

*Apresentação dos
resultados em Maio/ 2014*



Conhecimento
*de iniciativas que combatam/
previnam o surgimento de*
Doenças Crônicas



Objetivo

Metodologia

Perfil demográfico

Doenças crônicas não transmissíveis

Conhecimento dos riscos de desenvolver doenças crônicas não transmissíveis:

- ▶ ***Fumo***
- ▶ ***Alcoolismo***
- ▶ ***Consumo de alimentos industrializados ou fast-food***

Imagem das ações frente à regulação e comercialização de produtos nocivos à saúde

Sumário conclusivo

A pesquisa teve como objetivo investigar o conhecimento de iniciativas de combate e prevenção dos fatores de risco para Doenças Crônicas Não Transmissíveis

Técnica

Pesquisa **quantitativa**, com **abordagem pessoal** em **pontos de fluxo** populacional, mediante aplicação de questionário estruturado.

O desenho amostral foi elaborado com base em informações do Censo 2010/ estimativa 2013 (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, de acordo com o Censo

A **checagem** foi pessoal (in loco) e também telefônica (posterior à coleta de dados), cobrindo no mínimo 20% do material de cada pesquisador.

O instrumento de coleta para a aplicação dos questionários foi o Tablet.

Universo

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



Amostra

Foram realizadas **2.113 entrevistas** por todo Brasil, distribuídas em 133 municípios de forma a representar as **regiões geográficas** do país.

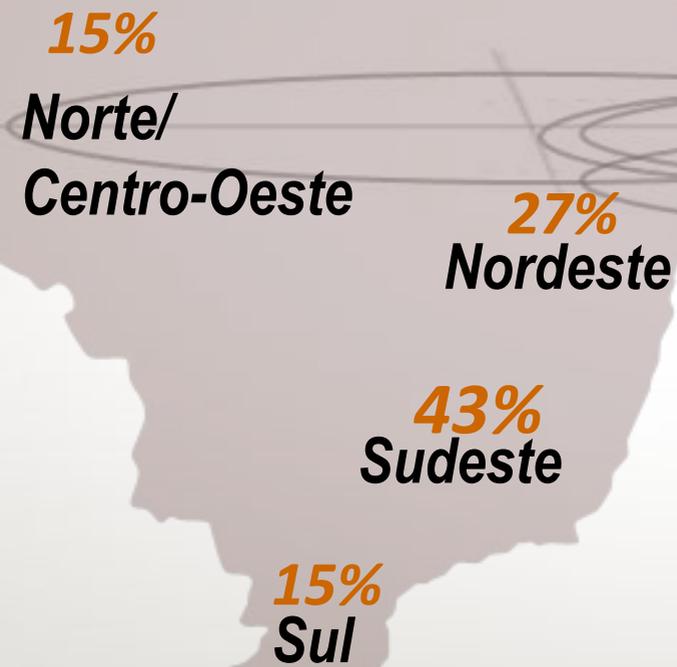
A margem de erro máxima para esta amostra é de **2 pontos percentuais**, para mais ou para menos, dentro de um nível de confiança de 95%.

Data de campo

As entrevistas foram realizadas nos dias **09, 10 e 11 de abril** de 2014.



Distribuição da amostra



Para garantir a representatividade do universo, a ponderação foi efetuada pelas variáveis região geográfica, natureza do município.



40%
Região Metropolitana

60%
Interior

Observações Estatísticas

1. **Análises:** os dados cujas bases apresentam número insuficiente para análise estatística (menos de 30 casos) deverão ser observados com cautela.
2. As análises são baseadas nas proporções ou em estatísticas de tendência central, tais como **média e mediana**.
3. **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.
4. **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.

Observações Gerais

- Os resultados significativos encontram-se destacados em linha contínua , enquanto que os tendenciais (dentro da margem de erro) em linha pontilhada .
- Nas escalas utilizadas neste estudo foram de 5 pontos, 5 é muito associado e 1 nada associado e de 3 pontos, 1 a favor, 2 contra e 3 tanto faz.
- Citações inferiores a 0,5% estão representadas nas tabelas por “0” nenhuma citação por “-”.
- Em alguns gráficos e tabelas os resultados das perguntas com resposta única não somam exatamente 100%, variam de 99% a 101%, devido a arredondamentos.
- Nos gráficos e tabelas os resultados estão em percentual e as bases em números absolutos.

Objetivo

Metodologia

Perfil demográfico

Doenças crônicas não transmissíveis

Conhecimento dos riscos de desenvolver doenças crônicas não transmissíveis:

- ▶ *Fumo*
- ▶ *Alcoolismo*
- ▶ *Consumo de alimentos industrializados ou fast-food*

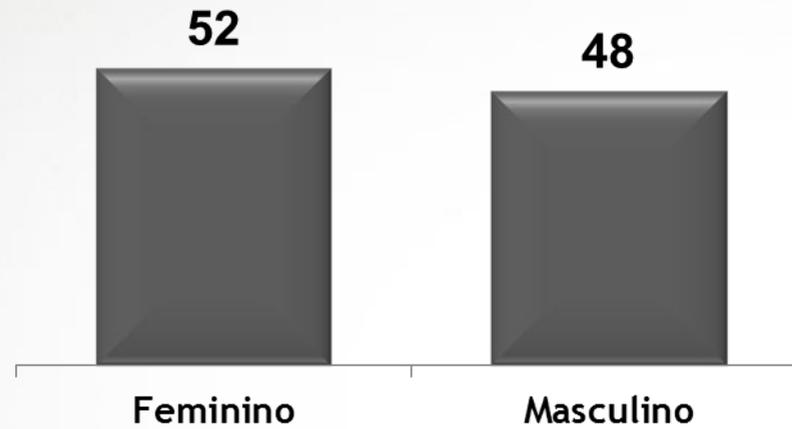
Imagem das ações frente à regulação e comercialização de produtos nocivos à saúde

Sumário conclusivo

Perfil Demográfico

Em%

Sexo



❖ O perfil da população brasileira apresenta maior presença de **mulheres** e de pessoas com **escolaridade fundamental**. A média de idade é de **40 anos**.

