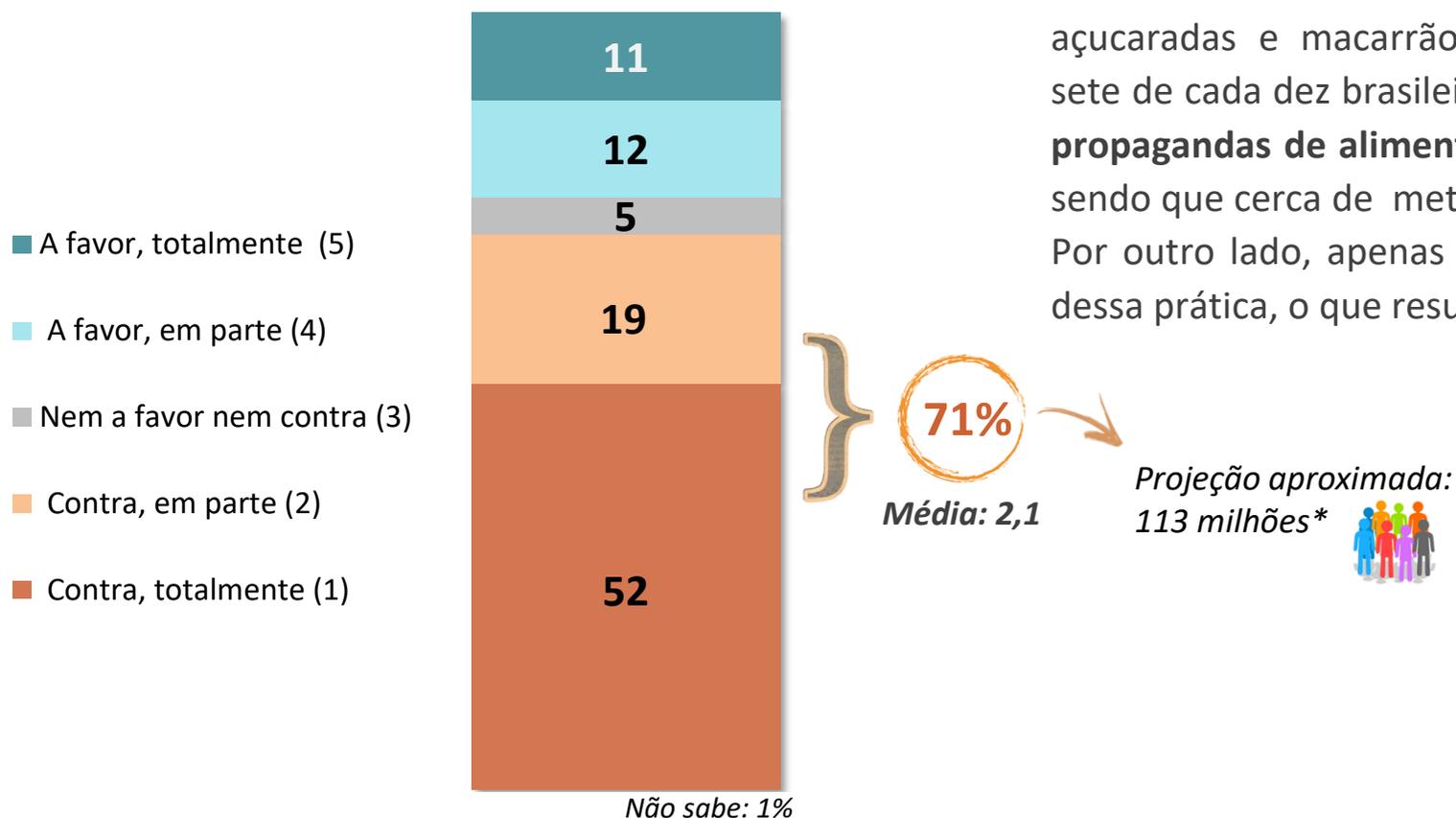
CONSIDERAÇÕES FINAIS

OPINIÃO SOBRE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS

PROPAGANDA INFANTIL (estimulada e única, em %) escala de 5 pontos

ACT
Promoção da Saúde

Postura frente a propagandas dirigidas para crianças sobre alimentos industrializados



Ao serem informados que refrigerantes, salgadinhos, bebidas açucaradas e macarrão instantâneo podem causar obesidade, sete de cada dez brasileiros **manifestam-se contra a utilização de propagandas de alimentos industrializados dirigidas às crianças**, sendo que cerca de metade declara-se **totalmente contrária**. Por outro lado, apenas dois em cada dez são **favoráveis** ao uso dessa prática, o que resulta em uma média baixa: 2,1.

