



Universidade de Aveiro

Ano 2023

**ANA CRISTINA  
PEREIRA CERVEIRA  
SANTOS**

**O FAT TAX EM PORTUGAL**



Universidade de Aveiro  
Ano 2023

**ANA CRISTINA  
PEREIRA CERVEIRA  
SANTOS**

## **O FAT TAX EM PORTUGAL**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Contabilidade, ramo Fiscalidade, realizada sob a orientação científica do Doutor Sérgio Nuno da Silva Ravara Almeida Cruz, Professor Adjunto do Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro.



## **o júri**

presidente

Prof. Doutora Cecília Margarita Rendeiro do Carmo  
Professora Coordenadora da Universidade de Aveiro

vogais

Prof. Doutora Líliliana Ivone da Silva Pereira  
Professora Adjunta do Instituto Politécnico do Cávado e do Ave

Prof. Doutor Sérgio Nuno da Silva Ravara Almeida Cruz  
Professor Adjunto da Universidade de Aveiro

## **agradecimentos**

Esta dissertação representa o culminar de mais um ciclo do meu percurso académico, a conclusão do Mestrado. Foi o culminar de muitas horas de estudo, pesquisa, reflexão e trabalho. Este trabalho só foi possível graças ao apoio de várias pessoas e por isso gostaria de aproveitar este espaço para agradecer a todos aqueles que, direta ou indiretamente, me ajudaram a cumprir os meus objetivos e a concluir esta etapa da minha formação académica.

Aos meus pais, que estiveram sempre presentes e disponíveis para me ajudar durante este meu longo percurso académico, pelo vosso amor, pela educação e por demonstrarem o enorme orgulho que têm no meu sucesso. Um agradecimento muito especial aos meus avós que me ensinaram a nunca desistir.

Um muito obrigado especial ao meu marido e aos meus filhos pelo vosso incentivo, apoio, paciência e compreensão e por tudo o que me deram ao longo destes anos para conseguir seguir os meus sonhos.

Ao meu orientador e Professor Doutor Sérgio Ravara Cruz, por todo o apoio, disponibilidade e estímulo demonstrado ao longo da realização deste trabalho, bem como por todos os sábios comentários, correções e sugestões que contribuíram de forma decisiva para a conclusão desta dissertação.

Ao Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro, particularmente docentes e funcionários, por conseguir proporcionar um excelente acolhimento a nível pessoal e, acima de tudo, um ensino de qualidade.

A todos aqueles que se me ajudaram e se disponibilizaram a dispensar alguns minutos do seu tempo para a realização do questionário.

A todos o meu sincero Obrigada!

## palavras-chave

*fat tax*, bebidas com elevado teor de açúcar, imposto sobre bebidas açucaradas, bebidas açucaradas, imposto sobre o consumo, obesidade

## resumo

O presente estudo pretende analisar o novo imposto denominado *fat tax*, que se destina a tributar alimentos com elevado teor de açúcar. Todos os Estados-Membros da União Europeia (UE) enfrentam pressões fiscais sobre os seus sistemas de saúde e de cuidados prolongados ou paliativos, quer pelos níveis já elevados de despesa pública e dívida na maioria dos países, quer pelas pressões demográficas, bem como, pelos avanços tecnológicos. Assim, será necessário aplicar mais medidas políticas para salvaguardar e manter o contributo dos sistemas de cuidados de saúde e de cuidados de longa duração para conseguir melhorar a saúde da população. A necessidade de tornar os sistemas de saúde sustentáveis, mais eficazes, acessíveis e resistentes foi devidamente reconhecida pelos decisores políticos ao nível da UE e também em Portugal.

Esta dissertação apoia-se na investigação do imposto *fat tax*. Inicialmente apresentamos uma revisão da literatura com base em investigações na área da saúde e na área fiscal, e, posteriormente, as medidas fiscais que têm sido implementadas em diversos países. O estudo contempla igualmente uma abordagem histórica da legislação portuguesa em matéria do objeto de estudo. Com este estudo pretendemos identificar as disposições legislativas relacionadas com o *fat tax* e analisar a perceção dos cidadãos e das empresas relativamente à sua aplicação. Assim, o nosso objetivo prende-se em aferir o possível impacto do *fat tax* nos hábitos do consumidor português e nas empresas. Genericamente, procuramos identificar quais os produtos que estão abrangidos pelo imposto, verificar se efetivamente a receita deste imposto será canalizada para a área da saúde ou outra área, avaliar se a tributação destas bebidas induz a uma diminuição do seu consumo e analisar a opinião dos cidadãos sobre o *fat tax*. Sendo uma investigação que procura analisar o comportamento e as atitudes dos cidadãos, a mesma admite uma metodologia qualitativa. O instrumento de recolha de dados utilizado foi a base documental e o inquérito por questionário. Os resultados da nossa investigação evidenciam uma aceitação da tributação sobre as BNA por parte dos consumidores e da generalidade das empresas deste estudo. Contudo, o consumidor português não alterou os seus hábitos relativamente aos produtos sujeitos ao *fat tax* mas algumas empresas alteraram o seu processo produtivo quer pelo desenvolvimento de novos produtos semelhantes, quer pela reformulação da composição dos produtos e da reformulação de rotulagem identificativa de percentagem de açúcares e matérias gordas. Identificamos também a receita fiscal obtida.

Sabemos que este imposto é tão competitivo como noutros países, apesar de não existir evidências suficientes dos seus efeitos na saúde pública, reservamos essa investigação para um estudo mais abrangente.

Concluimos que esta dissertação, ao examinar detalhadamente a implementação do imposto do *fat tax* em Portugal, é um contributo válido para estudos futuros.



**keywords**

*fat tax*, sugar-sweetened beverages (SSB), soda tax, soft drinks, excise tax, obesity

**abstract**

This study aims to analyse the new *fat tax*, which is designed to tax foods with a high sugar content. All European Union (EU) Member States are facing fiscal pressures on their health and long-term or palliative care systems, due to already high levels of public spending and debt in most countries, demographic pressures and technological advances. It will therefore be necessary to implement more policy measures to safeguard and maintain the contribution of healthcare and long-term care systems to improving the health of the population. The need to make healthcare systems sustainable, more effective, accessible and resilient has been duly recognised by policymakers at EU level and also in Portugal.

This dissertation is based on research into the *fat tax*. Initially, we present a literature review based on research in the health and tax areas, and then the tax measures that have been implemented in various countries. The study also takes a historical approach to Portuguese legislation on the subject. The study also takes a historical approach to Portuguese legislation on the subject.

With this study we intend to identify the legislative provisions related to the *fat tax* and analyse the perception of citizens and companies regarding its application. Our aim is therefore to assess the possible impact of the *fat tax* on Portuguese consumer habits and companies. In general terms, we seek to identify which products are covered by the tax, check whether the revenue from this tax will actually be channelled into health or another area, assess whether taxing these drinks leads to a decrease in their consumption and analyse citizens' opinions on the *fat tax*. As this research seeks to analyse the behaviour and attitudes of citizens, it uses a qualitative methodology. The data collection instrument used was a documentary base and a questionnaire survey. The results of our research show that consumers and most of the companies in this study have accepted the tax on SSB. However, Portuguese consumers have not changed their habits with regard to products subject to the *fat tax*, but some companies have changed their production processes, either by developing new similar products or by reformulating the composition of their products and labelling the percentage of sugars and fats. We also identified the tax revenue obtained.

We know that this tax is as competitive as in other countries, although there is not enough evidence of its effects on public health, so we reserve this investigation for a more comprehensive study. We conclude that this dissertation, by examining in detail the implementation of the *fat tax* in Portugal, is a valid contribution to future studies.



## ÍNDICE

ÍNDICE	I
ÍNDICE TABELAS	II
ÍNDICE DE QUADROS	IV
ÍNDICE FIGURAS	IV
ÍNDICE DE GRÁFICOS	V
ABREVIATURAS	VI
<b>1. CAPÍTULO - INTRODUÇÃO</b>	<b>1</b>
1.1. JUSTIFICAÇÃO E RELEVÂNCIA DA INVESTIGAÇÃO	1
1.2. OBJETIVOS DO ESTUDO	7
1.3. ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO	8
<b>2. CAPÍTULO – REVISÃO DA LITERATURA</b>	<b>9</b>
2.1. O EXCESSO DE PESO E A OBESIDADE	9
2.2. A FISCALIDADE COMO MEIO AUXILIAR DA SAÚDE	12
2.3. A EVOLUÇÃO INTERNACIONAL DO <i>FAT TAX</i>	26
2.3.1. <i>Na União Europeia</i>	27
2.3.2. <i>No resto do mundo</i>	34
<b>3. CAPÍTULO – O <i>FAT TAX</i> EM PORTUGAL</b>	<b>43</b>
3.1. INCIDÊNCIA OBJETIVA	47
3.2. ISENÇÕES	48
3.3. BASE TRIBUTÁVEL E TAXAS	49
3.4. O IMPACTO DO <i>FAT TAX</i> NAS RECEITAS FISCAIS	59
<b>4. CAPÍTULO – METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO</b>	<b>64</b>
4.1. QUESTÃO E OBJETIVOS DA INVESTIGAÇÃO	64
4.2. IDENTIFICAÇÃO DA AMOSTRA	66
4.3. INSTRUMENTO DE RECOLHA DE DADOS	67
4.4. PROCEDIMENTOS ASSOCIADOS AO INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO	69
4.5. ESTRUTURA E JUSTIFICAÇÃO DO INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO	69
4.6. TRATAMENTO DOS DADOS RECOLHIDOS	85
4.7. PROCEDIMENTOS E DIFICULDADES ASSOCIADOS	88
<b>5. CAPÍTULO – APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS</b>	<b>89</b>
5.1. IMPLICAÇÃO DOS RESULTADOS NOS CONSUMIDORES	89
5.1.1. CARACTERIZAÇÃO DOS CONSUMIDORES	89
5.1.2. VALIDAÇÃO DAS HIPÓTESES	92

5.1.2.1	ANÁLISE DO CONHECIMENTO DO IMPOSTO E A SUA INFLUÊNCIA NO COMPORTAMENTO: _____	92
5.1.2.2	ANÁLISE DO RELACIONAMENTO DO IMPOSTO <i>FAT TAX</i> E A SUA INFLUÊNCIA NA SAÚDE _____	98
5.1.2.3	ANÁLISE DA PREFERÊNCIA E FINALIDADE DO IMPOSTO <i>FAT TAX</i> _____	106
5.1.2.4	ANÁLISE ALTERAÇÃO PADRÃO DE CONSUMO BNA APÓS <i>FAT TAX</i> _____	111
5.2	IMPLICAÇÃO DOS RESULTADOS NAS EMPRESAS _____	116
5.2.1	CARACTERIZAÇÃO DAS EMPRESAS _____	116
5.2.1.1	ANÁLISE DO CONHECIMENTO DO IMPOSTO E A SUA INFLUÊNCIA NO COMPORTAMENTO _____	116
5.2.2	VALIDAÇÃO DAS HIPÓTESES _____	122
5.2.2.1	ANÁLISE DA PREFERÊNCIA E FINALIDADE DO IMPOSTO <i>FAT TAX</i> _____	122
5.2.2.2	ANÁLISE DO CONHECIMENTO DO IMPOSTO E A SUA INFLUÊNCIA NO COMPORTAMENTO _____	124
5.3	SÍNTESE _____	133
5.3.1	VALIDAÇÃO DAS HIPÓTESES _____	135
<b>6.</b>	<b>CAPÍTULO – CONCLUSÕES _____</b>	<b>138</b>
	<b>BIBLIOGRAFIA _____</b>	<b>143</b>
	<b>APÊNDICE I – E-MAIL DIFUSÃO DE INQUÉRITO _____</b>	<b>153</b>
	<b>APÊNDICE II - INQUÉRITO SOBRE O <i>FAT TAX</i> _____</b>	<b>154</b>
	<b>APÊNDICE III – TABELAS DE FREQUÊNCIAS _____</b>	<b>165</b>
	<b>APÊNDICE IV – TABELAS DE CONTINGÊNCIA _____</b>	<b>172</b>
	<b>APÊNDICE V - GRÁFICOS _____</b>	<b>180</b>

## ÍNDICE TABELAS

Tabela 1 – Taxas mínimas IEC na UE – produtos alcoólicos .....	31
Tabela 2 - Lista de Produtos sujeitos a IEC na UE .....	31
Tabela 3 - Lista de Produtos sujeitos a IEC fora da UE .....	35
Tabela 4 – Impacto na Receita Fiscal IABA das BNA 2011-2022 (M€).....	62
Tabela 5 – Relação de questões e hipóteses de estudo .....	70
Tabela 6 - Correspondência das questões com as hipóteses de investigação e estudos anteriores nos Consumidores.....	71
Tabela 7 - Correspondência das questões com as hipóteses de investigação e estudos anteriores nas Empresas .....	80
Tabela 8 - Tratamento estatístico inerente aos dados recolhidos via inquérito por questionário .....	87
Tabela 9 - Estratificação da amostra recolhida por género .....	91
Tabela 10 - Relação entre o conhecimento do imposto com a Classe Social, a Área Profissional e o Nível de Escolaridade .....	92
Tabela 11 - Grau de satisfação em relação ao imposto fat tax.....	93
Tabela 12 - Classificação do imposto pelos consumidores .....	95
Tabela 13 – Relação grau de satisfação tributação BNA e diminuição do imposto .....	95
Tabela 14- Análise relação satisfação tributação BNA e diminuição do imposto .....	96
Tabela 15 – Comparação grau de satisfação tributação BNA e diminuição do imposto.....	96
Tabela 16 - Análise comparativa – característica e grau diminuição do imposto.....	97