Idade

Média: 40 anos



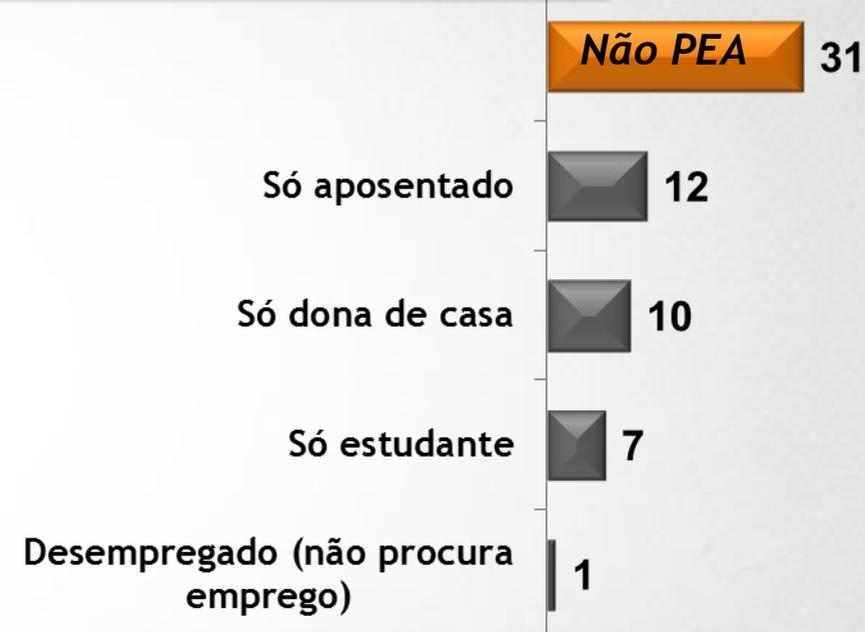
Escolaridade



PEA*

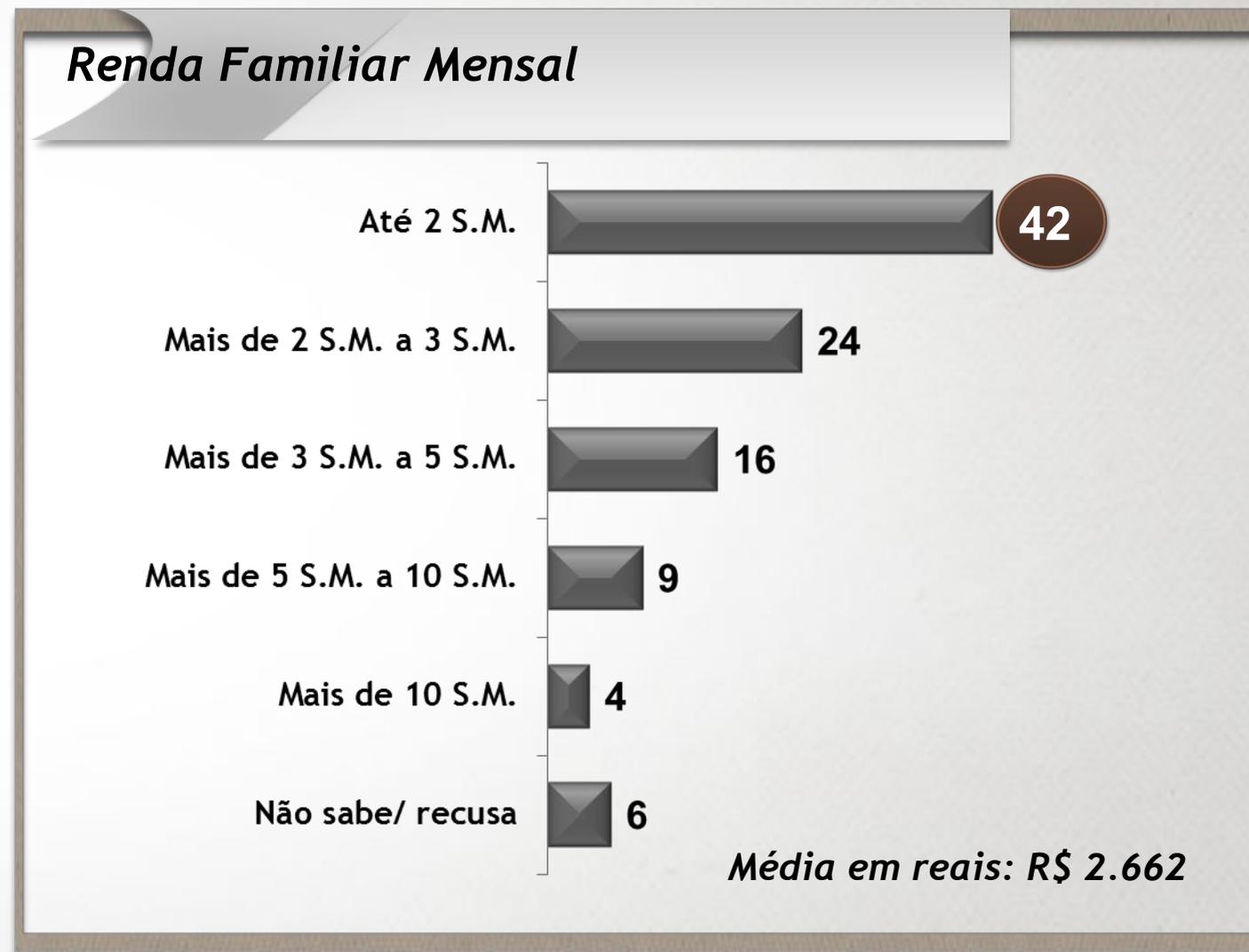
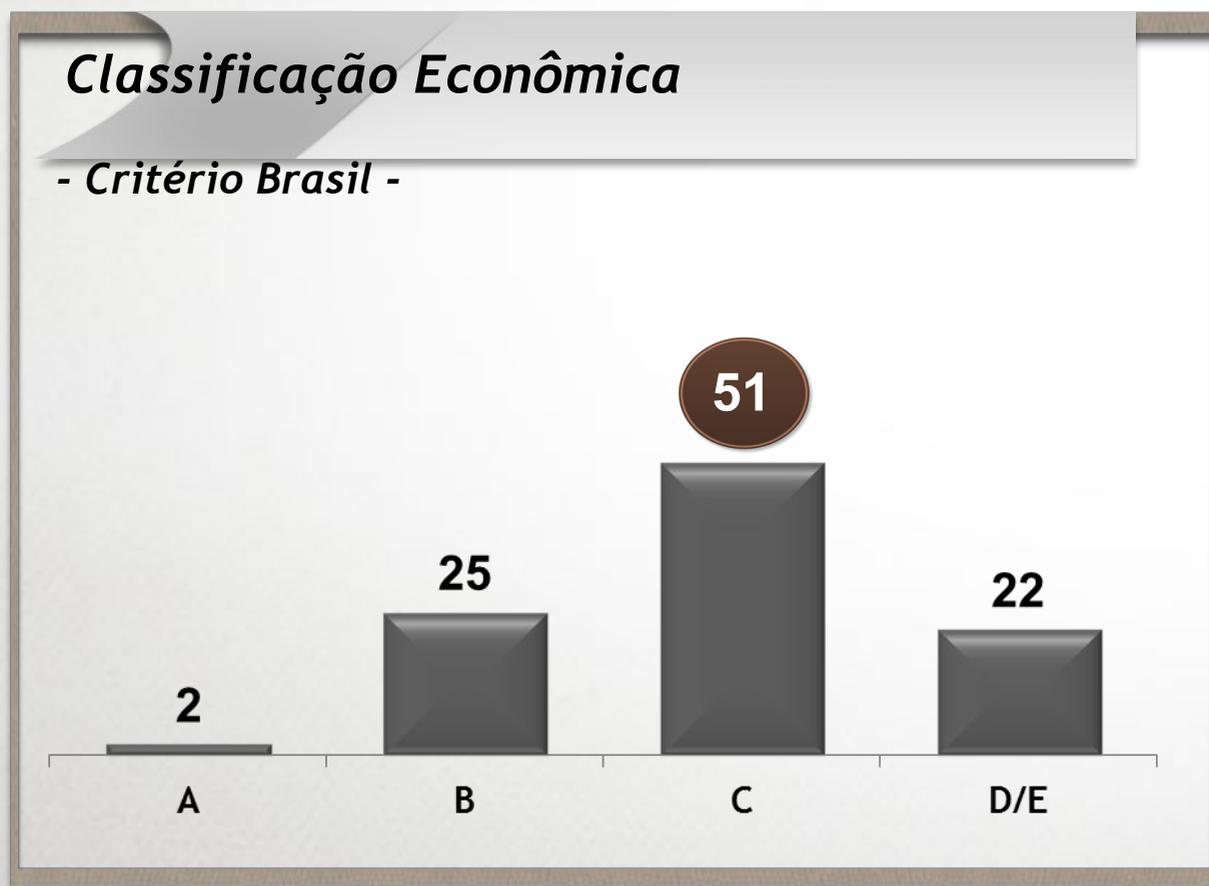


Não PEA*



❖ *Cerca de sete em cada dez entrevistados fazem parte da **população economicamente ativa**.*

❖ O perfil econômico apresenta predominância da **classe C** e de renda familiar até **2 salários mínimos**.

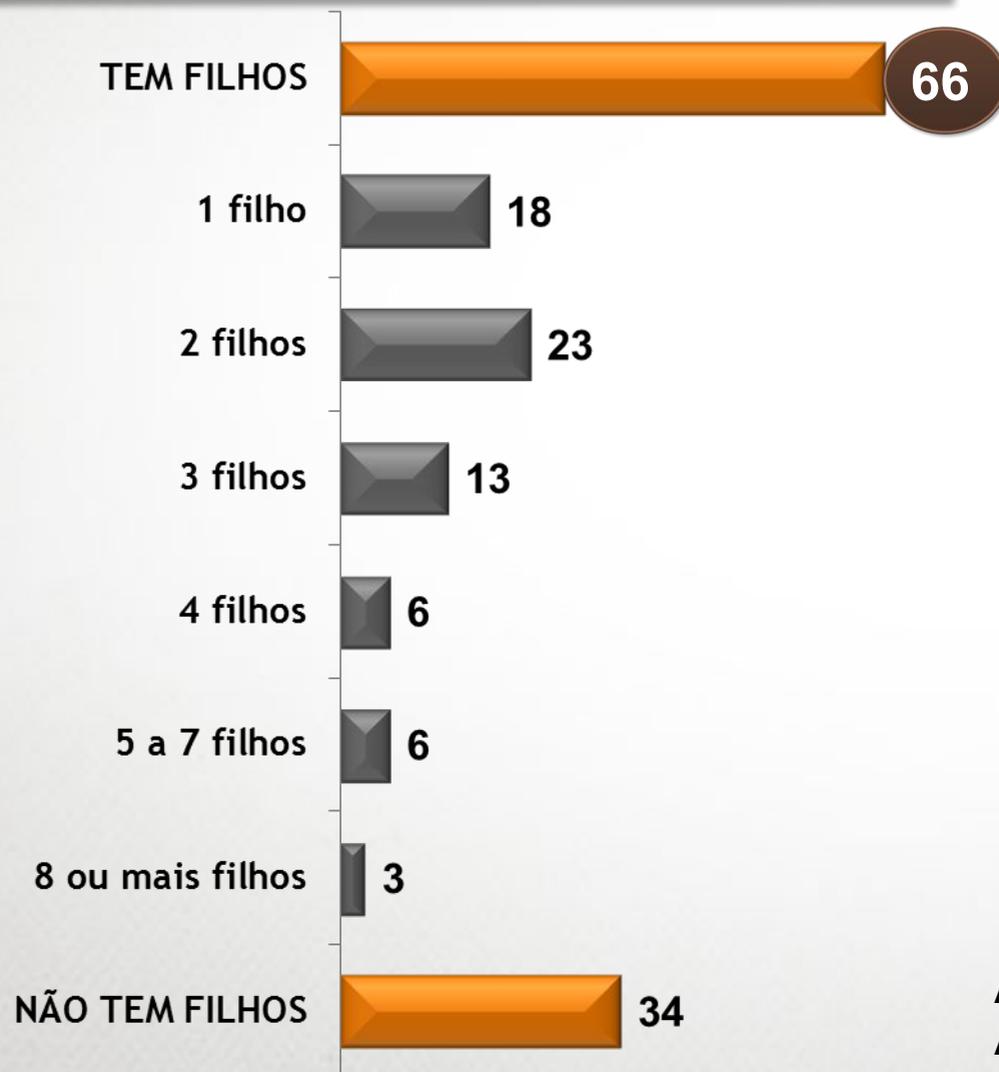


Salário mínimo (S.M.) → R\$724,00

Base Total da Amostra: 2.113 entrevistas.

P45. Somando a sua renda com a renda das pessoas que moram com você, incluindo a renda do trabalho formal ou informal, benefícios sociais, ajuda de parentes e amigos, aposentadoria, juros ou outra fonte de renda, quanto é aproximadamente a renda familiar mensal na sua casa, segundo esse cartão? P.46 Agora vou fazer algumas perguntas sobre itens do domicílio para efeito de classificação econômica. No domicílio tem ___?

Presença de filhos



Média de filhos: 3

Média de idade dos filhos: 23 anos

❖ *Seis em cada dez possuem filhos, em média, três filhos.*

Perfil Demográfico

Em%

	TOTAL	REGIÃO				NATUREZA DO MUNICÍPIO	
		Sudeste	Sul	Nordeste	Norte/Centro-Oeste	Região Metropolitana	Interior
SEXO							
Feminino	52	53	51	52	50	52	52
Masculino	48	47	49	48	50	48	48
IDADE							
16 a 24 anos	21	19	20	23	22	21	21
25 a 34 anos	23	22	21	23	25	23	22
35 a 44 anos	19	19	19	19	20	19	19
45 a 59 anos	22	24	24	20	21	22	22
60 anos ou mais	15	16	15	15	13	15	15
<i>Média (em anos)</i>	40	41	40	39	39	40	40
ESCOLARIDADE							
Ensino Fundamental	46	43	47	49	46	35	53
Ensino Médio	40	41	39	40	40	46	37
Ensino Superior	14	16	14	10	14	19	10
Base	2.113	908	309	561	335	891	1.222

Base Total da Amostra: 2.113 entrevistas.
P.47 Até que ano da escola você estudou?