P.1 Atualmente as marcas de refrigerantes, salgadinhos, bebidas açucaradas e macarrão instantâneo podem fazer propagandas para crianças. No entanto alguns desses produtos podem causar obesidade. Você é a favor ou contra propagandas de refrigerantes, salgadinhos, bebidas açucaradas e macarrão instantâneo dirigidas para crianças? Totalmente ou em parte?

Base: total da amostra

* Fonte: IBGE - PNAD 2015/ Estimativa 2016 para a população de 16 anos ou mais: 159.120.160

OPINIÃO SOBRE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS

PROPAGANDA INFANTIL (estimulada e única, em %) escala de 5 pontos

Postura frente a propagandas dirigidas para crianças sobre alimentos industrializados

De modo geral, há **pequenas variações** nas proporções de contrários e favoráveis entre os segmentos abaixo, sendo a **mais expressiva** entre quem **tem filhos até 18 anos** e aqueles que **não têm filhos**.

	TOTAL	REGIÃO GEOGRÁFICA				NATUREZA DO MUNICÍPIO		SEXO		PRESENÇA DE FILHOS	
		SE	S	NE	N/CO	RM	Interior	Masc	Fem	Tem filhos até 18 anos	Não tem filhos
A FAVOR (5+4)	23	25	20	21	25	26	22	27	21	24	29
Totalmente (5)	11	11	11	11	12	13	10	12	10	12	11
Em parte (4)	12	14	9	10	13	12	12	14	10	12	17
NEM A FAVOR NEM CONTRA (3)	5	4	8	3	7	5	4	5	4	5	5
CONTRA (2+1)	71	69	71	76	66	68	72	67	74	70	65
Em parte (2)	19	19	14	22	20	19	19	19	20	19	23
Totalmente (1)	52	51	56	54	46	49	54	49	54	51	42
Média:	2,1	2,2	2,0	2,0	2,2	2,2	2,0	2,2	2,0	2,1	2,3
Base:	2070	887	306	542	335	887	1183	993	1077	807	706

P.1 Atualmente as marcas de refrigerantes, salgadinhos, bebidas açucaradas e macarrão instantâneo podem fazer propagandas para crianças. No entanto alguns desses produtos podem causar obesidade. Você é a favor ou contra propagandas de refrigerantes, salgadinhos, bebidas açucaradas e macarrão instantâneo dirigidas para crianças? Totalmente ou em parte?

Base: total da amostra

OPINIÃO SOBRE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS

PROPAGANDA INFANTIL (estimulada e única, em %) escala de 5 pontos

ACT
Promoção da Saúde

Postura frente a propagandas dirigidas para crianças sobre alimentos industrializados

A **discordância** quanto à publicidade de alimentos industrializados está diretamente relacionada à **idade**, ou seja, ela cresce conforme aumenta a faixa etária – esta variação é maior entre segmentos sociodemográficos.

	TOTAL	IDADE					ESCOLARIDADE			CLASSIFICAÇÃO ECONÔMICA			POSIÇÃO NA OCUPAÇÃO	
		Até 24 anos	De 25 a 34 anos	De 35 a 44 anos	De 45 a 59 anos	60 anos ou mais	Fundamental	Médio	Superior	Classes A/B	Classe C	Classes D/E	PEA	Não PEA
A FAVOR (5+4)	23	31	30	24	17	17	20	25	25	26	23	21	25	20
Totalmente (5)	11	12	14	12	10	9	12	11	9	12	11	11	12	9
Em parte (4)	12	19	16	12	7	8	8	14	16	15	12	10	13	11
NEM A FAVOR NEM CONTRA (3)	5	6	7	3	4	4	4	6	3	4	5	5	5	4
CONTRA (2+1)	71	61	64	73	78	76	74	68	72	69	71	72	69	74
Em parte (2)	19	25	20	20	17	15	18	20	19	16	20	21	18	21
Totalmente (1)	52	37	44	52	61	62	55	48	53	53	51	51	51	53
Média:	2,1	2,4	2,4	2,1	1,9	1,9	2,0	2,2	2,1	2,2	2,1	2,1	2,2	2,0
Base:	2070	419	417	405	473	356	728	925	417	609	919	542	1469	601