Tabela 17 - Comparação grau de satisfação tributação BNA e classificação do imposto .....	97
Tabela 18 - Relação entre o aumento do imposto e a Classe Social, a Área Profissional e o Nível de Escolaridade .....	98
Tabela 19 - Análise relação imposto fat tax - saúde dos consumidores portugueses ou receita fiscal....	99
Tabela 20 – Análise receita fiscal e tributação de outros produtos insalubres.....	99
Tabela 21 - Análise receita fiscal e grau satisfação tributação de BNA .....	100
Tabela 22 - Análise associação consumo BNA e comorbilidades na saúde dos consumidores portugueses.....	100
Tabela 23 - Análise associação consumo BNA e comorbilidades na saúde dos consumidores portugueses.....	101
Tabela 24 – Análise tributação de outros produtos insalubres – Nível de educação .....	102
Tabela 25 – Análise distribuição da receita Fat Tax e SNS .....	106
Tabela 26 – Análise outras preferências distribuição receita Fat tax .....	106
Tabela 27 – Relação entre o grau de conhecimento do imposto e distribuição da receita .....	107
Tabela 28 - Análise outros destinos receita Fat Tax .....	108
Tabela 29 – Análise nível probabilidade evasão fiscal fat tax.....	109
Tabela 30 – Análise ampliação imposto a outros produtos insalubres .....	110
Tabela 31 – Análise de outras medidas suplementares .....	111
Tabela 32 – Relação alteração de consumo BNA após fat tax - sexo.....	112
Tabela 33 – Análise alterações consumo e aumento preços BNA .....	112
Tabela 34 – Análise alteração consumo BNA após fat tax – área profissional.....	113
Tabela 35 – Análise critérios de escolha BNA - sexo .....	113
Tabela 36 – Análise seleção BNA e relação comorbilidades na tributação fat tax.....	115
Tabela 37 - Classificação do imposto pelas empresas.....	117
Tabela 38 – Relação imposto justo e diminuição imposto.....	118
Tabela 39 – Relação imposto fat tax - Portugal e Estados Membros - Estabilização económica .....	118
Tabela 40 – Análise imposto justo e diminuição obesidade .....	119
Tabela 41 – Análise imposto fat tax – política de receita fiscal ou saúde?.....	120
Tabela 42 – Relação entre receita fiscal e estabilização macroeconómica.....	120
Tabela 43 – Análise risco evasão fiscal .....	121
Tabela 44 – Análise perspectiva aumento imposto.....	122
Tabela 45 – Relação redução despesa pública e benefícios na saúde .....	123
Tabela 46 – Relação produtos / alimentos qualidade superior e potenciar benefícios na saúde.....	123
Tabela 47 – Relação redução açúcar ou défice público? .....	124
Tabela 48 – Relação diminuição imposto e redistribuição riqueza .....	125
Tabela 49 – Relação redução despesa pública e impacto fat tax .....	126
Tabela 50 – Relação redução despesa pública e uso de produtos / alimentos qualidade superior .....	126
Tabela 51 – Relação redução máquinas de vending e evasão fiscal .....	127
Tabela 52 – Relação reformulação e rotulagem de produtos após fat tax.....	128
Tabela 53 – Medidas e alterações no processo produtito após fat tax .....	129
Tabela 54 – Análise preferências na tributação e alteração processo produtivo .....	129
Tabela 55 - Análise alteração processo produtivo após fat tax.....	130
Tabela 56 – Análise preferências em medidas suplementares .....	131
Tabela 57 – Relação redução de máquinas de vending e medidas suplementares.....	131
Tabela 58 - Sugestões complementares.....	132
Tabela 59 – Caracterização Consumidores - Sexo.....	165
Tabela 60 - Caracterização Consumidores -Idade.....	165
Tabela 61 - Caracterização Consumidores – Estado civil.....	165
Tabela 62 - Caracterização Consumidores - Dependentes.....	165
Tabela 63 - Caracterização Consumidores – Classe social .....	166

Tabela 64 - Caracterização Consumidores – Nível de educação .....	166
Tabela 65 – Caracterização Consumidores - Área profissional .....	166
Tabela 66 - Caracterização Consumidores - Localização .....	166
Tabela 67 – Análise meio de comunicação divulgação do imposto.....	167
Tabela 68 – Comparação de imposto - Portugal e Estados Membros.....	167
Tabela 69 – Análise da perceção consumidor sobre destino da receita do imposto.....	168
Tabela 70 – Preferência do consumidor na compra de BNA .....	169
Tabela 71 – Análise alterações consumo BNA após fat tax.....	169
Tabela 72 - Relação do conhecimento do imposto com os produtos tributados .....	170
Tabela 73 – Comparação imposto fat tax (empresas) - Portugal e Estados Membros .....	171
Tabela 74– Análise finalidade fat tax.....	171
Tabela 75 – Impacto do fat tax nas empresas portuguesas.....	171
Tabela 76 – Análise de seleção de qualidades BNA e nível de educação.....	172
Tabela 77 - Análise critérios de escolha BNA e Nível de Educação .....	175
Tabela 78 – Análise frequências de compra de BNA.....	177
Tabela 79 – Análise do conhecimento aumento preços BNA e nível de educação .....	179

## ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1 - Base tributável e taxas do Fat Tax para 2017.....	52
Quadro 2 - Base tributável e taxas do Fat Tax para 2018.....	53
Quadro 3 - Base tributável e taxas do Fat Tax para 2019.....	54
Quadro 4 - Base tributável e taxas do Fat Tax – Outubro 2019 a Março 2020.....	55
Quadro 5 - Base tributável e taxas do Fat Tax – Abril 2020 – Junho 2022 .....	56
Quadro 6 - Base tributável e taxas do Fat Tax – 2.º Semestre de 2022.....	57
Quadro 7 - Base tributável e taxas do Fat Tax para 2023.....	58

## ÍNDICE FIGURAS

Figura 1 - O impacto económico, social e informacional do imposto sobre as BA.....	23
Figura 2 - Mapa distribuição dos inquiridos.....	91

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Análise Receita Fiscal Total Anual de Portugal – IABA (M€)	59
Gráfico 2 – Relação Receita Fiscal Anual %PIB e % Total IABA	60
Gráfico 3 – Análise Receita Fiscal Anual IABA e Bebidas Adicionadas de Açúcar (2011-2022)	61
Gráfico 4 – Contribuição IABA para a Receita Fiscal – 2022	61
Gráfico 5 – Despesa Fiscal de BNA de 2017 a 2021	63
Gráfico 6 – Comparação Receita e Despesa Fiscal – BNA (M€)	63
Gráfico 7 – Caracterização dos indivíduos inquiridos – Estado civil	90
Gráfico 8 - Distribuição dos inquiridos quanto ao sexo, idade e número de dependentes	90
Gráfico 9 – Análise meio comunicação preferencial	93
Gráfico 10 - Relação do conhecimento do imposto pelos produtos associados	94
Gráfico 11 – Análise comparativa imposto – Portugal e Estados Membros	95
Gráfico 12 – Análise preferências do consumidor na compra de BNA	102
Gráfico 13 – Análise critério de preferência na compra de BNA	103
Gráfico 14 – Análise critério de compra nas BNA	104
Gráfico 15 – Análise preferências consumidor nos produtos sujeitos ao Fat tax	105
Gráfico 16 – Análise conhecimento aumento preços nas BNA	105
Gráfico 17 - Análise da perceção consumidor sobre destino da receita do imposto	109
Gráfico 18 – Incidência fat tax a outros produtos	110
Gráfico 19 – Alteração padrão consumo do consumidor português após tributação	111
Gráfico 20 - Caracterização das empresas	116
Gráfico 21 – Comparação imposto fat tax - Portugal e Estados Membros	117
Gráfico 22 – Impacto fat tax nas empresas portuguesas	121
Gráfico 23 - Análise finalidade fat tax	125
Gráfico 24 – Caracterização dos indivíduos inquiridos - Idade	180
Gráfico 25 - Análise nível de educação	180
Gráfico 26 - Análise área profissional	180

## ABREVIATURAS

AT	Autoridade Tributária e Aduaneira
BA	Bebidas açucaradas
BNA	Bebidas não alcoólicas
CE	Comunidade Europeia
CIEC	Código dos Impostos Especiais de Consumo
EM	Estados Membros
EUA	Estados Unidos da América
IABA	Imposto sobre o álcool, as bebidas alcoólicas e as bebidas adicionadas de açúcar ou outros edulcorantes
IEC	Impostos Especiais de Consumo
IVA	Imposto sobre o Valor Acrescentado
NC	Nomenclatura Combinada
OE	Orçamento do Estado
OMS	Organização Mundial de Saúde
SEC	Sistema Europeu de Contas (SEC 2010)
SNS	Serviço Nacional de Saúde
UE	União Europeia

# 1. Capítulo - Introdução

Neste primeiro capítulo apresentamos as nossas motivações para a realização do estudo, justificando a importância e relevância da investigação. Posteriormente indicamos os objetivos e a estrutura do estudo.

## 1.1. Justificação e relevância da investigação

Esta investigação é motivada pelo nosso interesse pela extrafiscalidade, pela fiscalidade internacional e pelos seus efeitos a nível da legislação interna, pela atualidade e pela importância deste assunto. O direito económico fiscal é a disciplina jurídica da extrafiscalidade que se caracteriza pela mobilização do instrumento fiscal como meio de realização de objetivos económicos e sociais. Podemos dizer que a extrafiscalidade, em sentido próprio, engloba tanto a tributação (impostos extrafiscais ou agravamentos extrafiscais de impostos) como a não tributação ou a menor tributação (benefícios fiscais), sendo que o seu objetivo principal não é a obtenção de receita ou uma política financeira, mas sim a prossecução de objetivos económicos ou sociais (Afonso & Afonso, 2018).

Comparando com outros países, este tema é recente em Portugal, dado que o Ministério da Saúde juntamente com o Ministério das Finanças e Economia implementaram, somente em 2017, uma taxa extra sobre as bebidas açucaradas (BA)<sup>1</sup>, em que a receita gerada é totalmente transferida para o Sistema Nacional de Saúde (SNS) e para campanhas educativas sobre o estilo de vida saudável, a importância da atividade física e sobre a obesidade e suas doenças relacionadas. Em 2018, o Estado Português pretendia implementar uma nova taxa para penalizar o consumo de alimentos com elevado teor de sal, como as bolachas ou as batatas fritas. Apesar de ter sido rejeitada pelo Parlamento no âmbito da Lei do Orçamento do Estado para 2018, o “imposto batata frita”, nome pelo qual ficou conhecido, previa uma taxa adicional em determinados produtos com mais do que 1 grama de sal por cada 100 gramas, e iria gerar uma receita fiscal de cerca de 30 milhões de euros por ano. É, por isso,

---

<sup>1</sup> As BA *soft drinks* definem-se como líquidos que foram edulcorados através da adição de açúcares livres tais como sacarose, xarope de milho com alto teor de frutose e açúcares naturais presentes no mel, xaropes, sumos de fruta e concentrados de sumos de fruta. Estão incluídos nestas bebidas a soda, bebidas desportivas, bebidas energéticas, águas açucaradas, tónicas, água de cevada e chás e cafés adicionados de açúcar. Não estão abrangidas as versões de bebidas que são livres de açúcar – *sugar free* – ou adicionadas com açúcares artificiais.

uma problemática vasta e interessante que envolve questões de opção política, de receita fiscal e de interesse pessoal dos contribuintes.

O estilo de vida de um indivíduo afeta o seu estado de saúde. Na União Europeia (UE), o estado de saúde tem vindo a melhorar em relação ao passado, no entanto, verificam-se níveis elevados de mau estilo de vida que podem originar impactos negativos nessa tendência, sendo, por isso, considerado como um fator chave para as doenças não transmissíveis (Comissão Europeia, 2016). Estes tipos de doenças caracterizam-se por serem crónicas e de lenta evolução. A obesidade<sup>2</sup>, a dieta, o consumo de álcool, o tabagismo e a falta de exercício físico são fatores que estão associados a doenças não transmissíveis, como as doenças cardiovasculares, o cancro e a demência, que são as principais causas de mortalidade na UE (Kelly et al., 2008), sendo que a adesão a um estilo de vida saudável está associada a um menor risco de mortalidade (Loef & Walach, 2012). Segundo estes últimos autores, importa descobrir como motivar a população a contribuir para sua própria proteção à saúde através da adoção de estilos de vida saudáveis e, por isso, os programas de prevenção e educação devem ter prioridade no financiamento público da pesquisa e na política.

Numa perspetiva global e, segundo os dados analisados (World Cancer Research Fund, 2018), as BA estão relacionadas com o risco de aumento de peso, excesso de peso e obesidade, tanto em crianças como em adultos, quando consumidas regularmente e em grandes porções, o que justifica a formulação de recomendações destinadas a reduzir o risco de cancro, e, as recomendações de consumo de água e bebidas sem açúcar (World Cancer Research Fund & American Institute for Cancer Research, 2018c). Existem, igualmente, evidências de que níveis elevados de gordura corporal são uma das causas de muitos tipos de cancro (World Cancer Research Fund & American Institute for Cancer Research, 2018b).