Perfil Demográfico

Em%

	TOTAL	REGIÃO				NATUREZA DO MUNICÍPIO	
		Sudeste	Sul	Nordeste	Norte/Centro-Oeste	Região Metropolitana	Interior
PEA	69	69	69	67	73	70	68
Assalariado registrado	26	30	33	18	23	34	21
Free-lance/ Bico	15	15	5	22	17	15	16
Assalariado sem registro	9	7	9	11	9	5	11
Desempregado (Procura emprego)	5	5	3	5	5	5	5
Funcionário público	5	5	8	2	7	5	5
Autônomo regular (Paga ISS)	5	3	4	5	9	3	6
Empresário	3	2	6	2	3	2	3
Estagiário/ Aprendiz (Remunerado)	1	1	1	1	0	1	0
Profissional Liberal (Autônomo Universitário)	0	0	-	0	1	0	0
Não PEA	31	31	31	33	27	30	32
Só aposentado	12	11	15	12	8	12	11
Só dona de casa	10	10	9	12	11	9	12
Só estudante	7	6	6	8	7	7	6
Desempregado (não procura emprego)	1	2	1	1	0	1	1
Base	2.113	908	309	561	335	891	1.222

*População Economicamente Ativa

Base Total da Amostra: 2.113 entrevistas.

P.42 Atualmente, você trabalha? Na sua ocupação principal você é: __. estuda, é aposentado, é dona-de-casa ou está desempregado?

Perfil Demográfico

Em%

	TOTAL	REGIÃO				NATUREZA DO MUNICÍPIO	
		Sudeste	Sul	Nordeste	Norte/Centro-Oeste	Região Metropolitana	Interior
CLASSIFICAÇÃO ECONÔMICA - Critério Brasil -							
A	2	3	3	1	2	4	2
B	25	30	35	13	20	31	21
C	51	51	50	51	53	54	50
D/E	22	16	11	35	25	12	28
RENDA FAMILIAR MENSAL							
Até 2 S.M.	42	33	31	59	46	36	46
Mais de 2 S.M. a 3 S.M.	24	25	27	23	18	22	26
Mais de 3 S.M. a 5 S.M.	16	19	18	8	19	19	14
Mais de 5 S.M. a 10 S.M.	9	10	10	5	11	12	7
Mais de 10 S.M.	4	0	3	2	3	0	2
Não sabe/ recusa	6	5	4	2	2	3	4
Média (em reais)	2.662	3.023	2.701	2.075	2.681	3.164	2.329
Base	2.113	908	309	561	335	891	1.222

Base Total da Amostra: 2.113 entrevistas.

P45. Somando a sua renda com a renda das pessoas que moram com você, incluindo renda do trabalho formal ou informal, benefícios sociais, ajuda de parentes e amigos, aposentadoria, juros ou outra fonte de renda, quanto é aproximadamente a renda familiar mensal na sua casa, segundo esse cartão? **P.46** Agora vou fazer algumas perguntas sobre itens do domicílio para efeito de classificação econômica. No domicílio tem ___?

Perfil Demográfico

Em%

	TOTAL	REGIÃO				NATUREZA DO MUNICÍPIO	
		Sudeste	Sul	Nordeste	Norte/Centro-Oeste	Região Metropolitana	Interior
TEM FILHOS	66	64	68	66	69	65	67
1 filho	18	17	20	19	17	20	16
2 filhos	23	22	27	22	21	20	24
3 filhos	13	13	14	11	13	13	12
4 filhos	6	6	4	5	7	6	5
5 a 7 filhos	6	5	3	7	7	4	6
8 ou mais filhos	3	1	1	3	2	2	2
NÃO TEM FILHOS	34	1	1	1	1	1	1
<i>Média de filhos</i>	<i>3</i>	<i>3</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>3</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
<i>Base</i>	<i>2.113</i>	<i>908</i>	<i>309</i>	<i>561</i>	<i>335</i>	<i>891</i>	<i>1.222</i>

Objetivo

Metodologia

Perfil demográfico

Doenças crônicas não transmissíveis

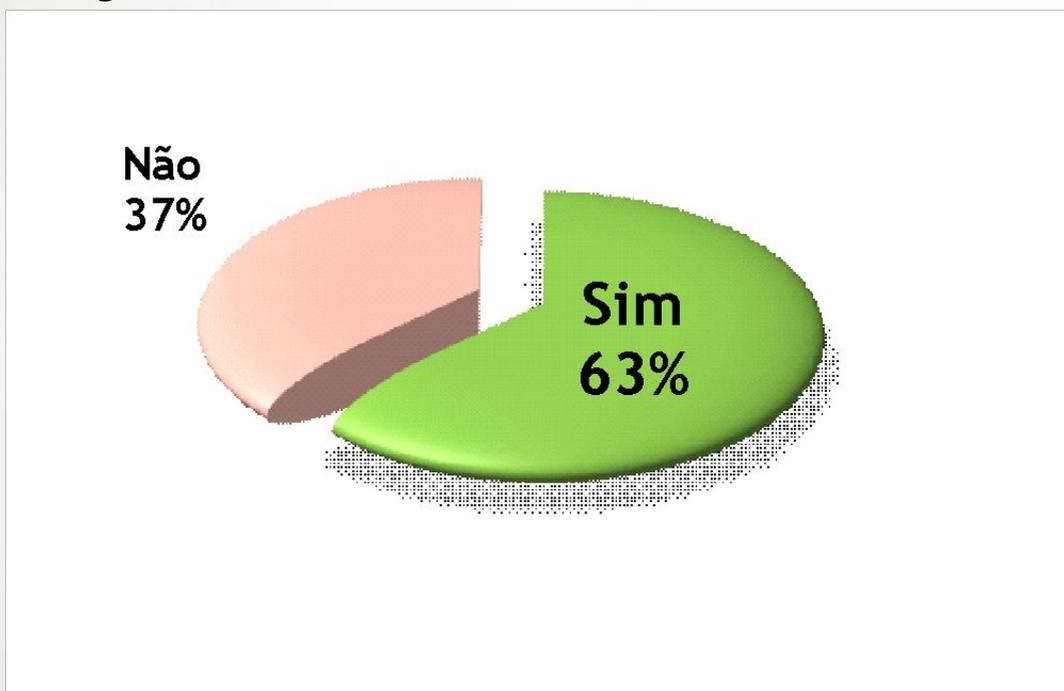
Conhecimento dos riscos de desenvolver doenças crônicas não transmissíveis:

- ▶ *Fumo*
- ▶ *Alcoolismo*
- ▶ *Consumo de alimentos industrializados ou fast-food*

Imagem das ações frente à regulação e comercialização de produtos nocivos à saúde

Sumário conclusivo

Ouviu falar em Doenças Crônicas Não Transmissíveis?



❖ Grande parcela já ouviu falar sobre Doenças Crônicas Não Transmissíveis.



Maiores taxas de conhecimento:

- 36 a 59 anos → em torno de 69%
- Escolaridade superior → 72%
- Classe A → 72%, classe B → 70%

Doenças crônicas não transmissíveis

Estimulada e única, em%

Conhecimento fatores de risco

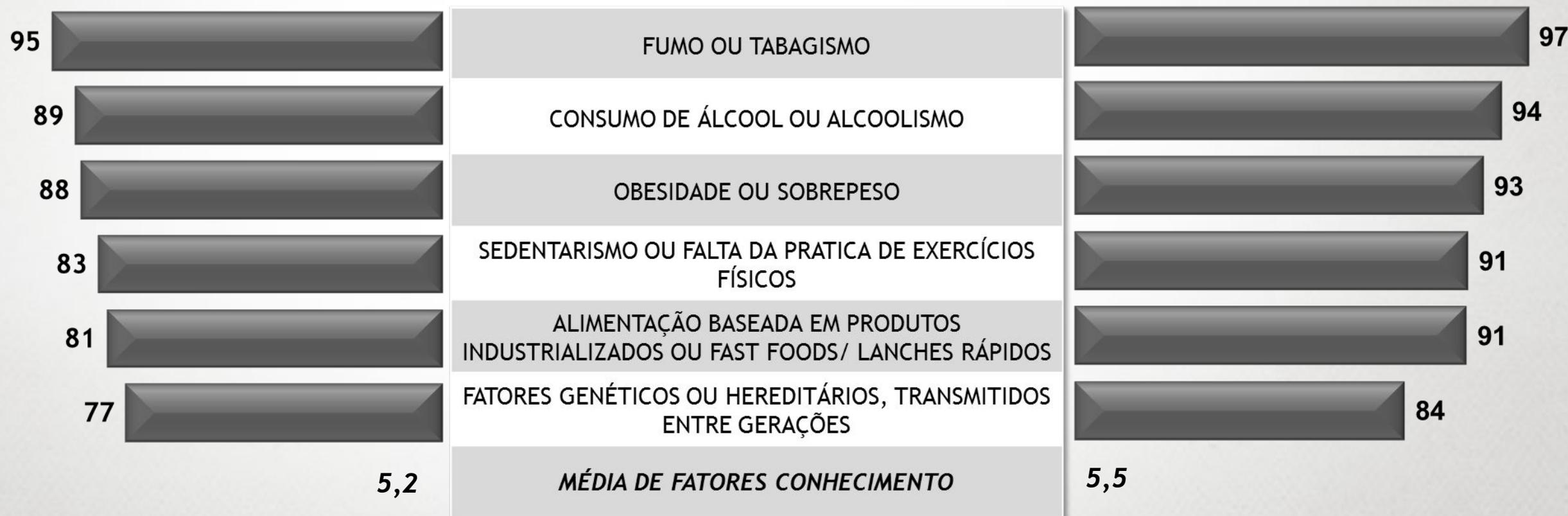
NÃO OUVIU
SOBRE DOENÇAS
CRÔNICAS

37%

O estudo investigou o conhecimento de seis fatores que aumentam o risco de uma pessoa ter Doença Crônica Não Transmissível...

63%

OUVIU FALAR
SOBRE DOENÇAS
CRÔNICAS



- ❖ De um modo geral, o conhecimento dos fatores de risco apresentados é alto, maior para o **Tabagismo** e proporção menor para os **Fatores Genéticos**.
- ❖ Observa-se que entre os que **desconheciam** o termo “Doenças Crônicas Não Transmissíveis”, após apresentação dos fatores, passam a relacioná-los às doenças crônicas.

Base Total da Amostra: 2.113 entrevistas.

P10. Você já ouviu falar em Doenças Crônicas Não Transmissíveis?/P11. Pelo que você sabe ou já ouviu falar, ____ aumenta o risco de uma pessoa ter uma Doença Crônica Não Transmissível?

Indagados sobre o conhecimento de sete iniciativas antitabagistas, verifica-se que:

As campanhas e iniciativas chegam ao conhecimento de grande parcela da população. Maiores taxas de conhecimento para a **proibição de fumar em ambientes fechados** (95%) e as **fotos de advertências nos maços de cigarro** (91%). A menor taxa de conhecimento é observada para a **proibição de sabores artificiais** (56%).