P.1 Atualmente as marcas de refrigerantes, salgadinhos, bebidas açucaradas e macarrão instantâneo podem fazer propagandas para crianças. No entanto alguns desses produtos podem causar obesidade. Você é a favor ou contra propagandas de refrigerantes, salgadinhos, bebidas açucaradas e macarrão instantâneo dirigidas para crianças? Totalmente ou em parte?

Base: total da amostra

OBJETIVO E METODOLOGIA

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Perfil da amostra

Opinião sobre alimentos industrializados
- Advertência nos rótulos e embalagens

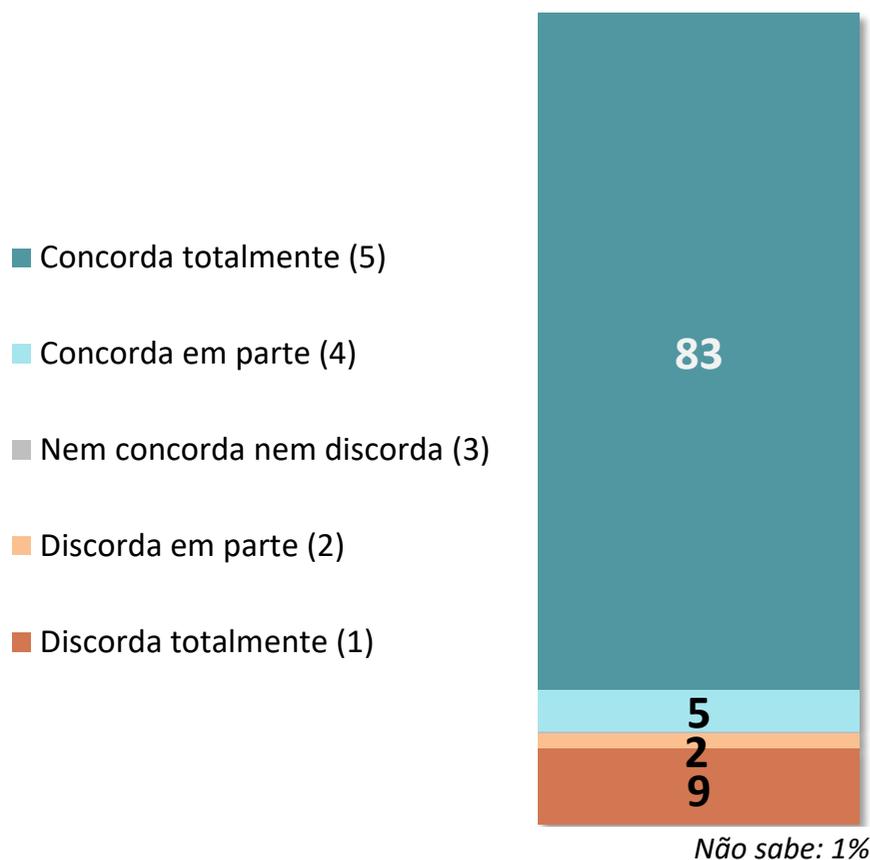
CONSIDERAÇÕES FINAIS

OPINIÃO SOBRE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS

ADVERTÊNCIA NOS RÓTULOS E EMBALAGENS DOS PRODUTOS INDUSTRIALIZADOS

(estimulada e única, em %) escala de 5 pontos

Grau de concordância sobre a inserção de advertências nos rótulos e embalagens para ajudar na escolha de alimentos mais saudáveis



Diante da informação que alguns países colocam advertências nos rótulos e embalagens dos produtos que contenham grandes quantidades de sódio, açúcar, gorduras e calorias, a **grande maioria da população** (*aproximadamente nove de cada dez*) declara **concordância** com a **inserção de advertências nos rótulos e embalagens** dos produtos brasileiros para informar sobre altas quantidades de sódio, açúcar, gorduras e calorias com o intuito de ajudar as pessoas a escolher alimentos mais saudáveis → *média igual a 4,5, numa escala que pode ir até 5.*

Vale ressaltar que a **aprovação total** da medida é responsável por **oito em cada dez** respostas.