Por isso, tributar esses alimentos menos saudáveis é uma boa política, se associarmos a redução de vendas com a receita obtida na tributação destes produtos e a utilizarmos na prevenção da obesidade (Silver et al., 2017).

---

<sup>2</sup> Podemos observar o excesso de peso se um indivíduo tiver um índice de massa corporal (IMC) acima de 25 (IMC >25) e no caso da obesidade quando o IMC está acima de 30 (IMC >30) (Comissão das Comunidades Europeias, 2005)



A epidemia de excesso de peso e da obesidade representa um grande desafio a nível mundial, quer para a prevenção de doenças crónicas, quer para a saúde do indivíduo ao longo do seu ciclo de vida. Impulsionados pelo crescimento económico, industrialização, transporte mecanizado, urbanização, um estilo de vida cada vez mais sedentário e uma transição nutricional para alimentos processados e dietas altamente calóricas nos últimos 30 anos, muitos países testemunharam a prevalência da obesidade nos seus cidadãos a duplicar e até a quadruplicar (Hruby & Hu, 2015).

Uma vez que o sistema português de saúde está em rotura e o financiamento pela via do imposto tem, neste caso, repercussões favoráveis para a saúde nacional, em geral, e do indivíduo em si, em particular, o Governo tem aproveitado a existência do *fat tax* a nível internacional para, através da sua aplicação em Portugal, obter mais receita fiscal. Este imposto pretende taxar alimentos e bebidas nocivos à saúde, como o açúcar, o sal, as gorduras saturadas e as BA, como forma de desencorajar o seu consumo e promover a saúde. Estes produtos e bebidas são considerados produtos de risco pela Organização Mundial de Saúde (OMS) e contribuem para o aparecimento de muitas doenças graves, incluindo doenças cardíacas, hipertensão, acidente vascular cerebral, diabetes tipo II, doenças respiratórias, artrite, certos tipos de cancro e cáries dentárias (Comissão das Comunidades Europeias, 2005; Brouns, 2015).

No entanto, um imposto adicional, por si só, pode não ser a ferramenta mais adequada para combater a obesidade (Marron et al., 2015) e, as alternativas poderão ser os programas na educação, a rotulagem desses alimentos, as parcerias com os produtores para reformulações de produtos ou até mesmo incluir outros alimentos com menos teor de gorduras e de sal (Alston et al., 2016). Marron et al (2015) defendem que, os impostos bem projetados podem ajudar, contudo, estes são uma ferramenta limitada para um desafio tão complexo, sendo que, se forem mal planeados podem impor encargos e não gerar benefícios de saúde proporcionais. Deve, por isso, haver uma ligação entre os Ministérios da Saúde e das Finanças em todas as etapas do processo da formulação de políticas para os impostos sobre BA (Thow et al., 2011).

Segundo Mankiw, Weinzierl, & Yagan, (2009) a teoria de tributação ótima recomenda que se deve escolher um sistema tributário que maximize uma função de bem-estar social sujeita a um conjunto de restrições. Estes autores defendem que os responsáveis políticos devem

fazer uso de variáveis exógenas que estão correlacionados com a capacidade de produção de rendimentos, tais como o sexo, a altura e a raça. Outra ideia na teoria fiscal ótima moderna, é de que a responsabilidade fiscal de uma pessoa deve ser relacionada com os benefícios que o indivíduo recebe do governo e do princípio da equidade horizontal de que pessoas semelhantes devem enfrentar encargos fiscais semelhantes.

Por isso, os programas de saúde pública, as políticas, a disponibilidade e a qualidade dos serviços de saúde podem influenciar a probabilidade de prevenir, retardar, superar e evitar a mortalidade por doenças não transmissíveis e transmissíveis (Comissão Europeia, 2016). Um número cada vez mais crescente de países pretende, através de implementação de medidas fiscais, conseguir promover comportamentos de vida mais saudáveis (Thow et al., 2018). Estes autores sugerem que os formuladores de políticas no setor da saúde devem considerar três elementos-chave para identificar os alvos mais apropriados para aplicar impostos ou subsídios. Em primeiro lugar, devem identificar quais os alimentos e nutrientes que estão associados a resultados de saúde mais pobres ou melhores. Depois devem averiguar até que ponto o consumo dos alimentos ou nutrientes relevantes irá impor externalidades negativas à sociedade, e até que ponto o consumo será afetado por impostos e subsídios. E por último, quais os alvos que serão mais viáveis do ponto de vista administrativo.

Os impostos sobre o consumo de tabaco, as bebidas, os jogos de azar, a poluição e a condução não são só fontes convenientes de receita do Estado mas podem igualmente ser projetados para refletir os custos externos que os consumidores ou produtores de produtos sujeitos a impostos impõem a outras pessoas (Cnossen et al., 2005). Em vários países, os governos atribuem impostos sobre bebidas alcoólicas para fins de promoção da saúde sob a forma de um imposto dedicado (Sornpaisarn et al., 2017). Segundo estes autores a versão mais antiga deste imposto dedicado foi a de um imposto sobre o tabaco implementado na Austrália Ocidental, em 1983, e, desde essa data, vários países implementaram impostos dedicados ao tabaco e ao álcool.

Alguns países já aumentaram ou racionalizaram o uso de impostos sobre produtos como o tabaco e o álcool (Sornpaisarn et al., 2017). Noutros já começaram a aplicar taxas de impostos diferentes a certas categorias de alimentos e outros têm, ainda, impostos específicos sobre alimentos ricos em sal, açúcar ou gordura e em BA (Thow, Jan, Leeder, & Swinburn, 2010).

Segundo Thow et al., (2018) e de acordo com os dados de 2017, retirados do World Cancer Research Fund International, os impostos sobre BA foram implementados nacionalmente em Barbados, Bélgica, Brunei Darussalam, Chile, Fiji, Finlândia, França, Kiribati, Maurício, México, Noruega, Samoa, Arábia Saudita, Espanha, Tonga, Vanuatu e localmente no Território Ultramarino Britânico de Santa Helena e dentro dos Estados Unidos da América, em Albany, Berkeley, Boulder, Oakland, Filadélfia e Nação Navajo. Foram igualmente criados impostos sobre alimentos ricos em sal, gordura e/ou açúcar e implementados nacionalmente na Dominica, Hungria, São Vicente e Granadinas e Tonga e localmente, na Polinésia Francesa e pela Nação Navajo, nos Estados Unidos.

Simultaneamente, foram criados subsídios para melhorar a alimentação e a saúde, que foram incorporados em programas de assistência social no Reino Unido da Grã-Bretanha e Irlanda do Norte e nos Estados Unidos, direcionados para populações remotas no Canadá e fornecido por programas de seguro de saúde privados na África do Sul. Também foram concedidos outros subsídios através da remoção de tarifas de importação de frutas e legumes, em Fiji e Tonga. Estas políticas têm como finalidade diminuir o número de mortes, focando-se, em primeiro lugar, na redução da obesidade, da diabetes, entre outras doenças (Thow et al., 2018).

Ora, os hábitos alimentares constituem um fator de grande relevância em termos de saúde pública. O consumo alimentar adequado, assim como, a melhoria do estado nutricional dos cidadãos, têm impacto direto na prevenção e controlo de doenças crónicas. Os consumidores têm consciência de que devem adotar hábitos alimentares e estilos de vida saudáveis. A sensibilização por este género de alimentos deve ser feita relativamente às crianças através das escolas (Comissão Europeia, 2016).

Segundo Cremer, Goulão, & Roeder (2016), a obesidade mundial duplicou desde a década de 1980. Em 2014, 33% da população dos Estados Unidos da América (EUA) e 23% da população europeia era obesa. Mais de 70% da população dos EUA e do Reino Unido tem excesso de peso. Também mundialmente há exemplos de populações com esses padrões de peso, incluindo países em desenvolvimento, como a Argentina e o Chile, ou países do Médio Oriente, como o Kuwait, o Catar e a Arábia Saudita.

A OMS (2018) publicou os dados relativos à prevalência da obesidade em adultos. Mundialmente, a obesidade, quase que duplicou entre 1980 e 2008. De acordo com as

estimativas, em 2008, mais de 50% dos homens e mulheres na Região Europeia da OMS estavam com excesso de peso, e, aproximadamente, 23% das mulheres e 20% dos homens eram obesos. Com base nas estimativas mais recentes, nos países da UE, o excesso de peso afeta 30% a 70% e a obesidade afeta 10% a 30% dos adultos.

Em 2016, verificou-se que 39% das mulheres e 39% dos homens a partir dos 18 anos está com excesso de peso. Relativamente à prevalência da obesidade em adolescentes e crianças constatou-se que 18% encontra-se na faixa etária 5-19 anos. Devido a este cenário, a obesidade é considerada uma epidemia, apesar de não ser infecciosa (Cremer et al., 2016).

Em 2016, a OMS recomendava a implementação de um imposto efetivo sobre BA como uma das diversas medidas chave dirigidas à obesidade infantil. Os desafios nas crianças prendem-se com a redução do nível de excesso de peso, na melhoria das comorbidades relacionadas com a obesidade e a melhoria nos respetivos fatores de risco (Organização Mundial de Saúde, 2016).

Embora o setor da saúde varie de país para país, e os desafios sejam diferentes entre países, estes devem responder à necessidade de serviços de tratamento para com a obesidade. Por exemplo, no início deste século estimou-se que o número de bebés e crianças com excesso de peso na Região Europeia da OMS aumentaria de forma constante entre 1990 e 2008; e que mais de 60% das crianças com excesso de peso antes da puberdade, iriam estar com excesso de peso, também, no início da vida adulta. O nível de obesidade infantil excede os 30% entre os 7 e os 11 anos de idade, em Espanha, Portugal e Itália (Comissão das Comunidades Europeias, 2005). Como estratégia de combate ao excesso de peso e obesidade infantil, as crianças com essas características devem ser incluídas nos serviços efetivos estendidos pela Cobertura Universal de Saúde (Organização Mundial de Saúde, 2016)<sup>3</sup>.

Portugal pertence ao grupo de países que recorrem à via fiscal para procurar alterar os hábitos dos consumidores e incentivar a indústria a reduzir a oferta de produtos menos saudáveis. O Estado português espera não só penalizar o consumo de bens prejudiciais par a saúde, mas, também, contribuir para a sustentabilidade das finanças públicas, arrecadando mais receita fiscal. Segundo os últimos Orçamentos do Estado (OE) estimou-se arrecadar: em 2017, uma

---

<sup>3</sup> As comorbidades da obesidade incluem doença cardíaca coronária, hipertensão e acidente vascular cerebral, certos tipos de cancro, diabetes não insulínica, diabetes *mellitus*, vesícula biliar, dislipidemia, osteoartrite e gota, e doenças pulmonares, incluindo apneia do sono (Kelly et al., 2008).

receita de 80 M€ com as BA (Conselho das Finanças Públicas, 2016); em 2018, uma receita de 30 M€ com os produtos com elevado teor de sal (Conselho das Finanças Públicas, 2017); e, para 2019, uma receita de 75 M€ em alterações de taxa nos impostos especiais de consumo (IEC) e dos escalões do imposto sobre o álcool, as bebidas alcoólicas e as bebidas adicionadas de açúcar ou outros edulcorantes (IABA), no qual o *fat tax* foi incluído (Conselho das Finanças Públicas, 2018).

Por isso, a fiscalidade serve, igualmente, interesses extrafiscais. Com o *fat tax*:

“(...) está em causa a criação de um tributo novo que tem em vista o combate à obesidade e às doenças provocadas por alimentos não saudáveis como a diabetes, os acidentes vasculares ou doenças cardíacas, que afetam quer a economia na sua produtividade quer as necessidades do setor público da saúde e da segurança social através de um aumento substancial das despesas públicas” (Palma, 2013).

## 1.2. Objetivos do estudo

A elaboração deste estudo pretende contribuir, por um lado, para o conhecimento de algumas questões relacionadas com a origem e a evolução fiscal do imposto sobre o álcool e as BA, no âmbito das bebidas adicionadas de açúcar ou outros edulcorantes, problematizando a sua coerência no contexto do sistema fiscal português, e, por outro lado, para quantificar e analisar a evolução da carga fiscal deste tipo de tributação e posicionar o *fat tax* no âmbito dos impostos sobre o consumo. As bebidas adicionadas de açúcar são por exemplo: refrigerantes, concentrados ou xaropes destinados à preparação destas bebidas.

Assim, o problema sobre o qual este estudo se debruça é: “Qual o impacto do *fat tax* na economia, nas empresas e nos hábitos do consumidor português?”. Para ajudar a responder à nossa questão, definimos as questões de investigação seguintes:

1. Quais os produtos que estão abrangidos, em Portugal, pelo *fat tax*?
2. Qual o impacto na receita fiscal decorrente do *fat tax*?
3. Quais as consequências nas empresas que produzem ou transacionam os produtos sujeitos ao *fat tax*?
4. Quais as alterações nos hábitos do consumidor português relativamente aos produtos sujeitos ao *fat tax*?
5. Qual o posicionamento dos inquiridos sobre o *fat tax*?