A maioria da população tem conhecimento das iniciativas relacionadas ao fumo.

- ✓ O conhecimento é maior entre a população com **perfil educacional e econômico mais privilegiado** e por pessoas com idade mediana (35 e 59 anos).
- ✓ Já, uma parcela de **jovens** (16 e 24 anos) tem maior desconhecimento com: proibição de propagandas na mídia, em locais de venda e a inclusão de sabores artificiais nos cigarros.
- ✓ O Nordeste apresenta menores taxas de conhecimento.

Após o conhecimento, levantou-se a opinião sobre cada iniciativa e:

A grande maioria declarou-se a **favor das iniciativas** que visam reduzir o fumo.

Apoiam principalmente os **Centros de apoio para pessoas que querem parar com o vício** (96%) e a proibição de **fumar em ambientes fechados** (93%).

Também tem alto respaldo as **fotos de advertências** (89%) em maços e as proibições em **publicidades** na mídia (85%) e em locais de venda do produto (82%).

A maior taxa de oposição às iniciativas é observada na proibição de **sabores nos cigarros** (72%).

As iniciativas têm adesão em todos os segmentos, com destaque para a população com:

- ✓ nível de escolaridade **superior**
- ✓ maior **nível econômico**
- ✓ faixa etária entre **35 e 59 anos**

O eixo **Sul e Sudeste** apresenta maior favorabilidade e a região **Nordeste**, menor.

Vale ressaltar que os **jovens** entre 16 e 24 anos têm maior oposição às iniciativas.

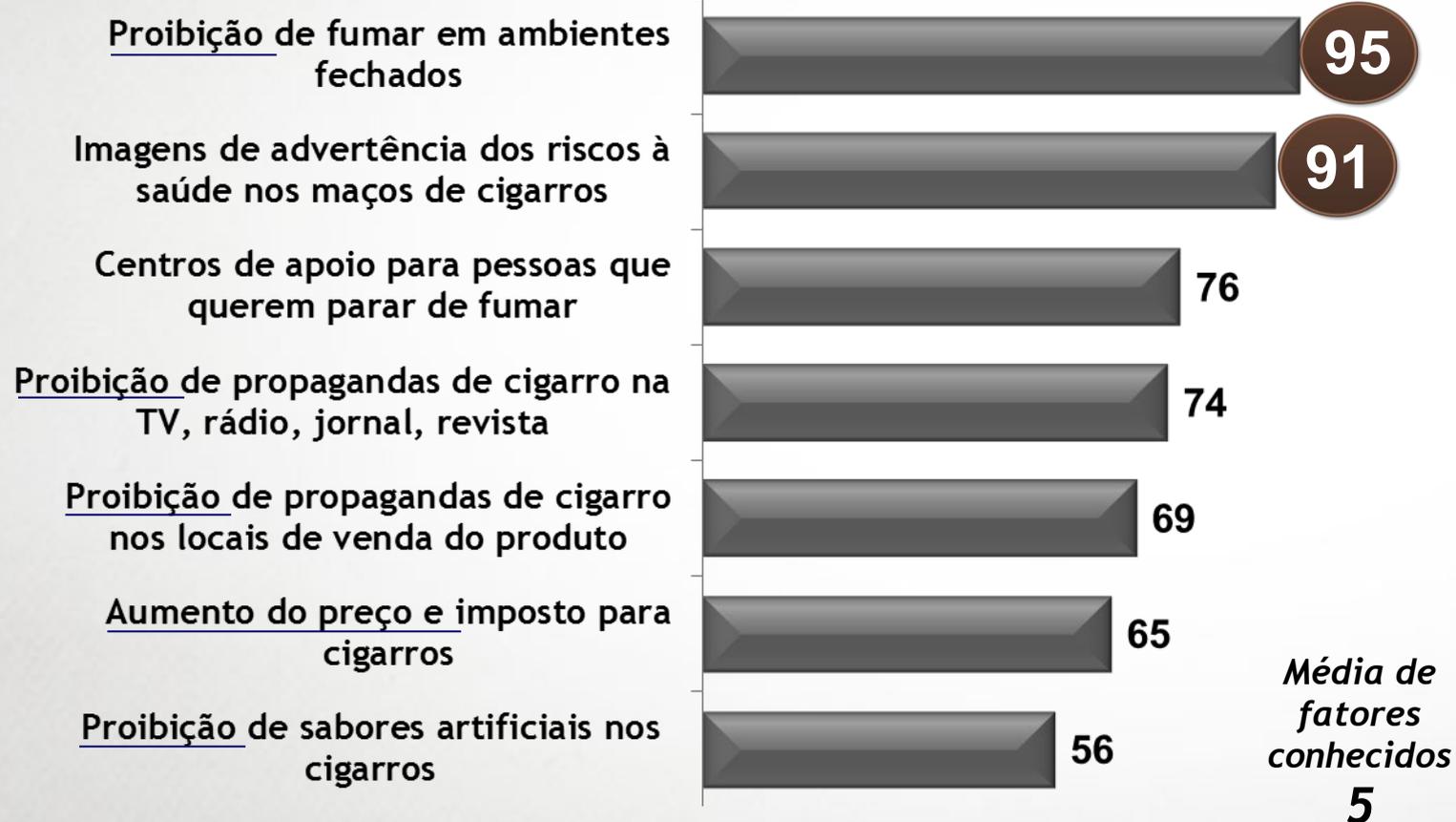
Iniciativas relacionadas ao fumo

Estimulada, em%

Conhecimento



- Múltipla -



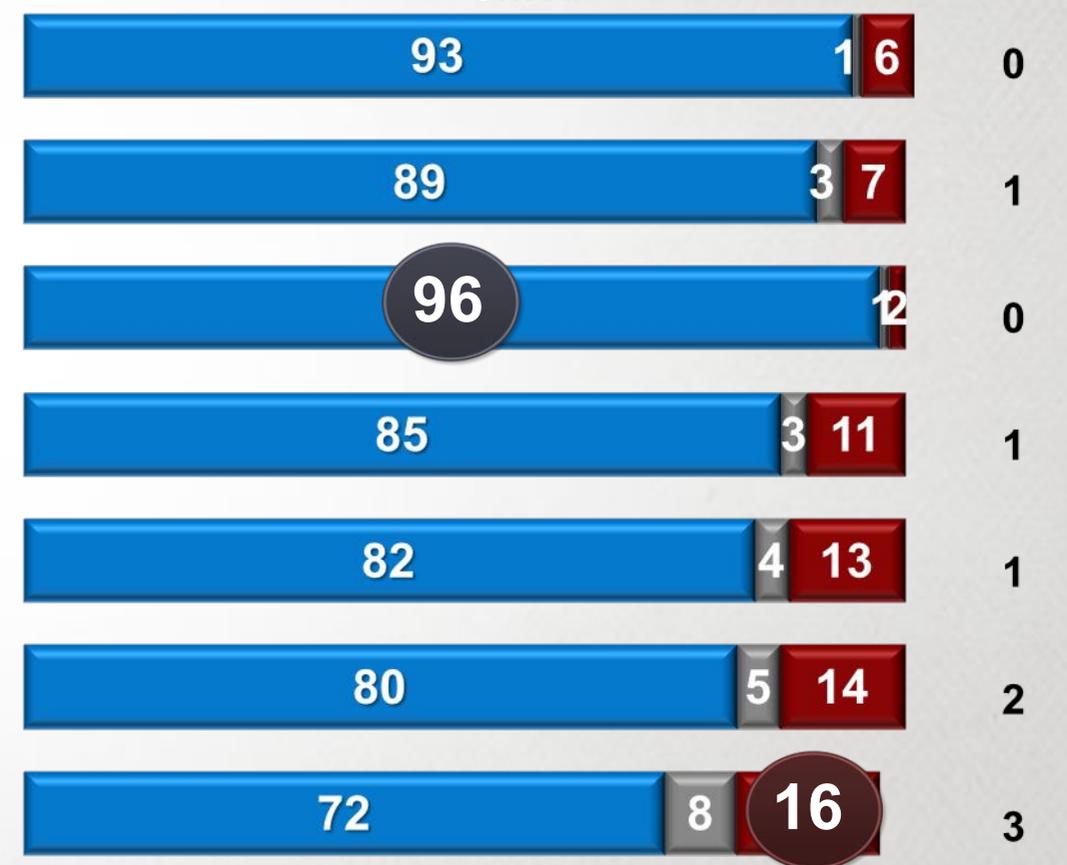
Média de conhecimento¹ 75%

Opinião

A Favor Imparcial Contra

Não sabe

- Única -



Média de favorabilidade¹ → 85%

Iniciativas relacionadas ao fumo

Estimulada, em%

Conhecimento



Em abril de 2011, o Datafolha investigou três propostas para a redução do fumo na população brasileira e verificou que:

- 1) Proibir os estabelecimentos comerciais de **expor embalagens de cigarros** que podem ser vistos por crianças e jovens → **78%** concordam
- 2) Aumentar o preço dos cigarros, incluindo o **aumento de impostos** para os fabricantes → **76%** concordam
- 3) Proibir os fabricantes de adicionar **sabores e aromas** ao cigarro → **75%** concordam

E, em 2014, das três propostas...

O **conhecimento** das iniciativas é alto, porém menor que aprovação em 2011

E, continuam **favoráveis** medidas



Proibição de propagandas de cigarro nos locais de venda do produto

69%

82%

Aumento do preço e imposto para cigarros

65%

80%

Proibição de sabores artificiais nos cigarros

56%

72%

Iniciativas relacionadas ao fumo

Estimulada e múltipla, em%

Conhecimento



	TOTAL	SEXO		IDADE (ANOS)					ESCOLARIDADE			RENDA FAMILIAR			CLASSIFICAÇÃO ECONÔMICA		
		Masculino	Feminino	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	Fundamental	Médio	Superior	Até 2 S.M.	Mais 2 a 5 S.M.	Mais de 5 S.M.	Classe A/B	Classe C	Classe D/E
Proibição de fumar em ambientes fechados	95	96	94	95	95	94	96	94	94	95	97	93	96	98	98	95	91
Imagens de advertência dos riscos à saúde nos maços de cigarros	91	91	90	90	92	91	92	88	88	93	95	85	95	97	96	91	84
Centros de apoio para pessoas que querem parar de fumar	76	76	75	74	75	78	80	71	75	77	76	72	79	77	79	77	70
Proibição de propagandas de cigarro na TV, rádio, jornal, revista	74	74	74	65	74	78	79	74	73	73	81	70	76	82	79	74	67
Proibição de propagandas de cigarro nos locais de venda do produto	69	72	66	60	67	76	76	66	69	67	72	64	71	77	76	69	61
Aumento do preço e imposto para cigarros	65	68	63	56	65	66	71	69	64	64	77	60	69	75	72	65	57
Proibição de sabores artificiais nos cigarros	56	58	53	48	53	56	63	58	57	54	56	53	58	59	60	56	48
Média de conhecimento	5,3	5,4	5,2	4,9	5,2	5,4	5,6	5,2	5,2	5,3	5,5	5,0	5,4	5,7	5,6	5,3	4,8
Base	2.113	1.021	1.092	470	485	394	453	311	872	912	329	831	863	297	655	1.053	405

Base Total da Amostra: 2.113 entrevistas.