P.2 Alguns países colocam uma advertência nos rótulos e embalagens dos produtos para informar sobre altas quantidades de sódio, açúcar, gorduras e calorias, como as imagens deste cartão. Você concorda ou discorda que deve ser colocada uma advertência nos rótulos das embalagens para ajudar a escolher alimentos mais saudáveis? Totalmente ou em parte?

Base: total da amostra

* Fonte: IBGE - PNAD 2015/ Estimativa 2016 para a população de 16 anos ou mais: 159.120.160

OPINIÃO SOBRE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS

ADVERTÊNCIA NOS RÓTULOS E EMBALAGENS DOS PRODUTOS INDUSTRIALIZADOS

(estimulada e única, em %) escala de 5 pontos

ACT
Promoção da Saúde

Grau de concordância sobre a inserção de advertências nos rótulos e embalagens para ajudar na escolha de alimentos mais saudáveis

É **indicativamente maior** a proporção de moradores das regiões **Sudeste e Sul** e também de **mulheres** que acreditam que advertências nos rótulos e embalagens **podem colaborar** na escolha de alimentos mais saudáveis.

	TOTAL	REGIÃO GEOGRÁFICA				NATUREZA DO MUNICÍPIO		SEXO		PRESENÇA DE FILHOS	
		SE	S	NE	N/CO	RM	Interior	Masc	Fem	Tem filhos até 18 anos	Não tem filhos
CONCORDA (5+4)	88	92	88	85	83	89	87	87	88	89	89
Totalmente (5)	83	86	85	79	78	85	82	81	84	84	85
Em parte (4)	5	5	3	5	5	5	5	6	4	5	3
NEM CONCORDA NEM DISCORDA(3)	0	0	1	-	1	0	0	0	0	0	0
DISCORDA (2+1)	11	8	9	14	16	10	12	12	10	10	10
Em parte (2)	2	1	2	3	2	1	2	2	1	1	2
Totalmente (1)	9	7	7	12	14	9	10	10	9	9	8
Média:	4,5	4,6	4,6	4,4	4,3	4,6	4,5	4,5	4,6	4,5	4,6
Base:	2070	887	306	542	335	887	1183	993	1077	807	706

P.2 Alguns países colocam uma advertência nos rótulos e embalagens dos produtos para informar sobre altas quantidades de sódio, açúcar, gorduras e calorias, como as imagens deste cartão. Você concorda ou discorda que deve ser colocada uma advertência nos rótulos das embalagens para ajudar a escolher alimentos mais saudáveis? Totalmente ou em parte?

Base: total da amostra

OPINIÃO SOBRE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS

ADVERTÊNCIA NOS RÓTULOS E EMBALAGENS DOS PRODUTOS INDUSTRIALIZADOS

(estimulada e única, em %) escala de 5 pontos

ACT
Promoção da Saúde

Grau de concordância sobre a inserção de advertências nos rótulos e embalagens para ajudar na escolha de alimentos mais saudáveis

Todos os segmentos analisados mostram-se bem assertivos quanto ao tema, colocando-se, em sua ampla maioria, totalmente a favor – tendência ainda mais presente nos grupos com maior escolaridade das classes A/B e C.