Com efeito, definimos como objetivo geral:

- a) Identificar quais os produtos que estão abrangidos, em Portugal, pelo *fat tax*;
- b) Verificar o peso da receita do *fat tax* na receita fiscal do IEC;
- c) Analisar se o *fat tax* teve implicação na produção e procura dos bens objeto de tributação;
- d) Avaliar se o *fat tax* induz a uma diminuição do consumo dos portugueses dos produtos objeto de tributação; e,
- e) Percecionar a opinião de diversas personalidades da área da saúde, da fiscalidade, dos cidadãos e das empresas sobre o *fat tax*.

Para o efeito, o trabalho desenvolvido teve por base, por um lado, a análise documental, tendo-se recorrido a estudos nacionais e internacionais sobre o objeto de estudo e a informação disponibilizada pelo Instituto Nacional de Estatística e pela Comissão Europeia. Por outro lado, utilizámos o inquérito por questionário, para percecionarmos a opinião destes agentes sobre o *fat tax* e, simultaneamente, conhecermos alguns impactos que este novo imposto esteja a ter.

### 1.3. Estrutura da dissertação

Neste estudo iremos efetuar, no capítulo 2, uma revisão da literatura até ao ano de 2018 ou seja, até aos primeiros anos da introdução deste imposto em Portugal, assente em estudos existentes relativamente a esta matéria, quer na área da saúde quer na área da fiscalidade. Neste capítulo, abordamos a tributação de bebidas com elevado teor de açúcar e alimentos com elevado teor de sal em alguns países onde este imposto foi implementado.

De seguida, no capítulo 3, centramos o estudo em Portugal, contextualizando este novo imposto no sistema fiscal português, como parte integrante do IABA. Além do estudo da legislação fiscal, pretendemos quantificar e avaliar a carga fiscal deste tipo de tributação, e se o seu peso no total dos impostos sobre o consumo tem aumentado desde a sua criação.

O capítulo 4 é dedicado à metodologia, sendo o quinto ao estudo empírico, que resulta da ministração de inquéritos de opinião de modo a perceber por parte dos empresários e do próprio cidadão português se concordam ou não sobre este tipo de imposto, se entendem que é justo, se consideram que irá induzir a uma diminuição do seu consumo, e, se efetivamente

a receita será canalizada para a área da saúde ou se propõem outra área. Por fim, no capítulo 6 sintetizamos as principais conclusões do estudo e apresentamos algumas pistas para investigação futura.

## 2. Capítulo – Revisão da literatura

Neste capítulo efetuamos uma revisão da literatura assente em estudos que relacionam a problemática referida com as áreas da saúde e da fiscalidade. Posteriormente, expomos as políticas fiscais que alguns países implementaram para os géneros alimentícios e as bebidas não alcoólicas (BNA) considerados potencialmente maléficos.

### 2.1. O excesso de peso e a obesidade

A prevalência da obesidade nos EUA aumentou, dramaticamente, desde 1980, tanto em adultos como em crianças (Saw & Rajan, 1997). A epidemia da obesidade não se limita a esta zona geográfica, verificando-se um aumento da prevalência desta doença na maioria dos países (Images & Hales, 2010; Thow et al., 2018).

Cerca de 1 em cada 3 adultos dos EUA são obesos e as previsões mundiais indicam que as taxas de obesidade podem chegar, até 2030, a 42% nos homens. Observa-se, mundialmente, que, também até essa data, o número de adultos com excesso de peso e obesos será, respetivamente, de 1.35 biliões e 573 milhões de indivíduos, sem ajuste de tendências seculares. Se as recentes tendências seculares persistirem, a projeção será um total de 2,16 biliões de pessoas com excesso de peso e 1,12 biliões de indivíduos obesos (Kelly et al., 2008).

A obesidade é afetada por uma interação complexa entre o ambiente, predisposição genética e comportamento humano e encontra-se associada a um risco elevado de numerosas doenças crónicas, desde diabetes tipo II, cancro, doenças cardiovasculares, cáries dentárias e muitas doenças digestivas (Organização Mundial de Saúde, 2015). Paralelamente, a obesidade exerce um impacto forte na economia, devido aos elevados custos de saúde (Saw & Rajan, 1997).

A OMS (2015) defende que os efeitos negativos para a saúde, especialmente ao nível da cárie dentária, são cumulativos, porque a doença é o resultado da exposição ao fator de risco dietético ao longo da vida, ou seja, ao consumo de açúcares livres. A obesidade é uma doença complexa, multifatorial, com origens genéticas, comportamentais, socioeconómicas e ambientais, que aumenta o risco de morbidade e mortalidade debilitante (Hruby & Hu, 2015).

Para Alston et al., (2016), a obesidade reflete os aumentos no consumo calórico de alimentos e o gasto reduzido de energia no trabalho. Os fatores que contribuíram para a epidemia são muitos, incluindo alterações na tecnologia (por exemplo, as inovações nas explorações e no processamento de alimentos e produtos), o estilo de vida sedentário, os rendimentos das mulheres e o tipo de emprego. Colchero, Popkin, Rivera, & Ng (2016) referem que existe uma redução maior no consumo de BA nos agregados familiares de nível socioeconómico mais baixo.

No entanto, verificou-se que esse grupo de população consome mais alimentos e bebidas pouco saudáveis (Tamir et al., 2018). Por isso, Bonnet & Requillart (2011) e Tamir et al. (2018) alertam para o facto de a tributação destes produtos poder afetar apenas os indivíduos e famílias de níveis socioeconómicos mais baixos, enquanto a restante população poderá permanecer indiferente ao aumento de preços, conforme vários estudos demonstraram, nomeadamente (Bonnet & Réquillart, 2013).

Kelly et al. (2008) e Lin et al. (2011) defendem que o excesso de peso e a obesidade são encargos clínicos e de saúde pública mundialmente importantes e, por isso, os programas nacionais para a prevenção e tratamento do excesso de peso, da obesidade, das comorbidades e das mortalidades relacionadas, devem ser uma prioridade de saúde pública. Lin et al. (2011) estimaram que o imposto gera 5,8 mil milhões de dólares por ano em receitas e é considerado regressivo, embora represente cerca de 1% das despesas familiares com alimentos e bebidas. O conhecimento pelas pessoas de que um produto foi tributado por razões de saúde pública, poderá motivar uma alteração de comportamento no consumo (Thow et al., 2010).

James & Kerr (2005) identificaram que existe uma variedade de fatores ambientais que podem estar a contribuir para a crescente prevalência da obesidade infantil, sendo que um desses fatores pode ser o aumento do consumo de refrigerantes.

Particularmente, a crescente prevalência de obesidade infantil prevê, nas próximas décadas, uma tendência incremental de doenças. Fletcher, Frisvold, & Tefft (2010) sugerem que se



os países ou escolas implementarem políticas destinadas a reduzir o acesso a refrigerantes, estes devem ser completamente removidos das escolas para que seja uma política eficaz, isto é, sem máquinas de venda automática, sem vendas no café, sem acesso em qualquer parte.

Em França, foi proibido o reabastecimento de refrigerantes em restaurantes públicos e imposta a proibição de máquinas de venda automática nas escolas. Para além destas medidas, neste país, também, foi implementado o imposto sobre BNA com elevado teor de açúcar ou edulcorantes, desde 2012 (Roache & Gostin, 2017). Contudo, Fletcher et al., (2010) referem que as mudanças incrementais nos impostos sobre bebidas serão em grande parte ineficazes, mas, num ambiente onde se verificam impostos elevados sobre BA, assim como substitutos insalubres, combinado com consumidores informados, pode levar, efetivamente, a reduções de peso em crianças.

A redução progressiva de percentagens de gordura e sódio nos géneros alimentícios, a proibição de instalação de máquinas de venda automática de alimentos em locais de fácil acesso por crianças e um código de autorregulação relativo a publicidade de alimentos e bebidas, são algumas das medidas adotadas também em Espanha, essencialmente, com ações de intervenção na família e na comunidade, nos campos das escolas, nas empresas e na saúde (González-Zapata et al., 2007).

No entanto, as políticas de promoção de hábitos alimentares saudáveis, particularmente, nas crianças, podem ser ineficazes se as famílias não adotarem o mesmo estilo de vida (Comissão Europeia, 2016) ou se as escolas não oferecerem alternativas adequadas para alimentos com alto teor de açúcar e de gordura (Dobbs et al., 2014). Similarmente, as empresas que operam no setor alimentar devem contribuir para essas escolhas saudáveis produzindo alimentos com menos teor de açúcar e gorduras (Alston et al., 2016).

De salientar que, um bem insalubre causa problemas de saúde a longo prazo, o que irá originar aumentos nos custos de assistência médica, ao invés de um bem saudável, que fornece ganhos na saúde e reduz os custos de cuidados de saúde (Cremer et al., 2016). Por isso, os impostos corretivos foram implementados em vários países, com o objetivo de

abordar a crescente preocupação com o aumento das doenças relacionadas com a obesidade e a dieta (Griffith et al., 2018).

A tomada de consciência deste fenómeno social global, especialmente por parte dos decisores políticos, no caso particular da obesidade, induz a que muitos países pretendam criar medidas que estimulem mudanças no comportamento dos consumidores (Thow, 2015). Uma política centrada em fatores sociais que influenciam os resultados de saúde pode ser a mais importante política de saúde (Cutler, 1995). Este autor defende que em muitos casos, os impostos podem ser justificados por motivos de eficiência, pois se as pessoas não conhecem os verdadeiros riscos de fumar ou beber, por exemplo, desencorajar essas atividades através da tributação irá ajudar a reduzir o consumo indesejado. Mas os custos que esses consumidores impõem a outros, através de prémios de seguro elevados, mortes por acidentes de automóveis ou o fumo passivo, podem justificar o aumento da tributação a esses alimentos.

Face ao exposto, pode-se afirmar que os impostos que incidem sobre calorias, açúcar ou gordura podem ser formas economicamente eficazes de redução da obesidade, bem como, a regulação da publicidade televisiva dirigida a crianças, as políticas de rotulagem de alimentos, os programas e políticas de prevenção da obesidade infantil ou outros programas de educação nutricional (Alston et al., 2016).

## 2.2. A fiscalidade como meio auxiliar da saúde

Ao longo das últimas décadas tem sido discutido, a nível mundial, a implementação de um imposto para ajudar a combater a obesidade. Este imposto - *Fat Tax* - pretende taxar alimentos e bebidas nocivos à saúde como o açúcar, o sal, as gorduras saturadas<sup>4</sup> e as BA, como forma de desencorajar o seu consumo e promover a saúde. Assim, o Estado utiliza o imposto ou o agravamento do imposto com o objetivo de evitar certos comportamentos económicos e sociais dos seus destinatários, ou seja, de obtenção de resultados extrafiscais,

---

<sup>4</sup> Gorduras saturadas são moléculas de gordura que não têm ligações duplas entre os átomos de carbono, estão presentes, principalmente nos bifes com gordura, carne de carneiro, porco, aves com pele, banha de porco, nata de leite, manteiga e queijos.

Gorduras *trans* são formadas através de um processo químico de hidrogenação com recurso a gorduras vegetais, estão presentes na grande maioria dos alimentos industrializados, tal como nos produtos salgados empacotados, batatas fritas, biscoitos, gelados e similares.

e não propriamente a obtenção de receitas para fazer face às despesas públicas (Nabais, 2017). A tributação especial sobre os alimentos prejudiciais à saúde pode ser, tal como o foram os impostos sobre o consumo de tabaco e de bebidas alcoólicas, uma medida para influenciar os consumidores a deixar de consumir os bens prejudiciais à saúde, estimulando assim hábitos saudáveis entre a população (Santos & Cordeiro, 2016).

Os impostos corretivos ou regulatórios são projetados principalmente para mudar o comportamento, ao invés de aumentar a receita. Estes impostos são muitas vezes chamados impostos “pigouvianos” em referência a Arthur Cecil Pigou, o economista britânico que foi o pioneiro nesta abordagem. As teses económicas de Pigou evidenciavam, principalmente, a tributação indireta, nomeadamente aos impostos especiais de consumo, uma vez que através destes impostos consegue-se compensar ou reprimir certos comportamentos económicos, cujos custos sociais, ou seja, externalidades negativas, excedem o benefício social dessa atividade. A obesidade gera elevados custos sociais, sendo, por isso, um exemplo paradigmático de uma externalidade negativa, cujo custo pode ser compensado através de tributação específica. De um modo geral, é provável que um imposto de Pigou funcione bem quando o custo marginal social é aproximadamente igual ao custo social médio (Fleischer, 2014).

Segundo Lorenzi (2004), os impostos do pecado podem encorajar um comportamento racional e desejado. Por isso, segundo o mesmo autor, o imposto é uma consequência negativa aplicada a um comportamento, e, a tributação é uma punição. Em suma, estes comportamentos têm: procura inelástica, externalidades negativas e desprezo social e deveriam ser taxados de acordo com estas características. Logo, se estes impostos são regressivos e paternalistas, porquanto ao tributar o pecado afiança-se que este é aceitável, a um preço (Lorenzi, 2006). Assumindo a posição deste autor, se pretendemos menos consumo devemos aumentar o imposto, mas se quisermos mais consumo devemos reduzir o imposto (Lorenzi, 2004). A sua punição será pela via da fiscalidade relativamente à tributação do álcool, do tabaco e do jogo (Vasques, 1999). Embora pareça claro que, os impostos sobre consumo reduzem o consumo médio, ainda não está provado se tais impostos realmente promovem reduções do pecado (Thornton, 2005).