P12. Fumar aumenta o risco de uma pessoa ter alguma Doença Crônica Não Transmissível. Eu vou ler algumas iniciativas e gostaria de saber se você conhece ou não _____?

Iniciativas relacionadas ao fumo

Estimulada e múltipla, em%

Conhecimento



	TOTAL	REGIÃO				NATUREZA DO MUNICÍPIO	
		Sudeste	Sul	Nordeste	Norte/Centro-Oeste	Região Metropolitana	Interior
Proibição de fumar em ambientes fechados	95	97	98	88	97	97	94
Imagens de advertência dos riscos à saúde nos maços de cigarros	91	94	93	84	92	92	90
Centros de apoio para pessoas que querem parar de fumar	76	80	80	71	69	77	75
Proibição de propagandas de cigarro na TV, rádio, jornal, revista	74	76	85	66	72	76	73
Proibição de propagandas de cigarro nos locais de venda do produto	69	72	77	59	69	71	68
Aumento do preço e imposto para cigarros	65	69	75	55	65	68	63
Proibição de sabores artificiais nos cigarros	56	59	62	48	52	59	53
Média de conhecimento	5,3	5,5	5,7	4,8	5,2	5,4	5,2
Base	2.113	908	309	561	335	891	1.222

Base Total da Amostra: 2.113 entrevistas.

P12. Fumar aumenta o risco de uma pessoa ter alguma Doença Crônica Não Transmissível. Eu vou ler algumas iniciativas e gostaria de saber se você conhece ou não _____?

Iniciativas relacionadas ao fumo

Estimulada e única, em%

Opinião



	TOTAL	SEXO		IDADE (ANOS)					ESCOLARIDADE			RENDA FAMILIAR			CLASSIFICAÇÃO ECONÔMICA		
		Masculino	Feminino	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	Fundamental	Médio	Superior	Até 2 S.M.	Mais 2 a 5 S.M.	Mais de 5 S.M.	Classe A/B	Classe C	Classe D/E
PROIBIÇÃO DE FUMAR EM AMBIENTES FECHADOS																	
A favor	93	93	93	92	94	93	95	91	91	94	97	91	95	94	94	95	88
Contra	6	6	5	6	5	6	5	6	7	5	2	7	4	6	5	5	9
IMAGENS DE ADVERTÊNCIA DOS RISCOS À SAÚDE NOS MAÇOS DE CIGARROS																	
A favor	89	90	89	89	87	90	91	89	86	92	93	86	92	94	92	91	82
Contra	7	7	7	7	8	7	6	7	9	5	5	9	5	6	6	6	11
CENTROS DE APOIO PARA PESSOAS QUE QUEREM PARAR DE FUMAR																	
A favor	96	96	97	96	96	98	97	96	95	98	97	96	97	98	97	97	93
Contra	2	2	2	2	3	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	4
PROIBIÇÃO DE PROPAGANDAS DE CIGARRO NA TV, RÁDIO, JORNAL, REVISTA																	
A favor	85	85	84	81	84	86	88	85	84	85	88	81	88	86	86	86	80
Contra	11	11	11	15	12	10	9	10	11	12	10	13	9	13	10	11	13
PROIBIÇÃO DE PROPAGANDAS DE CIGARRO NOS LOCAIS DE VENDA DO PRODUTO																	
A favor	82	82	81	78	81	82	84	82	79	83	87	82	84	82	84	83	75
Contra	13	12	14	16	15	12	12	9	14	13	11	12	12	9	12	12	16
AUMENTO DO PREÇO E IMPOSTO PARA CIGARROS																	
A favor	80	78	81	73	79	79	83	84	78	80	83	75	83	84	80	82	73
Contra	14	15	13	20	13	15	11	12	15	14	12	17	12	13	14	13	17
PROIBIÇÃO DE SABORES ARTIFICIAIS NOS CIGARROS																	
A favor	72	72	72	67	71	73	74	75	70	72	79	67	76	77	76	74	62
Contra	16	17	16	20	16	16	15	14	18	16	14	19	13	19	14	16	21
Base	2.113	1.021	1.092	470	485	394	453	311	872	912	329	831	863	297	655	1.053	405

Iniciativas relacionadas ao fumo

Estimulada e única, em%

Opinião



	TOTAL	REGIÃO				NATUREZA DO MUNICÍPIO	
		Sudeste	Sul	Nordeste	Norte/Cen- tro- Oeste	Região Metropo- litana	Interior
PROIBIÇÃO DE FUMAR EM AMBIENTES FECHADOS							
A favor	93	96	94	90	92	93	93
Contra	6	3	4	8	8	6	5
IMAGENS DE ADVERTÊNCIA DOS RISCOS À SAÚDE NOS MAÇOS DE CIGARROS							
A favor	89	92	88	86	89	90	89
Contra	7	5	5	9	9	7	7
CENTROS DE APOIO PARA PESSOAS QUE QUEREM PARAR DE FUMAR							
A favor	96	97	96	94	98	97	96
Contra	2	2	1	3	1	2	2
PROIBIÇÃO DE PROPAGANDAS DE CIGARRO NA TV, RÁDIO, JORNAL, REVISTA							
A favor	85	87	89	78	84	84	85
Contra	11	9	5	16	13	12	10
PROIBIÇÃO DE PROPAGANDAS DE CIGARRO NOS LOCAIS DE VENDA DO PRODUTO							
A favor	82	85	88	74	80	83	81
Contra	13	11	5	18	18	13	13
AUMENTO DO PREÇO E IMPOSTO PARA CIGARROS							
A favor	80	81	83	75	80	83	78
Contra	14	14	8	17	15	13	15
PROIBIÇÃO DE SABORES ARTIFICIAIS NOS CIGARROS							
A favor	72	77	78	66	63	74	70
Contra	16	13	7	21	25	16	17
Base	2.113	470	485	453	311	872	329

Investigou-se o conhecimento de cinco iniciativas para o combate ao alcoolismo e também a opinião de cada medida entre a população. Os resultados indicam que:



A grande maioria tem conhecimento sobre a **lei seca** (97%) e a **proibição de vendas** de bebidas alcoólicas para **menores** (96%) ambas com **grande aceitação** pela população.

O conhecimento e a aprovação por parte da população das duas medidas é unânime em todos os segmentos.

Cerca de dois em cada três têm conhecimento que os **bares e botecos não** podem **avançar o horário** noturno (71%) e estão informados com a medida de **aumento de imposto da bebida** (62%).

De um modo geral o conhecimento das iniciativas está mais presente entre os **mais velhos** e menos entre os **jovens** com a faixa etária entre 16 e 24 anos. A região Nordeste é a mais distante de informações.

A proibição de **propagandas de bebidas alcoólicas** na mídia no **horário nobre** obtém taxa semelhante de conhecimento (59%).

Verifica-se que as **mulheres** e os **mais velhos** (45 anos ou mais) são **mais favoráveis** à proibição de bares funcionarem após a meia noite e o aumento de **taxas de impostos**.

Vale ressaltar que os **jovens** entre 16 e 24 anos têm maior restrição às medidas contra o álcool assim como a região Nordeste do país.