	TOTAL	IDADE					ESCOLARIDADE			CLASSIFICAÇÃO ECONÔMICA			POSIÇÃO NA OCUPAÇÃO	
		Até 24 anos	De 25 a 34 anos	De 35 a 44 anos	De 45 a 59 anos	60 anos ou mais	Fundamental	Médio	Superior	Classes A/B	Classe C	Classes D/E	PEA	Não PEA
CONCORDA (5+4)	88	88	90	88	87	87	84	89	92	90	90	83	88	87
Totalmente (5)	83	84	87	84	81	78	77	85	89	86	86	75	84	80
Em parte (4)	5	4	3	4	6	9	7	4	3	4	4	7	4	7
NEM CONCORDA NEM DISCORDA(3)	0	1	-	1	0	0	1	0	-	-	0	1	0	0
DISCORDA (2+1)	11	11	10	12	12	10	13	10	8	10	9	14	11	11
Em parte (2)	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2
Totalmente (1)	9	9	8	10	10	8	11	9	7	9	7	13	9	9
Média:	4,5	4,5	4,6	4,5	4,5	4,5	4,4	4,6	4,7	4,6	4,6	4,3	4,5	4,5
Base:	2070	419	417	405	473	356	728	925	417	609	919	542	1469	601

P.2 Alguns países colocam uma advertência nos rótulos e embalagens dos produtos para informar sobre altas quantidades de sódio, açúcar, gorduras e calorias, como as imagens deste cartão. Você concorda ou discorda que deve ser colocada uma advertência nos rótulos das embalagens para ajudar a escolher alimentos mais saudáveis? Totalmente ou em parte?

Base: total da amostra

OBJETIVO E METODOLOGIA

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Perfil da amostra

Opinião sobre alimentos industrializados
- Aumento de impostos vs. Consumo

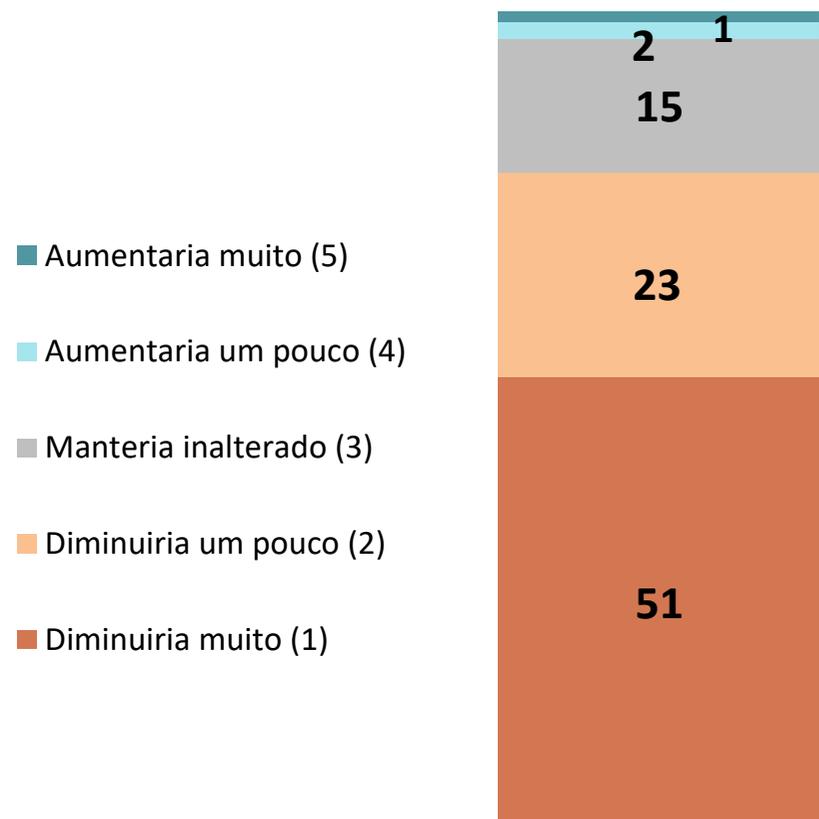
CONSIDERAÇÕES FINAIS

OPINIÃO SOBRE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS

AUMENTO DE IMPOSTOS vs. CONSUMO (estimulada e única, em %) escala de 5 pontos

ACT
Promoção da Saúde

Variação no consumo de bebidas açucaradas caso haja aumento do preço



Não consome: 8%

Considerando o aumento de preço, como esperado, a maioria (aproximadamente três quartos) da população brasileira declara que **reduziria o consumo de bebidas açucaradas**. Apenas 15% dizem que **não alterariam seus hábitos** nessas condições. Ressalta-se que 8% **não consomem** esse tipo de bebida.