Segundo Tamir et al (2018) a obesidade é uma questão social e pessoal que deveria estar sob a responsabilidade do governo<sup>5</sup>. Algumas questões prementes para os criadores de políticas de saúde, relativamente ao uso de estratégias fiscais para influenciar a dieta e o peso corporal, prendem-se com o facto de se tentar perceber qual o resultado na intervenção do consumo, quais os melhores alvos de tal intervenção e, se essa intervenção, pode ser efetivamente implementada (Thow, 2015).

Nos últimos anos, países como a Dinamarca, a Hungria, a Finlândia, a França e o México introduziram impostos sobre os géneros alimentícios e as BNA considerados potencialmente maléficis (Sassi et al., 2013).

A OMS defende a tributação de alimentos prejudiciais à saúde, não só pela saúde financeira dos Estados, mas também pelo empenho na redução do consumo deste tipo de alimentos e do seu impacto na saúde, dado que estes alimentos causam externalidades, ou seja, custos sociais devido ao aumento da obesidade, da diabetes e das cáries dentárias entre outras doenças (Tamir et al., 2018). Os economistas justificam que a intervenção do governo, no mercado, deve ser feita quando existem “falhas de mercado” que resultam em produção e consumo abaixo do ideal, e concordam que existem várias falhas de mercado relativamente às BA (Brownell et al., 2009).

Assim, consideramos que a tributação tem sido proposta como um meio para reduzir o consumo e, assim, reduzir os custos com a saúde, bem como, para gerar receitas que os Estados podem usar para programas de saúde (Powell & Chaloupka, 2009).

Colchero et al. (2016) e Silver et al. (2017) verificaram que o imposto sobre BA está associado a reduções no consumo das bebidas tributadas e aumentos no consumo de bebidas não tributadas. Silver et al (2017) sugerem que os impostos sobre BA fornecem uma receita significativa que pode ser utilizada na prevenção ou noutros objetivos sociais. Desta forma, defende-se que, havendo certos desincentivos como os denominados “*twinkie taxes*”, “*soda tax*”, “*fat tax*”, “*chips tax*” ou “*junk food taxes*”, devem também introduzir-se alguns benefícios fiscais ou reduzir-se os preços dos alimentos mais saudáveis, como frutas e

---

<sup>5</sup> Neste âmbito, em Portugal, tem-se outros exemplos para além daqueles que são estudados nesta dissertação, como é o caso da tributação dos sacos de plástico leves, a chamada Fiscalidade Verde, cujo regime de tributação foi aprovado pela Lei ° 82-D/2014, de 31 de dezembro.

legumes, os denominados “*thin subsidies*” (Yaniv et al., 2009) ou “*salad subsidies*” ou “*healthy food tax credit*” (Winstanley, 2008).

Na teoria económica, a existência de falhas de mercado cria um papel para a intervenção do governo no sentido de orientar o consumo real dos bens e serviços em linha com o nível de consumo que se obteria se os consumidores tivessem em conta todos os custos associados ao consumo (An Roinn Sláinte, 2016). A teoria económica sugere que, ao aumentar o preço, esta medida pode fazer parte de uma estratégia eficaz de prevenção da obesidade (Finkelstein, 2010). Esta teoria prevê que, quando o preço de um produto aumenta, o seu consumo diminui e, logo, com a subida do preço destes alimentos, através desta tributação, pode-se reduzir o seu consumo (O. T. Mytton et al., 2012). Assim, a tributação desses alimentos e bebidas torna-se cada vez mais interessante como novo instrumento de saúde pública e de política fiscal. Para Hageaars, Jeurissen, & Klazinga (2017), “a tributação de alimentos com excesso de açúcar, sal e gorduras saturadas e BA tem potencial tanto como uma ferramenta de saúde pública, mas também à luz da sustentabilidade financeira dos sistemas de saúde”.

Mas, se os países ou escolas implementarem políticas destinadas a reduzir o acesso a refrigerantes, estes devem ser completamente removidos das escolas para que seja uma política eficaz, isto é, sem máquinas de venda automática, sem vendas de café, sem acesso em qualquer lugar (Fletcher et al., 2010).

Porém, a tributação, por si só, poderá não desincentivar o consumo de BA, mas sim aumentar o consumo de bebidas de características iguais. De acordo com Alvarado et al. (2019), em Barbados, o imposto sobre BA foi eficaz na redução das vendas dessas bebidas e em aumentar as vendas de bebidas não açucaradas, numa grande cadeia de supermercados. A mudança de marca pode ter levado a um aumento das vendas de marcas mais baratas de BA (Alvarado et al., 2019).

Através do estudo do International Tax and Investment Center & Oxford Economics (2013) verificámos que quando o preço de um bem sobe, o consumo de bens complementares, que são consumidos em conjunto, como a manteiga de amendoim e a geleia, irá descer e o consumo de bens substitutos com características semelhantes como a manteiga e a margarina irá aumentar. Assim, os consumidores podem mudar para outros alimentos e BNA que tenham características iguais ou semelhantes ao produto originalmente adquirido, mas que não será alvo de tributação.

Conseqüentemente, as empresas produtoras e distribuidoras desses produtos, obteriam vendas e lucros mais elevados e o governo acumularia maiores receitas fiscais, mas não aumentaria a receita direta do imposto sobre alimentos seletivos e impostos sobre BNA. Alguns autores sublinham que não existem evidências suficientes relativamente aos impostos sobre o açúcar nas bebidas e a redução da obesidade, e de que é fraca a relação entre a introdução dos impostos sobre o açúcar e a melhoria da saúde (Powell & Chaloupka, 2009). Tal pode, eventualmente, ser justificado por ser possível os consumidores substituírem as BA tributadas, por *junk food*, ou alimentos ricos em gordura, embora a sua evidência seja inconclusiva (Alston & Okrent, 2017; Finkelstein et al., 2013; Miao et al., 2013).

Particularmente, um dos principais argumentos usados, mundialmente, pelos críticos dos impostos sobre o açúcar é que este provoca perdas de empregos e aumenta o comércio transfronteiriço ilegal e, ambos os fatores prejudicam a economia (Le Bodo et al., 2016). Sobretudo, as compras transfronteiriças, nas quais os consumidores optam por comprar no local onde o imposto é menor (International Tax and Investment Center & Oxford Economics, 2013). Porém, devemos ter em conta o impacto no setor agroalimentar europeu, algum cuidado com os opositores do sector agroindustrial e com alguns segmentos da população, com o intuito de evitar que tenha repercussões económicas desastrosas e que seja tida em conta, por certa camada da população, como uma imposição autoritária do Estado (Etile & Etilé, 2008).

Todavia, segundo um estudo sobre o primeiro imposto municipal sobre bebidas não gaseificadas nos Estados Unidos, que foi introduzido em março de 2015 em Berkeley, na Califórnia, verificou-se que a taxa de transferência do imposto não varia com a distância para garrafas mais pequenas (20 onças), que são as mais propensas ao consumo imediato (Cawley & Frisvold, 2017). Observamos também, que os preços das onças bebidas adicionadas de açúcar sobem em 43,1% com o imposto. O imposto é cobrado aos distribuidores sobre as BA, o que inclui refrigerantes, bebidas energéticas e chá pré-açucarado, mas exclui especificamente o leite em pó para bebés, as bebidas alcoólicas e produtos lácteos.

Em outubro de 2011, a Dinamarca introduziu o primeiro imposto *Fat Tax* sobre manteiga, leite, queijo, pizza, carne, óleo e outros alimentos processados, contendo mais de 2,3% de gordura saturada (Roberto et al., 2015). Em 10 de novembro de 2012, a Dinamarca aboliu a

taxa de gordura saturada antes da avaliação do impacto do imposto na saúde (Smed et al., 2016). Os legisladores revogaram o imposto, argumentando que o imposto não só não alterou os hábitos alimentares dos dinamarqueses, como ainda encorajou compras transfronteiriças na Suécia e na Alemanha, e, particularmente, colocou os empregos dos dinamarqueses em risco, sendo, portanto, um imposto extremamente difícil de implementar e de se fazer cumprir (Roberto et al., 2015). A principal razão para a sua abolição foi o impacto no comércio transfronteiriço, para compra de produtos com alto teor de gordura saturada a preços reduzidos e o efeito que o aumento induzido pelos impostos tinha nos preços ao consumidor e na competitividade devido à pressão salarial (Smed et al., 2016). Surgiram objeções por parte dos agricultores, dos comerciantes e da indústria alimentar de que o imposto aumentaria o comércio transfronteiriço, reduzindo assim o rendimento e o emprego no comércio, que colocava cargas administrativas pesadas na indústria e também encorajaria a indústria a mudar de emprego para o exterior (Vallgård et al., 2015). Assim em 2012, quando o imposto foi revogado, os legisladores da Dinamarca cancelaram também os planos para uma proposta de imposto sobre o açúcar (International Tax and Investment Center & Oxford Economics, 2013).

Verificou-se que os impostos e subsídios alimentares têm o potencial de contribuir para padrões de consumo saudáveis ao nível da população (Thow et al., 2010) e constituem incentivos fiscais para os indivíduos consumirem menos - ou mais - dos alimentos alvo e, assim, contribuir para melhorar a dieta em geral.

Existem certas categorias de alimentos saudáveis e menos saudáveis que são elásticas<sup>6</sup> ao preço e, por isso a intervenção fiscal pode ser efetiva na redução ou aumento do consumo de alimentos específicos de forma a contribuir para escolhas alimentares mais saudáveis (Thow, 2015). Ainda que cada Estado sujeite diferentes produtos aos IEC, normalmente, todos esses produtos são de consumo generalizado e não essenciais ou mesmo nocivos para a saúde e de

---

<sup>6</sup> Elasticidade preço da procura – é o rácio que quantifica a sensibilidade da procura de um bem face a variações do seu preço, *ceteris paribus* (i. e. mantendo constantes os outros fatores que afetam o consumo). O aumento do preço do bem resulta sempre numa diminuição da quantidade consumida do bem correspondente, (por exemplo, quando o preço aumenta 1% a quantidade procurada diminui 1%, *ceteris paribus*).

Procura elástica (elasticidade >1) o aumento do preço do bem. Elasticidade cruzada – é a variação percentual na procura de um bem quando o preço do outro bem varia numa certa percentagem, *ceteris paribus* (admitindo constantes as outras variáveis). Normalmente, este tipo de elasticidade mede o grau de possibilidade de substituição /complementaridade de dois produtos e é uma fonte de informação importante para a preparação e tomada de decisões.

procura<sup>7</sup> inelástica, ou seja, não se verifica uma redução no consumo proporcional ao aumento do preço, como acontece com os produtos de procura elástica (Afonso & Afonso, 2018).

Por isso, alguns estudos apoiam a combinação dos impostos sobre o elevado teor de açúcar e dos alimentos gordurosos com subsídios às frutas e legumes, como veículo para impedir opções insalubres, para promover escolhas saudáveis e para conduzir a impactos na saúde significativamente positivos (Images & Hales, 2010; Sassi et al., 2013). Nos Estados Unidos, os subsídios não foram projetados com o objetivo de mudar os hábitos alimentares, mas como forma de mitigar a insegurança alimentar em indivíduos e famílias com baixos rendimentos, através de programas de nutrição que incluíam vales em dinheiro na compra de frutas e vegetais para mulheres e crianças e ainda pequenos-almoços e lanches nas escolas (Powell et al., 2013). Essencialmente, os subsídios são importantes uma vez que existem evidências de que os preços mais baixos para frutas e vegetais estão associados a resultados de perda de peso entre os participantes de programas de nutrição a as populações com rendimentos mais baixos (Powell et al., 2013).

No entanto, os subsídios têm implicações indesejáveis no orçamento do governo, especialmente quando existem preocupações com o *déficit* ou, porque reduzem fundos que podem ser utilizados para outros fins (Alston & Okrent, 2017). Tal parece justificar uma abordagem multissetorial em que “impostos e subsídios podem criar incentivos para a produção de alimentos saudáveis e para o seu consumo, e assim fazer parte de intervenções a montante para melhorar as dietas e prevenir a obesidade e as doenças não transmissíveis” (Thow, 2015).

Bonnet & Requillart (2011) referem que a diminuição do preço do açúcar, se refletida no preço dos produtos finais açucarados, provocaria uma redução do preço dos produtos em 3%, o que poderia induzir a um aumento no seu consumo, sendo maior em famílias com excesso de peso e indivíduos obesos, por força da sua rotina alimentar.

Os impostos sobre BA podem ser estruturados como impostos específicos baseados no volume (ou seja, 1 peso / litro), impostos baseados no teor de açúcar ou como impostos *ad valorem* baseados no valor (ou seja, 10% do preço do fabricante) (Alvarado et al., 2019).

---

<sup>7</sup> Lei da procura – preço de um bem e quantidade procurada variam em sentido contrário, *ceteris paribus* (i. e. considerando apenas a variável preço do bem e mantendo as demais variáveis constantes). Quando o preço de um bem aumenta, *ceteris paribus*, a quantidade procurada desse bem diminui, ou, se o preço do bem diminui a quantidade procurada do bem aumenta *ceteris paribus*, considerando bens normais.



No México entrou em vigor, desde 1 de janeiro de 2014, um imposto específico em bebidas não lácteas e não alcoólicas com adição de açúcar e um imposto *ad valorem* sobre alimentos altamente energéticos que contêm mais de 275 calorias (1151 kJ) por 100 g (Colchero et al., 2016). Evidenciou-se que houve uma redução nas compras de bebidas tributadas e que essas reduções aumentaram ao longo do tempo, enquanto as compras de bebidas não tributadas aumentaram (Colchero et al., 2016).