Iniciativas relacionadas ao alcoolismo

Estimulada, em%

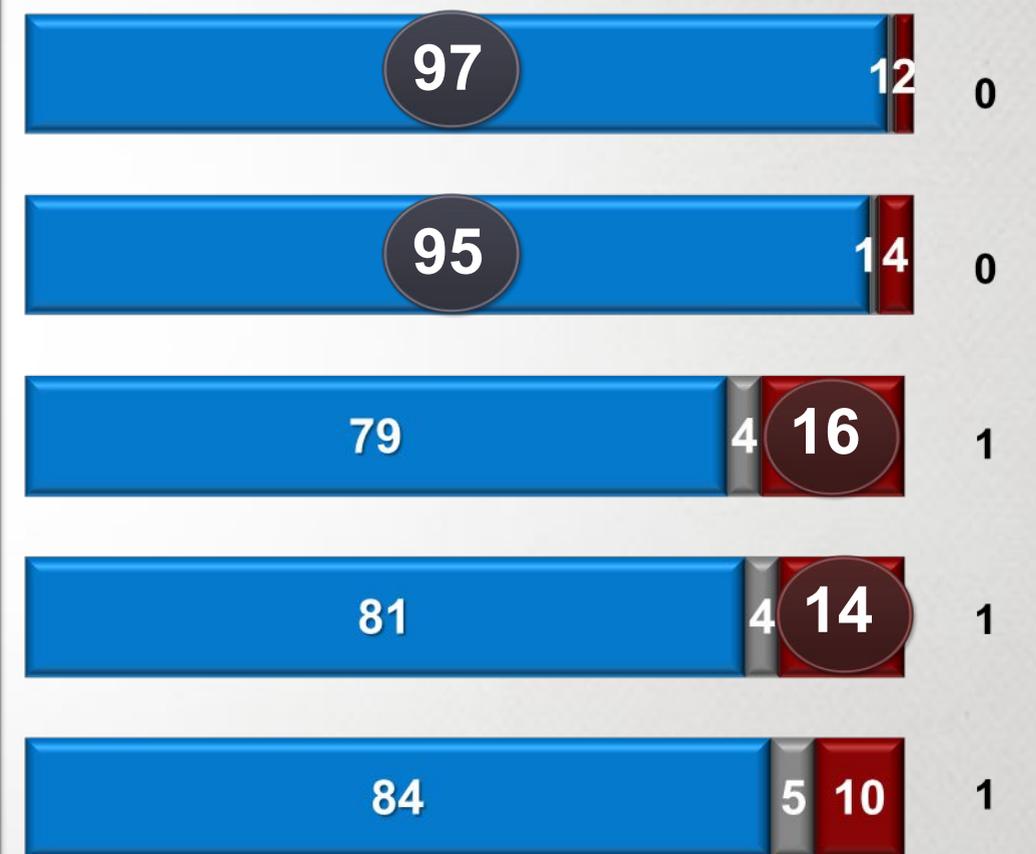
Conhecimento



Média de conhecimento¹ 77%

Opinião

■ A Favor
 ■ Imparcial
 ■ Contra
 Não sabe



Média de favorabilidade¹ → 87%

Iniciativas relacionadas ao alcoolismo

Estimulada e múltipla, em%

Conhecimento



	TOTAL	SEXO		IDADE (ANOS)					ESCOLARIDADE			RENDA FAMILIAR			CLASSIFICAÇÃO ECONÔMICA		
		Masculino	Feminino	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	Fundamental	Médio	Superior	Até 2 S.M.	Mais 2 a 5 S.M.	Mais de 5 S.M.	Classe A/B	Classe C	Classe D/E
Lei seca, proibição de dirigir após ter consumido álcool	97	98	97	97	98	97	98	95	96	98	99	96	98	100	99	98	94
Proibição de vendas de bebidas alcoólicas para menores de 18 anos	96	96	96	95	97	96	98	95	96	97	97	95	98	98	97	97	95
Fechamento de bares e botecos após a meia noite	71	70	71	62	66	73	80	74	74	69	66	70	73	69	70	72	69
Aumento do imposto para bebidas alcoólicas	62	65	60	49	60	66	68	70	64	59	64	59	63	70	64	62	59
Proibição de propagandas de bebidas alcoólicas na TV ou rádio entre 06h e 21h	59	59	59	50	57	61	64	66	62	56	59	58	61	62	59	59	59
Média de conhecimento	3,9	3,9	3,9	3,5	3,8	4,0	4,1	4,0	3,9	3,8	3,9	3,8	3,9	4,0	3,9	3,9	3,8
Base	2.113	1.021	1.092	470	485	394	453	311	872	912	329	831	863	297	655	1.053	405

Iniciativas relacionadas ao alcoolismo

Estimulada e múltipla, em%

Conhecimento



	TOTAL	REGIÃO				NATUREZA DO MUNICÍPIO	
		Sudeste	Sul	Nordeste	Norte/Centro-Oeste	Região Metropolitana	Interior
Lei seca, proibição de dirigir após ter consumido álcool	97	98	99	94	99	98	96
Proibição de vendas de bebidas alcoólicas para menores de 18 anos	96	97	96	93	99	97	96
Fechamento de bares e botecos após a meia noite	71	69	73	67	82	71	71
Aumento do imposto para bebidas alcoólicas	62	63	70	56	63	62	62
Proibição de propagandas de bebidas alcoólicas na TV ou rádio entre 06h e 21h	59	58	71	54	61	59	60
Média de conhecimento	3,9	3,9	4,1	3,7	4,0	3,9	3,9
Base	2.113	908	309	561	335	891	1.222

Base Total da Amostra: 2.113 entrevistas

P14. O alcoolismo aumenta o risco de uma pessoa ter alguma Doença Crônica Não Transmissível. Eu vou ler algumas iniciativas e gostaria de saber se você conhece ou não _____?

Iniciativas relacionadas ao alcoolismo

Estimulada e única, em%

Opinião



TOTAL	SEXO		IDADE (ANOS)					ESCOLARIDADE			RENDA FAMILIAR			CLASSIFICAÇÃO ECONÔMICA		
	Masculino	Feminino	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	Fundamental	Médio	Superior	Até 2 S.M.	Mais 2 a 5 S.M.	Mais de 5 S.M.	Classe A/B	Classe C	Classe D/E

LEI SECA, PROIBIÇÃO DE DIRIGIR APÓS TER CONSUMIDO ÁLCOOL

A favor	97	96	97	96	96	97	98	95	96	97	98	95	98	97	97	97	94
Contra	2	2	2	3	3	2	1	3	3	2	2	3	1	3	2	2	4

PROIBIÇÃO DE VENDAS DE BEBIDAS ALCOÓLICAS PARA MENORES DE 18 ANOS

A favor	95	94	96	92	94	98	96	95	94	95	98	93	97	98	96	96	92
Contra	4	5	4	7	5	2	3	3	5	4	2	6	3	2	4	3	6

FECHAMENTO DE BARES E BOTECOS APÓS A MEIA NOITE

A favor	79	74	84	71	73	79	87	88	83	78	66	82	78	74	72	81	84
Contra	16	21	12	23	22	16	9	7	11	16	30	13	16	24	23	15	10

AUMENTO DO IMPOSTO PARA BEBIDAS ALCOÓLICAS

A favor	81	78	83	73	78	79	87	87	81	80	79	79	83	78	79	83	79
Contra	14	18	11	22	16	16	9	8	13	15	18	14	13	20	18	13	14

PROIBIÇÃO DE PROPAGANDAS DE BEBIDAS ALCOÓLICAS NA TV OU RÁDIO ENTRE 06H E 21H

A favor	84	82	86	79	81	85	87	86	83	84	86	81	87	86	84	86	79
Contra	10	11	9	13	13	10	7	6	10	10	10	12	8	10	11	9	12
Base	2.113	1.021	1.092	470	485	394	453	311	872	912	329	831	863	297	655	1.053	405

Iniciativas relacionadas ao alcoolismo

Estimulada e única, em%

Opinião



	TOTAL	REGIÃO				NATUREZA DO MUNICÍPIO	
		Sudeste	Sul	Nordeste	Norte/Centro-Oeste	Região Metropolitana	Interior
LEI SECA, PROIBIÇÃO DE DIRIGIR APÓS TER CONSUMIDO ÁLCOOL							
A favor	97	98	97	95	96	97	96
Contra	2	1	2	3	4	2	2
PROIBIÇÃO DE VENDAS DE BEBIDAS ALCOÓLICAS PARA MENORES DE 18 ANOS							
A favor	95	96	96	94	94	95	95
Contra	4	4	3	5	5	4	4
FECHAMENTO DE BARES E BOTECOS APÓS A MEIA NOITE							
A favor	79	80	78	75	83	79	79
Contra	16	15	16	19	13	18	14
AUMENTO DO IMPOSTO PARA BEBIDAS ALCOÓLICAS							
A favor	81	84	81	74	83	83	79
Contra	14	11	14	19	14	13	15
PROIBIÇÃO DE PROPAGANDAS DE BEBIDAS ALCOÓLICAS NA TV OU RÁDIO ENTRE 06H E 21H							
A favor	84	88	86	77	82	84	83
Contra	10	8	6	14	13	11	9
Base	2.113	470	485	453	311	872	329



O estudo contemplou o conhecimento de seis medidas destinadas à alimentação saudável e a aprovação por parte da população.

O **conhecimento** da população com as campanhas destinadas à alimentação é menos expressiva (63%) ante campanhas contra o fumo (75%) e o álcool (77%).

- Campanhas educativas na mídia sobre alimentação saudável são as mais conhecidas (78%).
- Cerca de dois terços tem informações da **redução do sal e açúcar** (69%) em alimentos industrializados, a **venda de alimentos não saudáveis em escolas** (68%) e as iniciativas do governo para **umentar o acesso a alimentos saudáveis** (66%).
- Menores taxas de conhecimento são observadas nas iniciativas com o aumento de impostos dos refrigerantes (48%) e a proibição de personagens infantis em embalagens (47%).

A população é totalmente **favorável** às iniciativas destinadas à alimentação saudável, principalmente com as **campanhas educativas na mídia** (95%), a **redução do sal e açúcar** em alimentos (91%) e as iniciativas do governo para **umentar o acesso a alimentos mais saudáveis** (95%). Observa-se maior oposição ao **umento de impostos sobre bebidas açucaradas como refrigerantes**.

O conhecimento das iniciativas com a alimentação saudável é mais expressivo entre:

- ✓ as mulheres
- ✓ a população com faixa etária entre 35 e 59 anos
- ✓ maior perfil econômico
- ✓ região Sul

As opiniões de campanhas com a alimentação saudável é mais positiva entre:

- ✓ as mulheres
- ✓ mais privilegiados economicamente
- ✓ regiões Sul e Sudeste e nas regiões metropolitanas

Mais uma vez, os jovens têm maiores restrições com campanhas destinadas à alimentação.