74%
Média: 1,7

*Projeção aproximada:
117 milhões



P.3 Caso o Brasil aumentasse o imposto dos refrigerantes e sucos industrializados e isso aumentasse o preço final, você diminuiria, manteria inalterado ou aumentaria o consumo? Muito ou um pouco?

Base: total da amostra

* Fonte: IBGE - PNAD 2015/ Estimativa 2016 para a população de 16 anos ou mais: 159.120.160

OPINIÃO SOBRE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS

AUMENTO DE IMPOSTOS vs. CONSUMO (estimulada e única, em %) escala de 5 pontos

Variação no consumo de bebidas açucaradas, caso haja aumento do preço

As **regiões** mais desenvolvidas economicamente (**SE e S**), os **homens** e os entrevistados **sem filhos** são os segmentos que mais **manteriam inalterado** o consumo caso das bebidas açucaradas **caso o preço aumentasse** em virtude de um imposto.

	TOTAL	REGIÃO GEOGRÁFICA				NATUREZA DO MUNICÍPIO		SEXO		PRESENÇA DE FILHOS	
		SE	S	NE	N/CO	RM	Interior	Masc	Fem	Tem filhos até 18 anos	Não tem filhos
AUMENTARIA (5+4)	3	2	1	4	5	3	3	4	2	2	4
Muito (5)	1	1	0	2	2	1	1	2	1	1	1
Um pouco (4)	2	1	0	2	4	2	2	2	2	1	3
MANTERIA INALTERADO (3)	15	18	19	9	14	15	16	17	13	15	20
DIMINUIRIA (2+1)	74	71	70	80	73	72	75	73	74	77	70
Um pouco (2)	23	20	19	27	29	22	24	26	21	24	24
Muito (1)	51	51	51	53	43	51	50	47	54	53	46
NÃO CONSOME	8	8	10	7	8	10	7	6	10	6	6
Média:	1,7	1,7	1,7	1,6	1,8	1,7	1,7	1,8	1,6	1,7	1,8
Base:	2070	887	306	542	335	887	1183	993	1077	807	706

P.3 Caso o Brasil aumentasse o imposto dos refrigerantes e sucos industrializados e isso aumentasse o preço final, você diminuiria, manteria inalterado ou aumentaria o consumo? Muito ou um pouco?

Base: total da amostra

OPINIÃO SOBRE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS

AUMENTO DE IMPOSTOS vs. CONSUMO (estimulada e única, em %) escala de 5 pontos

ACT
Promoção da Saúde

Variação no consumo de bebidas açucaradas, caso haja aumento do preço

Os que declaram que não haveria mudanças em seus hábitos apesar do preço mais alto são um pouco mais numerosos (embora continuem minoritários) entre a população economicamente ativa, entre as classes econômicas mais altas e entre os mais jovens.

	TOTAL	IDADE					ESCOLARIDADE			CLASSIFICAÇÃO ECONÔMICA			POSIÇÃO NA OCUPAÇÃO	
		Até 24 anos	De 25 a 34 anos	De 35 a 44 anos	De 45 a 59 anos	60 anos ou mais	Fundamental	Médio	Superior	Classes A/B	Classe C	Classes D/E	PEA	Não PEA
AUMENTARIA (5+4)	3	4	3	2	3	3	5	3	1	1	3	5	3	3
Muito (5)	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1
Um pouco (4)	2	2	2	1	1	2	2	2	0	1	2	3	2	2
MANTERIA INALTERADO (3)	15	21	17	14	14	10	11	17	19	20	15	11	17	12
DIMINUIRIA (2+1)	74	72	74	77	73	72	78	73	66	67	74	79	73	75
Um pouco (2)	23	27	23	21	22	23	27	22	18	17	23	29	22	25
Muito (1)	51	46	51	56	51	49	51	51	48	50	51	50	51	49
NÃO CONSOME	8	3	7	6	9	15	7	7	14	11	8	5	7	11
Média:	1,7	1,8	1,7	1,6	1,7	1,6	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7
Base:	2070	419	417	405	473	356	728	925	417	609	919	542	1469	601

P.3 Caso o Brasil aumentasse o imposto dos refrigerantes e sucos industrializados e isso aumentasse o preço final, você diminuiria, manteria inalterado ou aumentaria o consumo? Muito ou um pouco?