Particularmente, uma política fiscal *ad valorem* sobre a gordura é muito eficaz em termos de saúde pública, e mais eficaz em termos de excedente económico (Allais et al., 2015). Todavia, este método de cobrança *ad valorem*, levanta a questão do impacto da alteração dos valores com a inflação (Eurostat, 2018), e, nesse caso, o legislador terá de atualizar as taxas do imposto. O impacto das alterações nos impostos indiretos sobre os preços a retalho tem implicações importantes para a inflação, as receitas do governo e a distribuição da carga tributária (Baker & Brechling, 1992).

No entanto, Kuchler, Tegene, & Harris (2005) estudaram os impactos de uma série de impostos *ad valorem* sobre a procura de *snacks* salgados, nos Estados Unidos, e chegaram à conclusão de que num imposto de 1% as mudanças na dieta são muito reduzidas e insignificantes e se for de 20% reduz as compras em 830 calorias por pessoa.

Verificamos que os impostos *ad valorem* de BA podem encorajar o consumidor a mudar de marca, ou seja, substituir por marcas mais baratas, já que ao tributar as bebidas proporcionalmente ao seu valor, pode-se criar um aumento de preços mais acentuado entre certos produtos (Alvarado et al., 2019).

McMahan, Hampl, & Chikamoto (2003) estudaram os conhecimentos e atitudes dos estudantes universitários entre os 18 e 29 anos de idade, nas Universidades da Califórnia e do Arizona nos Estados Unidos, acerca de impostos sobre *snacks*. Os autores concluíram que a maioria dos estudantes, embora desconheçam a existência deste imposto em produtos como os *snacks*, apoiam a cobrança de impostos, se estes forem utilizados para promoção da saúde ou programas ambientais.

Härkänen et al. (2014) analisaram o imposto sobre o açúcar, a eliminação do Imposto sobre o Valor Acrescentado (IVA) sobre frutas frescas, legumes e peixe e a combinação dos dois mecanismos. Estes autores verificaram que o imposto de um euro por quilograma de açúcar adicionado aumentaria o preço de consumo dos alimentos na categoria de açúcar e doces, em

9,2%, e, em 1,7% no preço dos bens na categoria de pão. A abolição do IVA levaria a uma redução de 11,5% no preço ao consumidor de frutas, legumes e peixe.

Images & Hales (2010) defendem inclusive que os produtores de alimentos e bebidas podem desempenhar um papel ativo e significativo na formação de um ambiente alimentar mais saudável, quer através de reformulação de alimentos, reduzindo as porções, quer através da inovação e vendas e *marketing* responsáveis.

Destacamos um estudo na Alemanha, em que a implementação de um imposto de 20% sobre as vendas desses alimentos, gerou um impacto significativo positivo sobre o excesso de peso e a obesidade, bem como, na redução de cáries, especialmente em jovens, do género masculino, com rendimentos baixos (Tamir et al., 2018).

Segundo O. Mytton, Gray, Rayner, & Rutter (2007), ao estudarem, no Reino Unido, os efeitos sobre a nutrição, a saúde e as despesas da extensão do IVA a uma gama mais ampla de alimentos, concluíram que, tributar alimentos, pode ter efeitos imprevisíveis na saúde se as elasticidades cruzadas da procura forem ignoradas, mas faria mudanças modestas no consumo de alimentos e uma redução nas doenças cardiovasculares.

Posição divergente foi assumida por Mann (2008), ao considerar que um "imposto sobre gorduras" é uma ferramenta relativamente ineficiente para combater a obesidade e causará muitas perdas de alocação para os consumidores. De acordo com Tamir et al. (2018):

Enquanto a tributação do tabaco para efeitos fiscais e de saúde é hoje universalmente aceite, a tributação de alimentos não saudáveis ou de BA para combater a obesidade só ganhou atenção considerável nos últimos anos. Na última década, um número crescente de países implementou ou propôs planos para introduzir impostos sobre BNA adicionadas de açúcar ou em alimentos ricos em sal, gordura e/ou açúcar.

Em 2013, foi feito um estudo, no Reino Unido, para analisar o impacto económico da implementação de um imposto de 20% sobre as BA e a prevalência de obesidade entre adultos acima dos 16 anos. Concluíram que o número de pessoas, no Reino Unido, que são obesas, diminuiria em 1,3% após a introdução desse imposto, ou seja, em cerca de 180.000 pessoas entre os 16 e 29 anos. No entanto, este efeito diminui em escalões etários superiores.

Os autores defendem, por isso, a tributação de BA como uma medida promissora no combate à obesidade da população, particularmente, entre os adultos mais jovens (Briggs et al, 2013). A implementação de um imposto de 20% sobre BA provavelmente reduzirá o excesso de peso e a obesidade, principalmente, em grupos etários mais jovens, homens e aqueles com rendimentos mais baixos (Schwendicke & Stolpe, 2017).

Gordon-Larsen, Guilkey, & Popkin (2011) estudaram os efeitos de implementação de 20% de imposto e a sua relação entre o consumo de *fast food* (por exemplo hambúrgueres) e bebidas com elevado teor de açúcar. Através do número de visitas a um restaurante de *fast food* por semana, de acordo com género, raça/etnia e do seu nível socioeconómico, foi possível verificar uma maior propensão para a diminuição do consumo de *fast food* do que de bebidas com elevado teor de açúcar, e que essa incidência é maior relativamente ao género masculino do que ao género feminino. Particularmente, estes autores defendem que um aumento de 20% no preço de refrigerantes reduz, aproximadamente, 25% das visitas aos restaurantes de *fast food* por semana e, por conseguinte, este imposto pode ser um mecanismo efetivo para abordar a ingestão de *fast food* nas faixas etárias com alto risco de obesidade (Gordon-Larsen et al., 2011).

Os impostos do pecado<sup>8</sup> podem custar às famílias pobres até dez vezes mais do que custam aos ricos. Segundo vários autores, as mudanças de preços sobre alimentos e bebidas menos e mais saudáveis podem alterar significativamente os padrões de consumo e gerar impactos significativos ao nível do peso populacional, particularmente, entre as populações com maior risco de obesidade, tais como as crianças e as classes socioeconómicas mais baixas (Andreyeva et al., 2010; Berardi et al., 2016; Powell & Chaloupka, 2009; Powell et al., 2013). Regra geral, como acontece com a maioria dos impostos indiretos, estes impostos retiram uma grande parte da capacidade financeira à classe socioeconómica mais baixa ao invés da mais elevada.

Ao aumentarmos os preços de produtos menos saudáveis, através da tributação, tem-se o benefício adicional de gerar receitas consideráveis que podem ser utilizadas para apoiar programas dispendiosos e outras intervenções destinadas a melhorar as dietas, aumentar a atividade e reduzir a obesidade, incluindo subsídios para alimentos e bebidas mais saudáveis (L. M. Powell et al., 2013; Finkelstein, 2010). Assim, os preços mais elevados conduzem a um

---

<sup>8</sup> "*Sin Taxes*", ou impostos do pecado, é um termo popular para taxas cobradas por prazeres culposos ou indulgência humana, como fumar cigarros e beber álcool (Lorenzi, 2004).

consumo reduzido, ou seja, para um aumento de preços de 10% sobre os refrigerantes, poderá reduzir-se o seu consumo de 8% a 10% (Andreyeva et al., 2010).

Finkelstein (2010) defende que a tributação deveria ser entre 20% a 40%. No seu estudo efetuado nos EUA, este autor, investigou o impacto de um imposto de 20% sobre as BA, em agregados familiares de nível socioeconómico mais baixo e por aqueles que se posicionam num estrato mais elevado, e, concluiu que resultaria numa diminuição de 15,8% do consumo dessas bebidas. Contudo, como os consumidores poderão trocar para outras bebidas de maior ou igual nível calórico, o efeito líquido desse imposto pode ser inferior, sendo que, as famílias de baixo nível socioeconómico são mais propensas a alterar as suas compras para evitar o imposto, ao comprar mais produtos genéricos, a granel ou de venda, ou, a alterar para produtos não tributados que são igualmente elevados em calorias (Finkelstein, 2010).

Finkelstein et al. (2013) observaram o efeito, sobre o peso corporal, da introdução de um imposto, nos Estados Unidos, que aumenta o preço de BA em 20%. Concluíram que, tal medida, provoca alterações nas opções de compras do consumidor, que se traduziram numa perda de peso, média, de 0,7 kg, durante o primeiro ano, e de sensivelmente, 1,3 Kg ao fim de 10 anos.

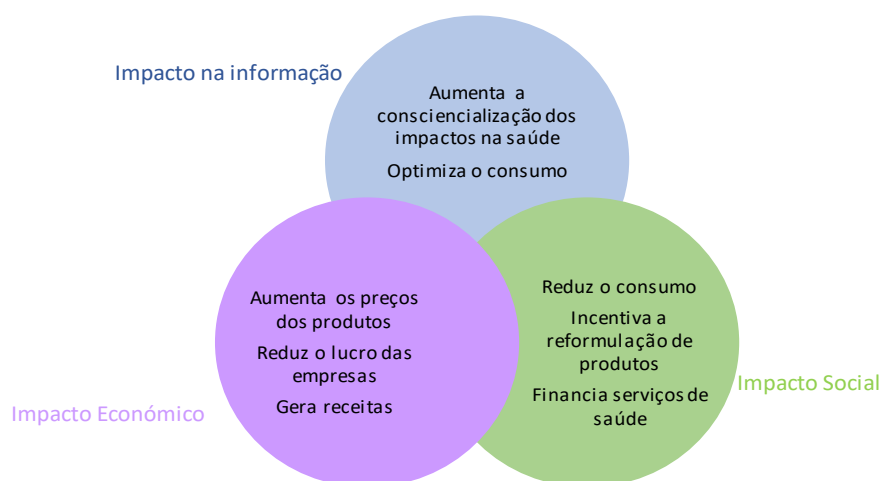
Similarmente, Sharma, Hauck, Hollingsworth, & Siciliani (2014) estimaram os efeitos dos impostos sobre BA, nos Estados Unidos, para explicar a procura de nutrientes como a energia, gordura e sódio em função dos preços de alimentos e bebidas e outras variáveis em 19 categorias de alimentos e bebidas. Estes autores analisaram também a introdução de um imposto de 20% de taxa fixa ou um imposto volumétrico de 20 cent / litro. Segundo estes autores uma taxa volumétrica resultaria numa perda de peso, *per capita*, maior do que a taxa fixa, verificando-se uma diferença de mudança de peso substancial para o grupo-alvo de compradores obesos de BA em famílias de rendimentos baixos (Sharma et al., 2014).

Outra das formas para obter a aceitação pública de uma política fiscal que envolve aumentos de preços é convencer os consumidores de que, as receitas da diferença no preço a pagar, lhes serão devolvidas (Miao et al., 2012). De acordo com estes autores, isso pode ser feito através de: i) implementação de subsídios a produtos considerados mais saudáveis, garantindo que os impostos sobre alimentação não sejam regressivos; ii) programas educacionais relacionados ao comportamento alimentar saudável entre adultos e crianças;

iii) campanhas de informação pública e equipamentos de *fitness* e parques disponíveis ao público; iv) financiamento do sistema público de saúde.

A figura 1 apresenta os impactos expetáveis com a introdução da tributação das BA. A promoção e a publicidade sobre os impostos aumentam a consciencialização sobre os riscos para a saúde dos refrigerantes e desnormalizam o consumo, os aumentos de preços desencorajam as compras em favor de opções que não são tributadas. Ao nível do impacto económico, quer diretamente, quando absorvidos pelo fabricante, quer indiretamente, quando resultam numa diminuição do consumo, esses impostos reduzem os lucros das empresas e incentivam a reformulação dos produtos, além de que, geram receitas fiscais, que permitem aos governos adotar políticas e programas adicionais e complementares para promover dietas nutritivas e estilos de vida fisicamente ativos.

**Figura 1 - O impacto económico, social e informacional do imposto sobre as BA**



**Fonte:** Adaptado de Roache & Gostin (*Roache & Gostin, 2017*)

Num primeiro estudo sobre o impacto de comida seletiva e as bebidas não alcoólicas, elaborado pelo International Tax and Investment Center em parceria com a Oxford Economics concluíram que não se deviam aplicar impostos sobre as BNA uma vez que os impostos discriminatórios, normalmente implementados através dos impostos especiais de consumo, só devem ser aplicados em produtos que causam externalidades negativas, ou, bens de luxo, ou, onde tais impostos resultariam numa base tributária mais progressiva e/ou

que geram uma produção de receita eficiente (International Tax and Investment Center & Oxford Economics, 2013).

No entanto, segundo Andreyeva, Long, & Brownell (2010), se assumirmos que não existem substituições para as BNA por outras bebidas calóricas e se não houver outros fatores de alteração, que afetem o comportamento do consumidor, as estimativas da elasticidade do preço das BNA sugerem que se se impuser um imposto de 10% sobre essas bebidas pode levar a uma redução de 8% a 10% de compra das mesmas. Os jovens, os grupos de baixo nível socioeconómico e os demais em risco de obesidade são os mais influenciáveis ao preço (Powell & Chaloupka, 2009).