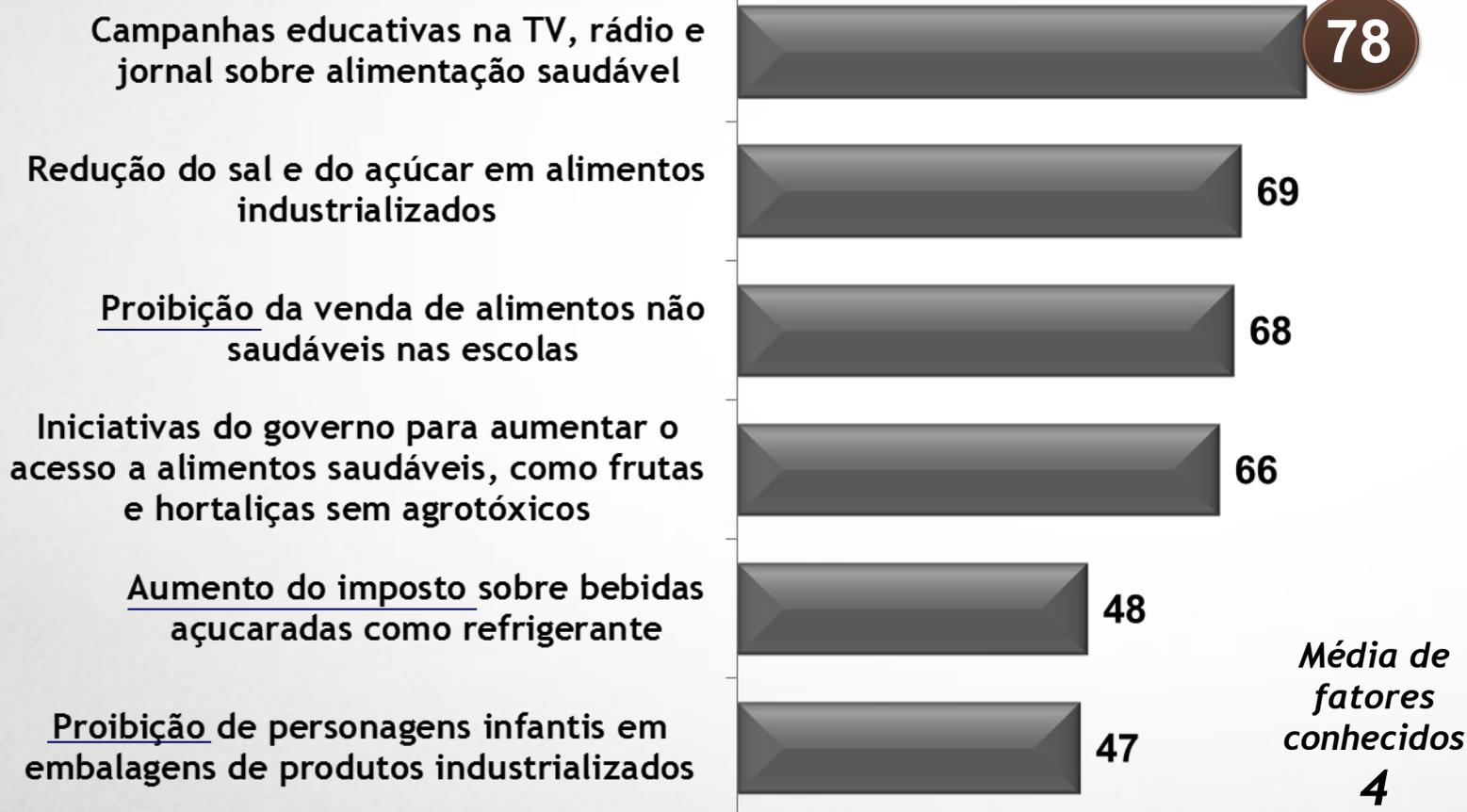
Iniciativas relacionadas a fast-food

Estimulada, em%

Conhecimento



- Múltipla -



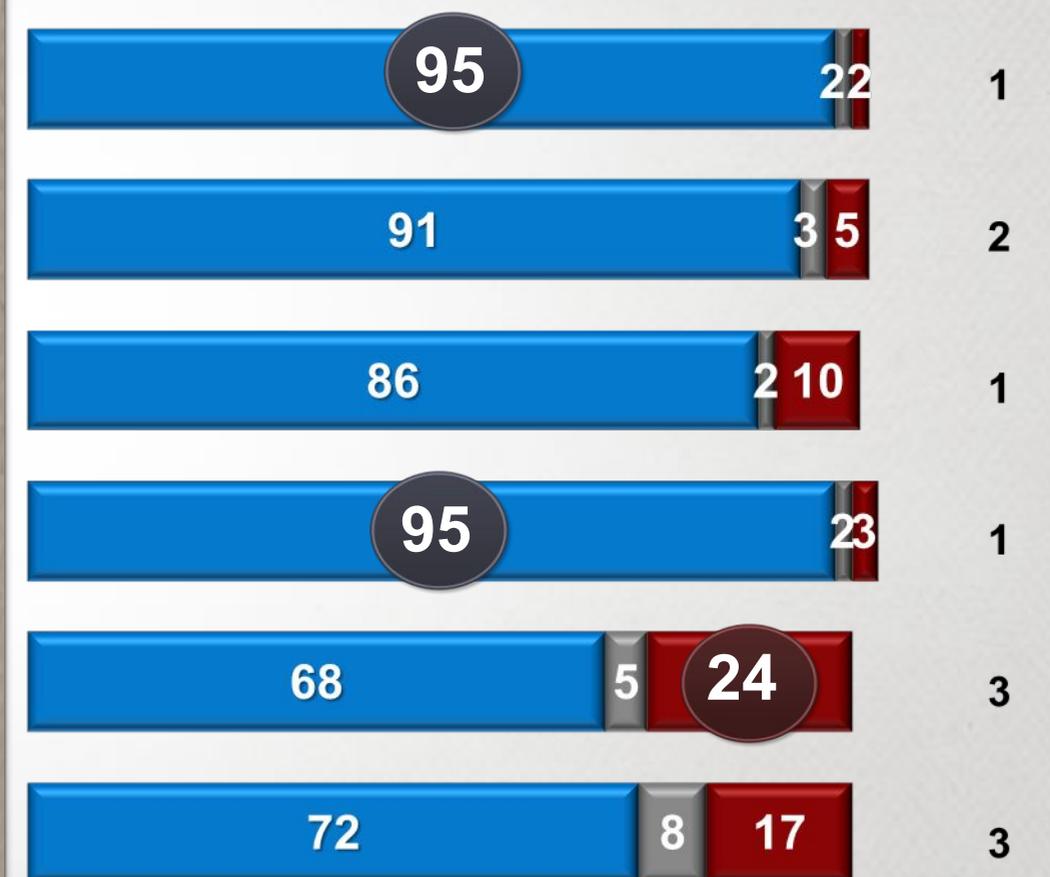
Média de fatores conhecidos 4

Opinião

A Favor Imparcial Contra

- Única -

Não sabe



Média de favorabilidade¹ → 85%

Iniciativas relacionadas a fast-food

Estimulada e múltipla, em%

Conhecimento



	TOTAL	SEXO		IDADE (ANOS)					ESCOLARIDADE			RENDA FAMILIAR			CLASSIFICAÇÃO ECONÔMICA		
		Masculino	Feminino	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	Fundamental	Médio	Superior	Até 2 S.M.	Mais 2 a 5 S.M.	Mais de 5 S.M.	Classe A/B	Classe C	Classe D/E
Campanhas educativas na TV, rádio e jornal sobre alimentação saudável	78	75	81	73	78	80	82	77	76	79	80	75	81	80	81	81	69
Redução do sal e do açúcar em alimentos industrializados	69	67	70	59	67	71	76	71	68	67	74	66	71	69	71	70	62
Proibição da venda de alimentos não saudáveis nas escolas	68	63	72	62	66	72	71	68	66	66	79	64	70	71	72	68	61
Iniciativas do governo para aumentar o acesso a alimentos saudáveis, como frutas e hortaliças sem agrotóxicos	66	63	69	57	63	68	72	71	67	65	66	63	68	67	69	68	58
Aumento do imposto sobre bebidas açucaradas como refrigerante	48	48	49	42	44	52	51	56	51	47	45	46	50	51	49	49	47
Proibição de personagens infantis em embalagens de produtos industrializados	47	47	47	40	43	52	52	47	49	44	45	45	48	46	47	48	43
Média de conhecimento	3,9	3,7	4,0	3,4	3,7	4,0	4,1	4,0	3,9	3,8	4,0	3,7	4,0	3,9	4,0	3,9	3,6
Base	2.113	1.021	1.092	470	485	394	453	311	872	912	329	831	863	297	655	1.053	405

Base Total da Amostra: 2.113 entrevistas

P16. O consumo de alimentos industrializados ou fast-foods/ lanches rápidos aumenta o risco de uma pessoa ter alguma Doença Crônica Não Transmissível. Eu vou ler algumas iniciativas e gostaria de saber se você conhece ou não _____?

Iniciativas relacionadas a fast-food

Estimulada e múltipla, em%

Conhecimento



	TOTAL	REGIÃO				NATUREZA DO MUNICÍPIO	
		Sudeste	Sul	Nordeste	Norte/Centro-Oeste	Região Metropolitana	Interior
Campanhas educativas na TV, rádio e jornal sobre alimentação saudável	78	82	79	72	79	80	77
Redução do sal e do açúcar em alimentos industrializados	69	70	75	61	72	72	67
Proibição da venda de alimentos não saudáveis nas escolas	68	71	70	62	67	69	67
Iniciativas do governo para aumentar o acesso a alimentos saudáveis, como frutas e hortaliças sem agrotóxicos	66	66	74	59	69	64	67
Aumento do imposto sobre bebidas açucaradas como refrigerante	48	48	54	45	51	50	48
Proibição de personagens infantis em embalagens de produtos industrializados	47	47	56	42	46	49	45
Média de conhecimento	3,9	3,9	4,2	3,5	3,9	3,9	3,8
Base	2.113	908	309	561	335	891	1.222

Base Total da Amostra: 2.113 entrevistas

P16. O consumo de alimentos industrializados ou fast-foods/ lanches rápidos aumenta o risco de uma pessoa ter alguma Doença Crônica Não Transmissível. Eu vou ler algumas iniciativas e gostaria de saber se você conhece ou não _____?

Iniciativas relacionadas a fast-food

Estimulada e única, em%

Opinião



TOTAL	SEXO		IDADE (ANOS)					ESCOLARIDADE			RENDA FAMILIAR			CLASSIFICAÇÃO ECONÔMICA		
	Masculino	Feminino	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	Fundamental	Médio	Superior	Até 2 S.M.	Mais 2 a 5 S.M.	Mais de 5 S.M.	Classe A/B	Classe C	Classe D/E

CAMPANHAS EDUCATIVAS NA TV, RÁDIO E JORNAL SOBRE ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL

A favor	95	95	96	94	96	97	97	93	94	96	99	93	97	99	97	97	90
Contra	2	2	2	3	1	1	1	3	2	1	0	2	2	1	1	1	3

REDUÇÃO DO SAL E DO AÇÚCAR EM ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS

A favor	91	89	92	87	92	89	93	92	88	92	95	88	93	93	93	92	85
Contra	5	6	4	7	4	6	4	3	5	5	1	6	4	5	4	5	5

PROIBIÇÃO DA VENDA DE ALIMENTOS NÃO SAUDÁVEIS NAS ESCOLAS

A favor	86	84	88	79	87	90	90	87	85	86	94	83	88	91	90	88	78
Contra	10	12	9	18	10	7	7	8	11	11	4	11	9	8	7	10	14

INICIATIVAS DO GOVERNO PARA AUMENTAR O ACESSO A ALIMENTOS SAUDÁVEIS, COMO FRUTAS E HORTALIÇAS SEM AGROTÓXICOS

A favor	95	94	95	93	95	94	96	95	93	95	97	93	95	97	96	95	92
Contra	3	3	2	4	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3

AUMENTO DO IMPOSTO SOBRE BEBIDAS AÇUCARADAS COMO REFRIGERANTE

A favor	68	64	72	59	67	69	73	74	66	68	73	65	71	67	70	70	61
Contra	24	28	21	33	27	22	18	18	23	26	24	25	22	29	25	24	25

PROIBIÇÃO DE PERSONAGENS INFANTIS EM EMBALAGENS DE PRODUTOS INDUSTRIALIZADOS

A favor	72	72	73	63	73	77	76	74	71	72	78	69	75	75	75	74	66
Contra	17	17	16	25	17	16	13	14	15	19	16	18	15	18	17	17	17

Base	2.113	1.021	1.092	470	485	394	453	311	872	912	329	831	863	297	655	1.053	405
------	-------	-------	-------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-------	-----