Base: total da amostra

OBJETIVO E METODOLOGIA

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Perfil da amostra

Opinião sobre alimentos industrializados

CONSIDERAÇÕES FINAIS

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os três temas desta pesquisa foram perguntados aos brasileiros seguindo o mesmo tipo de roteiro:

- 1º - Apresentação de uma **informação** (que possivelmente uma parcela da população não conhecia);
- 2º - A pergunta direta, requisitando uma **opinião relacionada ao tema** informado antes da pergunta.

Assim:

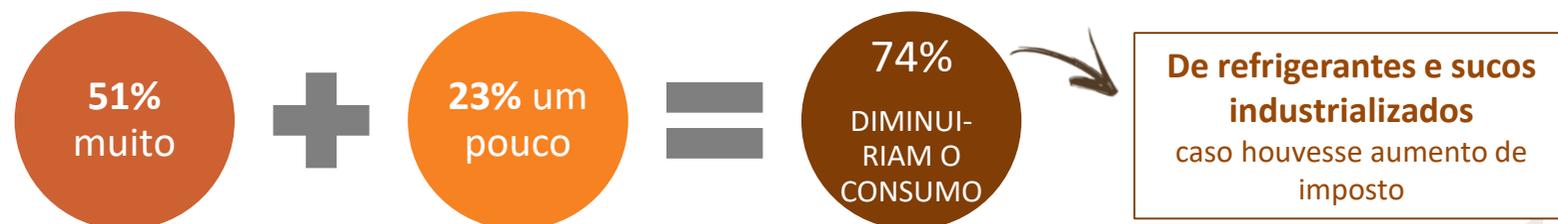
- Informação:** Refrigerante, salgadinhos, bebidas açucaradas e macarrão instantâneo podem fazer propagandas para crianças E podem provocar obesidade:



- Informação:** Alguns países colocam advertências em rótulos e embalagens para advertir sobre quantidades altas de sódio, açúcar, gorduras e calorias:



- Informação:** se houvesse incremento de imposto em refrigerantes e sucos, e isso aumentasse o preço final:



EM RESUMO

- ▶ A população tende a assumir posição clara contra as propagandas dirigidas a crianças e a favor da inserção de advertências sobre sódio, açúcar, gorduras e carboidratos se estiver bem informada sobre o assunto. Portanto, se houver **campanhas de conscientização** sobre este temas, há oportunidade de serem bem recebidas e influenciarem efetivamente a população para as posições escolhidas pela maioria nesta pesquisa.
- ▶ O **aumento de impostos** e conseqüentemente aumento no preço final, também pode levar a uma redução de consumo. Isso tende a ser válido para qualquer produto, e será tanto mais eficaz quanto maior for a sensibilidade a preços na categoria de produto e quanto maior ou mais percebido for o aumento. No entanto, o mercado de refrigerantes e sucos açucarados apresenta uma grande variedade de produto e marcas, com grande variabilidade dos preços finais no varejo, conforme a marca, tipo, quantidade, embalagem, etc. Há ainda grandes diferenças nos preços praticados pelos estabelecimentos de serviços, como bares e restaurantes.
- ▶ Outro fator que, embora presente na pesquisa não foi avaliado, é que os **aumentos de impostos são geralmente mal vistos pela população**. Assim, algumas oportunidades são:
 - ▶ Ampliar a discussão e a conscientização sobre este assunto;
 - ▶ Eventual aumento de impostos poderia ser divulgado para também ajudar a gerar conscientização para o problema;
 - ▶ Quanto mais expressivo for o aumento no preço final, maior seria o efeito para a população; possivelmente, aumentos pequenos seriam de difícil percepção para o consumidor.



OPINIÃO DA POPULAÇÃO BRASILEIRA SOBRE TEMAS RELATIVOS A ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS

Setembro/2017

ACT
Promoção da Saúde

Datafolha
Brasil