Quando se analisa a vertente económica verificamos que, este género de impostos, são regressivos (Allais et al., 2010; Haeners et al., 2017; Haile, 2009; Heien, 1996; Jou & Techakehakij, 2012; Lin et al., 2011; Lusk, 2017; Lyon & Schwab, 1995; Miao et al., 2012; Papoutsi et al., 2015; Powell & Chaloupka, 2009). São regressivos uma vez que são independentes do rendimento auferido pelo consumidor, mas existe uma maior propensão ao consumo por parte das classes socioeconómicas com menores rendimentos. Assim, os consumidores mais pobres terão que despende de uma maior fatia do seu rendimento para suportar este imposto do que os contribuintes mais ricos especialmente, os consumidores de classe socioeconómica mais baixa, teriam ganhos desproporcionais de saúde com este tipo de impostos, e também sofreriam uma perda líquida para o bem-estar e o imposto permaneceria regressivo no sentido tradicional (Thow et al., 2018; Hageaars et al., 2017; Madden, 2015; Miao et al., 2012).

Contrariamente, verificamos que Kotakorpi (2008) conclui que é possível que os impostos sobre o pecado sejam de facto progressivos, na medida em que os indivíduos com baixos rendimentos têm procura mais elástica do que os indivíduos com rendimentos mais altos. Assim, o argumento da regressividade contra a pesada tributação de alimentos não saudáveis pode, portanto, ser revertido quando não apenas o custo monetário, mas também os efeitos benéficos à saúde da tributação são levados em conta (Kotakorpi, 2008). Segundo este autor estes impostos não caem necessariamente mais sobre indivíduos com o nível mais alto de consumo, uma vez que tais indivíduos têm mais a ganhar com a natureza corretiva do imposto. Kotakorpi (2008) refere igualmente que os efeitos sobre o bem-estar dependem da elasticidade da procura pelo bem nocivo. Segundo um estudo recente elaborado pelo International Tax and Investment Center e a

Oxford Economics (International Tax and Investment Center & Oxford Economics, 2016), estes produtos têm uma procura inelástica e não respondem ao preço. O que pode significar que, segundo este mesmo autor, embora seja menos provável alcançar as metas de saúde, estes impostos podem ser bem-sucedidos no aumento da receita do próprio imposto.

Härkänen et al. (2014) também evidenciaram que as respostas à procura e os efeitos de saúde são mais fortes para o grupo que tem os problemas de saúde mais graves. Em segundo lugar, embora o ônus da tributação de alimentos não saudáveis seja em termos percentuais mais pesado para indivíduos de baixos rendimentos, os efeitos à saúde provavelmente serão mais positivos o que também contraria o tradicional argumento de regressividade contra os impostos do pecado. Segundo estes autores se tivermos em conta não apenas os efeitos monetários, mas também os efeitos da tributação sobre a saúde, os impostos pecuniários podem levar a uma distribuição mais igualitária do bem-estar (Härkänen et al., 2014).

Ora, as BNA têm particularidades distintas em relação aos outros produtos tradicionalmente sujeitos a impostos especiais de consumo, tais como o tabaco, as bebidas alcoólicas e os produtos petrolíferos uma vez que não: i) causam diretamente externalidades negativas, ou seja, não impõem custos à sociedade se consumidos normalmente; ii) são considerados bens de luxo; iii) resultariam numa base tributável mais progressiva, ou seja, tributar mais sobre quem tem rendimentos mais elevados, porque estes produtos são mais consumidos por famílias de baixos rendimentos (evidencia no México); iv) iriam entregar de forma eficiente mais receita para o Estado (International Tax and Investment Center & Oxford Economics, 2013).

Em 2016, o mesmo Instituto publicou uma nova investigação sobre o tema (International Tax and Investment Center & Oxford Economics, 2016), do qual destacamos alguns aspetos principais. O primeiro fator para determinar a eficácia deste imposto é a medida em que os estes são convertidos para os preços que os consumidores pagam. Em alguns casos, tem sido pouco observado a conversão para os consumidores, indicando que os impostos vão ser eficazes no aumento da receita, mas não têm benefícios de saúde, já que o consumo irá realizar-se. Mas, nos casos de conversão integral do imposto, ou mesmo '*over-shifting*', na qual o aumento de preços em mais do que o montante do imposto se tem observado, os níveis de consumo, do bem tributado, pode diminuir, e existe pouco benefício fiscal pois este imposto cai em linha com as vendas reduzidas.

Um segundo fator da evidência sugere que a procura para este tipo de produtos sujeitos a imposto é insensível às variações de preço. Assim, se o objetivo é aumentar a receita, as BNA podem ser bons candidatos, já que aumentos na taxa de imposto não são suscetíveis de ser substancialmente compensadas por reduções nas vendas, contudo, não se irão alcançar benefícios na saúde.

Em terceiro lugar, mesmo onde o imposto é convertido ao consumidor, sob a forma de preços mais altos, surge mais incerteza nos objetivos da saúde, porque os consumidores podem substituir os produtos tributados por outros, que não estão sujeitos ao imposto, mas que não menos são insalubres. Assim, os consumidores podem mudar: i) para comidas e bebidas mais baratas, mas de menor qualidade; ii) para produtos não tributados com características nutricionais semelhantes; iii) completamente para outros tipos de produtos, com implicações incertas para a saúde.

Por último, a introdução do imposto aumenta as diferenças de preços entre áreas geográficas vizinhas, o que pode levar a um aumento na compra transfronteiriça. Esta segunda forma de troca tem uma maior probabilidade de acontecer nas zonas perto de fronteiras e onde não há nenhum controlo. Por isso, não faz sentido que os consumidores possam fazer compras através da fronteira a um custo total menor do que fazer compras na sua localidade. Este problema coloca em causa a sensibilização e as metas de saúde de qualquer imposto.

No próximo ponto vamos apresentar um resumo de práticas fiscais adotadas em diversos países nesta matéria.

### 2.3. A evolução internacional do *Fat Tax*

Como o *fat tax*, pelo menos em Portugal, está inserido nos IEC, mais concretamente, no capítulo do imposto sobre o álcool, as bebidas alcoólicas e as bebidas adicionadas de açúcar ou outros edulcorantes (IABA), apresentamos um breve enquadramento comunitário dos IEC e, posteriormente, expomos, sumariamente, as medidas fiscais implementadas por alguns países do Mundo no âmbito do *fat tax*.



### 2.3.1. Na União Europeia

A Diretiva 92/83/CEE entrou em vigor em 10 de novembro de 1992 e tinha de ser transposta para a ordem jurídica dos países da União Europeia (UE) até 31 de dezembro de 1992, estabelecendo as regras da UE as categorias de álcool e bebidas alcoólicas sujeitas a IEC e a base de referência para o cálculo desse imposto.

Posteriormente, a Diretiva modificativa (UE) 2020/1151, do Conselho de 29 de julho de 2020, alterou a Diretiva 92/83/CEE, relativamente à harmonização da estrutura dos IEC de álcool e bebidas alcoólicas e teve de ser transposta para o direito nacional dos países da UE até 31 de dezembro de 2021, sendo que estes deviam aplicar as disposições da diretiva até 1 de janeiro de 2022. Esta Diretiva tem como objetivo, designadamente, atualizar e clarificar as regras da Diretiva 92/83/CEE que deram azo a procedimentos administrativos com encargos desnecessários, quer para as administrações fiscais quer para as empresas, assim como, permitir aos países da UE aplicar taxas reduzidas a determinados produtos alcoólicos. Esta Diretiva visa ainda assegurar a aplicação uniforme das condições de determinação do IEC de cerveja, em que é necessário estabelecer as condições de medição do grau Plato<sup>9</sup> e assegurar a transição harmoniosa para uma metodologia harmonizada dessa medição.

As alterações apontadas na Diretiva (UE) 2020/1151 são as seguintes:

- **Cerveja edulcorada ou aromatizada** – a Diretiva estabeleceu uma abordagem harmonizada para a medição do grau Plato, com vista a assegurar que os ingredientes da cerveja adicionados após a fermentação são tidos em conta na medição do grau Plato. Esta Diretiva permite aos países da UE que, até 29 de julho de 2020, não tinham em conta os ingredientes da cerveja adicionados após a fermentação ao medirem o grau Plato continuem a utilizar a metodologia atualmente aplicada durante um período de transição até 31 de dezembro de 2030;
- **Vinho, outras bebidas fermentadas e produtos intermédios** – a Diretiva permite que os países da UE apliquem taxas de imposto reduzidas ao vinho produzido por pequenos produtores independentes dentro dos seguintes limites: i) as taxas reduzidas não devem ser aplicadas a empresas que produzem mais de 1000 hl ou, no

---

<sup>9</sup> Graus Plato: o número de graus Plato mede a percentagem em peso do extrato original por 100 gramas de cerveja. Este valor é calculado a partir do extrato real e do álcool contido no produto acabado.

caso de Malta, em média, mais de 20 000 hl de vinho por ano; ii) as taxas reduzidas não podem ser inferiores em mais de 50% à taxa normal nacional do imposto especial de consumo. Os países da UE apliquem taxas de imposto reduzidas a pequenos produtores independentes dentro dos seguintes limites: i) até 15 000 hl para outras bebidas fermentadas; ii) até 250 hl para produtos intermédios.

- **Bebidas espirituosas** – esta Diretiva alterou as regras de modo a permitir que determinados países da UE apliquem uma taxa reduzida ao etanol produzido por destilarias de produtores de frutos a partir, por exemplo, de maçãs, peras, bagaço de uva e frutos de baga.

Paralelamente, esta Diretiva introduz ainda ao nível das isenções, alguns limites, a partir de 1 de janeiro de 2022, exigindo que os países da UE isentem do IEC produtos sob a forma de álcool totalmente desnaturado, produzidos dessa forma noutro país da UE de acordo com métodos autorizados nesse país. Simultaneamente, autoriza também os países da UE, sob determinadas condições, a isentar do IEC harmonizado, produtos abrangidos pela Diretiva 92/83/CEE, quando utilizados no fabrico de suplementos alimentares (nos termos da Diretiva 2002/46/CE relativa aos suplementos alimentares) e clarifica ainda os procedimentos de notificação de alterações dos requisitos para a desnaturação total do álcool.

A partir de 2023 entrou em vigor a Diretiva n.º 2020/262 do Conselho, de 19 de dezembro de 2019, que estabeleceu o regime geral dos IEC e que visa permitir que os Estados-Membros da UE cobrem: i) por motivos específicos, outros impostos indiretos sobre os produtos sujeitos a IEC, desde que esses impostos sejam conformes com as normas da UE; ii) impostos sobre produtos não sujeitos a IEC a determinados serviços.

Segundo informação disponibilizada no site oficial da União Europeia, os produtos tributáveis estão sujeitos a IEC nas seguintes condições: i) em qualquer país da UE aquando do seu fabrico; ii) ou em países que não são membros da UE aquando da sua importação.

No entanto, o IEC só é exigível no momento da sua introdução ao consumo, isto é, se o produto for importado por um país da UE, mas transportado e fornecido a outro país da UE, o imposto é exigível no país da UE de consumo ou uso. Também é possível pedir o reembolso dos impostos pagos sobre as bebidas alcoólicas em determinados casos, por exemplo, no caso da exportação final das mercadorias para países terceiros.

Não foi tomado por essencial, para o bom funcionamento do mercado interno, uma absoluta harmonização das taxas dos IEC em toda a UE, mas essencialmente foram aprovadas uma diversidade de taxas mínimas acima das quais os EM continuam a desfrutar de liberdade para definir as que entenderem, sendo que a Comissão deve rever essas taxas periodicamente e adaptá-las com o nível de inflação verificado. Em 2023, segundo a informação contida no mesmo site oficial da UE, relativamente à legislação harmonizada da UE, especialmente relacionada com álcool e bebidas alcoólicas, esta aplica-se aos produtos seguintes, de acordo com as taxas mínimas indicadas:

### **1. Cerveja**

*Taxa normal:* pode basear-se na quantidade e no teor alcoólico da cerveja, expressos em hl/grau Plato ou hl/vol: 0,748 € por hl. por grau Plato de produto acabado; ou 1,87 € por hl. por grau alcoólico de produto acabado.

*Taxas reduzidas:* os países da UE podem aplicar taxas reduzidas do imposto às cervejas elaboradas por pequenas cervejeiras independentes, cuja produção anual não supere os 200.000 hl. As taxas reduzidas não podem ser inferiores em mais de 50% da taxa normal nacional; podem também fixar taxas reduzidas para a cerveja com um teor alcoólico inferior a 2,8% vol..

### **2. Vinho**

*Taxa normal:* 0,00 euros/hl de produto, o que quer dizer que os países da UE podem aplicar uma taxa de direito nula ou superior.

*Taxas reduzidas:* sempre que os países da UE não tenham fixado uma taxa de direito nula, podem aplicar taxas reduzidas do imposto a qualquer tipo de vinho tranquilo e de vinho espumante de teor alcoólico adquirido não superior a 8,5% vol..

### **3. Vinho e bebidas fermentadas, para além do vinho e da cerveja**

*Taxa normal:* 0,00 euros/hl de produto, o que quer dizer que os países da UE podem aplicar uma taxa de direito nula ou superior.

*Taxas reduzidas:* sempre que os países da UE não tenham fixado uma taxa de direito nula, podem aplicar taxas reduzidas do imposto a qualquer outro tipo de bebidas fermentadas tranquilas e espumantes de teor alcoólico adquirido não superior a 8,5% vol..