Iniciativas relacionadas a fast-food

Estimulada e única, em%

Opinião



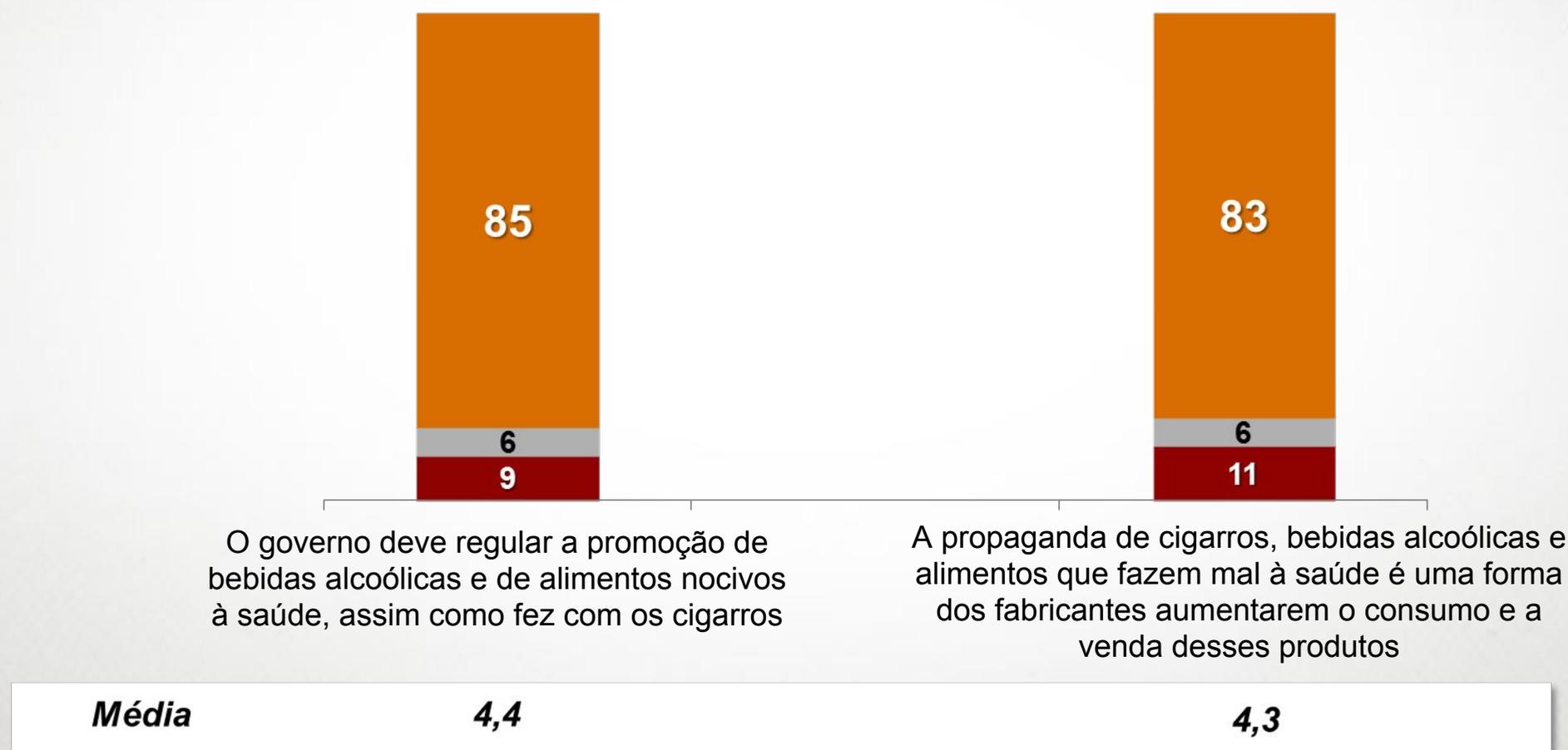
	TOTAL	REGIÃO				NATUREZA DO MUNICÍPIO	
		Sudeste	Sul	Nordeste	Norte/Centro-Oeste	Região Metropolitana	Interior
CAMPANHAS EDUCATIVAS NA TV, RÁDIO E JORNAL SOBRE ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL							
A favor	95	97	95	92	97	97	94
Contra	2	1	1	3	3	2	2
REDUÇÃO DO SAL E DO AÇÚCAR EM ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS							
A favor	91	93	93	84	91	93	89
Contra	5	4	2	8	6	4	5
PROIBIÇÃO DA VENDA DE ALIMENTOS NÃO SAUDÁVEIS NAS ESCOLAS							
A favor	86	91	88	79	84	89	85
Contra	10	8	5	15	14	8	11
INICIATIVAS DO GOVERNO PARA AUMENTAR O ACESSO A ALIMENTOS SAUDÁVEIS, COMO FRUTAS E HORTALIÇAS SEM AGROTÓXICOS							
A favor	95	97	92	90	98	96	93
Contra	3	2	1	5	2	2	3
AUMENTO DO IMPOSTO SOBRE BEBIDAS AÇUCARADAS COMO REFRIGERANTE							
A favor	68	71	71	62	69	76	63
Contra	24	23	19	29	25	19	28
PROIBIÇÃO DE PERSONAGENS INFANTIS EM EMBALAGENS DE PRODUTOS INDUSTRIALIZADOS							
A favor	72	77	71	67	69	77	69
Contra	17	14	15	20	20	16	18
Base	2.113	908	309	561	335	891	1.222

Doenças crônicas não transmissíveis

Estimulada, em% - Escala de 5 pontos

❖ É grande a aceitação da proposta para que o governo regule as promoções de bebidas alcoólicas e de alimentos nocivos. A população tende a concordar que a publicidade é uma forma de aumentar o consumo e a venda desses produtos.

■ Notas (4+5) Concorda
■ Nota (3) Não concorda, nem discorda
■ Notas (1+2) Discorda



Doenças crônicas não transmissíveis

Estimulada, em% - Escala de 5 pontos

TOTAL	SEXO		IDADE (ANOS)					ESCOLARIDADE			RENDA FAMILIAR			CLASSIFICAÇÃO ECONÔMICA		
	Masculino	Feminino	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	Fundamental	Médio	Superior	Até 2 S.M.	Mais 2 a 5 S.M.	Mais de 5 S.M.	Classe A/B	Classe C	Classe D/E

O governo deve regular a promoção de bebidas alcoólicas e de alimentos nocivos à saúde, assim como fez com os cigarros

Concorda (4+5)	85	84	86	84	83	86	86	87	83	86	89	82	88	86	88	87	77
NÃO CONCORDA, NEM DISCORDA (3)	6	5	6	6	6	4	5	9	7	5	3	7	5	3	4	5	10
Discorda (1+2)	9	10	8	10	11	9	8	4	10	8	8	11	6	11	8	8	12
Média	4,4	4,4	4,4	4,3	4,3	4,4	4,4	4,5	4,3	4,4	4,5	4,3	4,5	4,4	4,5	4,5	4,2

A propaganda de cigarros, bebidas alcoólicas e alimentos que fazem mal à saúde é uma forma dos fabricantes aumentarem o consumo e a venda desses produtos

Concorda (4+5)	83	84	81	82	80	83	85	83	80	83	92	77	86	88	89	83	74
NÃO CONCORDA, NEM DISCORDA (3)	6	5	7	6	7	5	5	7	7	6	3	8	5	2	4	5	11
Discorda (1+2)	11	11	12	12	13	12	10	10	13	11	5	15	9	10	8	12	16
Média	4,3	4,3	4,3	4,3	4,3	4,3	4,4	4,4	4,2	4,3	4,6	4,2	4,4	4,5	4,5	4,3	4,1
Base	2.113	1.021	1.092	470	485	394	453	311	872	912	329	831	863	297	655	1.053	405

Doenças crônicas não transmissíveis

Estimulada, em% - Escala de 5 pontos

TOTAL	REGIÃO				NATUREZA DO MUNICÍPIO	
	Sudeste	Sul	Nordeste	Norte Centro-Oeste	Regiões Metropolitanas	Interior

O governo deve regular a promoção de bebidas alcoólicas e de alimentos nocivos à saúde, assim como fez com os cigarros

Concorda (4+5)	85	89	85	79	85	87	84
NÃO CONCORDA, NEM DISCORDA (3)	6	4	10	7	3	3	8
Discorda (1+2)	9	6	4	14	12	9	9
Média	4,4	4,5	4,4	4,2	4,4	4,5	4,4

A propaganda de cigarros, bebidas alcoólicas e alimentos que fazem mal à saúde é uma forma dos fabricantes aumentarem o consumo e a venda desses produtos

Concorda (4+5)	83	87	85	75	80	85	81
NÃO CONCORDA, NEM DISCORDA (3)	6	4	10	8	4	3	8
Discorda (1+2)	11	9	5	17	16	12	11
Média	4,3	4,5	4,5	4,1	4,2	4,4	4,3
Base	2.113	470	485	453	311	872	329

Base Total da Amostra: 2.113 entrevistas

P18. Agora eu vou ler algumas frases e gostaria de saber se você concorda ou discorda de cada uma delas. _____ Você concorda ou discorda? Totalmente ou em parte?

Objetivo

Metodologia

Perfil demográfico

Doenças crônicas não transmissíveis

Conhecimento dos riscos de desenvolver doenças crônicas não transmissíveis:

- ▶ *Fumo*
- ▶ *Alcoolismo*
- ▶ *Consumo de alimentos industrializados ou fast-food*

Imagem das ações frente à regulação e comercialização de produtos nocivos à saúde

Sumário conclusivo



As propostas direcionadas à redução do **fumo** e do **alcoolismo** têm alto conhecimento e aceitação por parte da população.

As ações ligadas à **alimentação saudável** são um pouco menos difundidas, mas obtém **grande aprovação**.

	Média de conhecimento ¹	Média de favorabilidade ¹	Média de oposição ¹
Alcoolismo 	77	87	9
Fumo 	75	85	10
Fast-Food 	63	85	10

⁽¹⁾ Média construída.



A maior oposição é observada na maior cobrança de impostos dos refrigerantes.

- Em resumo, as proposta direcionadas à população para a redução do fumo e do álcool e em prol da alimentação saudável têm adesão em todos os segmentos da amostra.
- Contudo, há uma parcela de jovens entre 16 e 24 anos que têm maior oposição a determinadas medidas, principalmente em relação à bebida alcoólica e à alimentação.

*Apresentação dos
resultados em Maio/ 2014*



Conhecimento
*de iniciativas que combatam/
previnam o surgimento de*
Doenças Crônicas