#### **4. Produtos intermédios**

*Taxa normal:* 45 euros por hl. de produto.

*Taxas reduzidas:* Os países da UE podem aplicar uma taxa reduzida única aos produtos intermédios com um teor alcoólico adquirido não superior a 15% vol. Esta taxa reduzida não pode ser inferior a 40% da taxa normal nacional, nem ser inferior à taxa normal nacional aplicada ao vinho e a outras bebidas fermentadas.

#### **5. Álcool etílico**

*Taxa normal:* 550 euros por hl. de álcool puro.

*Taxas reduzidas:* Os países da UE podem aplicar taxas reduzidas sobre o consumo de álcool etílico produzido por pequenas destilarias cuja produção anual de álcool puro não supere os 10 hl. As taxas reduzidas não podem ser inferiores em mais de 50% da taxa normal nacional.

As diferenças que existem entre os sistemas tributários dos EM podem prejudicar a livre concorrência, porque a carga e a política tributária influenciam a formação dos preços, podendo prejudicar, em resultado disso, a competitividade.

Também, de modo a garantir a harmonização deste imposto, os países da UE chegaram a acordo sobre regras comuns da UE para que os IEC sejam aplicados de igual forma, e, aos mesmos produtos em toda a União, bem como, da definição de taxas mínimas a aplicar. A aplicabilidade das taxas reduzidas ou de isenções atenta aos critérios seguintes:

— Aplicação de taxas reduzidas:

- Às fábricas de cerveja que, por ano, produzem, no máximo, 200 000 hectolitros (hl) e as destilarias que produzem, no máximo, 10 hl de álcool puro, podem beneficiar de uma redução até 50% da taxa normal.
- Ao vinho e às bebidas fermentadas que não excedam 8,5% de álcool por volume, à cerveja que não exceda 2,8 % de álcool por volume, aos produtos intermédios que não excedam 15 % de álcool por volume e ao álcool etílico que não exceda 10 % de álcool por volume.

— Aplicação de isenções:

- Aos produtos de fabrico caseiro que não são produzidos para fins comerciais não estão sujeitos ao imposto especial de consumo, com a exceção da aguardente;
- Ao álcool que seja utilizado no fabrico de outros produtos não destinados ao consumo humano ou impróprios para consumo humano, ao qual é acrescentado um ou vários produtos químicos (desnaturantes).

As taxas mínimas a praticar são as apresentadas na Tabela 1.

**Tabela 1 – Taxas mínimas IEC na UE – produtos alcoólicos**

IEC - Produtos alcoólicos	Taxa expressa por	Taxa Mínima
Cerveja	Hectolitro por grau Plato	EUR 0,748
	OU	
	Hectolitro por grau de álcool	EUR 1,87
Vinho (tranquilas "still" e com gás)	Hectolitro de produto	EUR 0
Produtos intermédios (ex. Porto, Xerez)	Hectolitro de produto	EUR 45
Spirits	Hectolitro de álcool puro	EUR 550

**Fonte:** Elaboração própria com base no site da Comissão Europeia em: <https://taxation-customs.ec.europa.eu>, em 07 julho 2023.

Na Tabela 2 apresentamos os produtos que são objeto de IEC na UE são os seguintes:

**Tabela 2 - Lista de Produtos sujeitos a IEC na UE**

País	Produtos
<b>Alemanha</b>	Cerveja, Álcool, Vinho espumante e produtos intermédios, Tabaco, Energia (óleos minerais, gás natural, eletricidade, carvão e outros), Café e <i>Alkopops</i> (bebidas pré-misturadas)
<b>Áustria</b>	Cerveja, Vinho espumante e produtos intermédios, Bebidas espirituosas, Tabaco, Óleos minerais, Eletricidade, Gás natural

<b>País</b>	<b>Produtos</b>
<b>Bélgica</b>	Óleos minerais, Álcool e bebidas alcoólicas, Tabaco manufacturado, Bebidas não alcoólicas, Café, Imposto sobre a energia, Impostos ambientais
<b>Bulgária</b>	Cerveja, Vinho e bebidas fermentadas, Produtos intermédios, Álcool e bebidas alcoólicas, Tabaco, Energia (Óleos minerais, Eletricidade, Gás natural, carvão e outros)
<b>Croácia</b>	Cerveja, Vinho e bebidas fermentadas, Produtos intermédios, Álcool e bebidas alcoólicas, Tabaco, Energia (Óleos minerais, Eletricidade, Gás natural, biocombustível, carvão e outros), café, Bebidas não alcoólicas, veículos motorizados
<b>Chipre</b>	Cerveja, Vinho e bebidas fermentadas, Produtos intermédios, Álcool e bebidas alcoólicas, Tabaco, Energia (Óleos minerais, Eletricidade, Gás natural, carvão e outros) e outros produtos (veículos motorizados, salmão fumado e esturjão)
<b>Dinamarca</b>	Cerveja, Vinho, bebidas fermentadas e produtos intermédios, Álcool e bebidas alcoólicas, Tabaco, Energia, Certos produtos de energia, Dióxido carbono (resíduos e certas matérias-primas), Papel para cigarro, tabaco de mascar e rapé, Café e extratos, Chocolate e doces, Gelados, Pilhas e acumuladores, Pilhas de níquel-cádmio, Lâmpadas, Embalagens e sacos, Produtos que contêm pvc maleável, Azoto em fertilizantes, Pesticidas, Substâncias que empobrecem a camada de ozono, Diluentes clorados, Antibióticos e estimuladores de crescimento em forragem e Enxofre
<b>Eslováquia</b>	Cerveja e Bebidas não alcoólicas, Vinho e bebidas fermentadas, Produtos intermédios, Álcool e bebidas alcoólicas, Tabaco, Energia (Óleos minerais, Gás natural)
<b>Eslovénia</b>	Cerveja, Vinho e bebidas fermentadas, Produtos intermédios, Álcool e bebidas alcoólicas, Tabaco, Energia (Óleos minerais, carvão e outros, eletricidade) e ambiente (Poluição do ar causada por emissões de dióxido de carbono: óleos minerais)
<b>Espanha</b>	Cerveja, Vinho e bebidas fermentadas, Produtos intermédios, Álcool e bebidas alcoólicas, Tabaco, Energia (Óleos minerais, Eletricidade, Gás natural, carvão e outros)
<b>Estónia</b>	Cerveja, Vinho e bebidas fermentadas, Produtos intermédios, Álcool e bebidas alcoólicas, Tabaco, Energia (Óleos minerais, carvão e outros, eletricidade) e Produtos de embalagem
<b>Finlândia</b>	Cerveja, Vinho e bebidas fermentadas, Produtos intermédios, Álcool e bebidas alcoólicas, Tabaco, Energia (Óleos minerais, carvão e outros, Óleo de pinheiro, Turfa, gás natural, eletricidade), Doces gelados e bebidas não alcoólicas, embalagem de bebidas, Óleo usado, Danos provocados pelo petróleo (óleos minerais)

<b>País</b>	<b>Produtos</b>
<b>França</b>	Cerveja e certas bebidas não alcoólicas, Vinho e bebidas fermentadas, Bebidas espirituosas e produtos intermédios, Tabaco, Energia (óleos minerais, eletricidade, gás natural, carvão e outros), óleos destinados a consumo humano, pesca e aquacultura, mobiliário e produtos de madeira, artigos de relojoaria, joalheria, bijutaria, ourivesaria e artigos para serviço de mesa, artigos de vestuário, artigos de couro, cereais, equipamentos de cópia e impressão, materiais de construção, indústria de fundição, indústria de plásticos, óleos e gorduras vegetais e animais, indústria de papel, cartão e pasta de celulose
<b>Grécia</b>	Cerveja e Bebidas não alcoólicas, Vinho e bebidas fermentadas, Produtos intermédios, Álcool e bebidas alcoólicas, Café, Tabaco, Energia (Óleos minerais, Eletricidade, Gás natural, carvão e outros)
<b>Hungria</b>	Produtos energéticos, cerveja, vinhos sem gás e espumantes, outras bebidas fermentadas sem gás e espumantes, produtos alcoólicos intermédios (cujo teor alcoólico das mercadorias não pode exceder 22% em volume), produtos alcoólicos e produtos do tabaco
<b>Irlanda</b>	Cerveja e Bebidas não alcoólicas, Vinho e bebidas fermentadas, Produtos intermédios, Álcool e bebidas alcoólicas, Tabaco, Energia (Óleos minerais, Eletricidade, Gás natural, carvão e outros)
<b>Itália</b>	Cerveja e Bebidas não alcoólicas, Vinho e bebidas fermentadas, Produtos intermédios, Álcool e bebidas alcoólicas, Tabaco, Energia (Óleos minerais, Eletricidade, Gás natural, carvão e outros)
<b>Letónia</b>	Cerveja, Vinho e bebidas fermentadas, Produtos intermédios, Álcool e bebidas alcoólicas, Tabaco, Energia (Óleos minerais, Eletricidade, Gás natural, carvão e outros), Café e Bebidas não alcoólicas
<b>Lituânia</b>	Cerveja e Bebidas não alcoólicas, Vinho e bebidas fermentadas, Produtos intermédios, Álcool e bebidas alcoólicas, Tabaco, Energia (Óleos minerais, Eletricidade, Gás natural, carvão e outros)
<b>Luxemburgo</b>	Cerveja e Bebidas não alcoólicas, Vinho e bebidas fermentadas, Produtos intermédios, Álcool e bebidas alcoólicas, Bebidas pré-misturadas, Tabaco, Energia (Óleos minerais, Eletricidade, Gás natural, carvão e outros)
<b>Malta</b>	Cerveja, Vinho e bebidas fermentadas, Produtos intermédios, Álcool e bebidas alcoólicas, Tabaco, Energia (óleos minerais, eletricidade, gás natural, carvão e outros), Cimento, Pneumáticos, Cartuchos de munições, Água, Pastilhas elásticas, Bebidas não alcoólicas, Sacos e similares de embalagem de plástico, Produtos de higiene e beleza preparados e preparações para lavagem, Componentes de construção e outros materiais
<b>Países Baixos</b>	Cerveja, Vinho e bebidas fermentadas, Produtos intermédios, Álcool e bebidas alcoólicas, Tabaco, Produtos de energia (óleos minerais), Produtos petrolíferos (taxa adicional sobre óleos minerais “Imposto COVA”) Combustíveis (carvão), Energia (taxa ambiental sobre eletricidade, gás natural) e Bebidas não alcoólicas

<b>País</b>	<b>Produtos</b>
<b>Polónia</b>	Cerveja e Bebidas não alcoólicas, Vinho e bebidas fermentadas, Produtos intermédios, Álcool e bebidas alcoólicas, Tabaco, Energia (Óleos minerais, Eletricidade), Automóveis de passageiros
<b>Portugal</b>	Cerveja, Vinho e bebidas fermentadas, Produtos intermédios, Álcool e bebidas alcoólicas, Tabaco, Energia (Óleos minerais, Eletricidade, Gás natural, carvão e outros), Café e Bebidas não alcoólicas
<b>República Checa</b>	Cerveja, Vinho e bebidas fermentadas, Produtos intermédios, Álcool e bebidas alcoólicas, Álcool e bebidas não alcoólicas, Tabaco, Energia (Óleos minerais, Gás natural)
<b>Roménia</b>	Cerveja, Vinho e bebidas fermentadas, Produtos intermédios, Álcool e bebidas alcoólicas, Tabaco, Energia (Óleos minerais, Eletricidade, Gás natural)
<b>Suécia</b>	Álcool e bebidas alcoólicas, Tabaco, Energia (Gasolina, Óleos pesados e querosene, Gás de petróleo liquefeito, Metano, Gás natural, Combustível de carvão e coque de petróleo, Gasolina para aviação, <i>Tall oil</i> em bruto, Enxofre e Eletricidade), Publicidade, Pesticidas e Produtos químicos em determinados produtos eletrónicos

**Fonte:** Elaboração própria (retirado da Comissão Europeia atualizado em 06/07/2023)

No capítulo 3 apresentamos a legislação em vigor em Portugal, espaço geográfico no qual incide o nosso estudo empírico. De seguida apresentamos resumidamente os produtos sujeitos a IEC em outras partes do mundo.

### 2.3.2. No resto do mundo

Fora da UE também existem países com tributação deste tipo de produtos. Na Tabela 3 expomos resumidamente os produtos e taxas aplicadas nesses países.



**Tabela 3 - Lista de Produtos sujeitos a IEC fora da UE**

PAÍSES ATIVOS COM IMPOSTO	
País	Descrição
ÁFRICA DO SUL	Em dezembro de 2017 foi introduzido um imposto sobre BA. O imposto é fixado em ZAR; 2,1 cêntimos (EUR 0,15; USD 0,17) por grama de conteúdo de açúcar numa bebida açucarada que exceda 4 g por 100 ml. Os primeiros 4 g de teor de açúcar não estão sujeitos a imposto. Estas bebidas incluem as águas minerais, as águas gaseificadas, assim como aquelas com adição de açúcar ou outros edulcorantes ou aromatizantes e outras BNA (excluindo os sumos de fruta ou vegetais).
ALBANY (CALIFÓRNIA)	Em abril de 2017 foi introduzido um imposto de 1 cêntimo por onça sobre a distribuição de bebidas adoçadas com açúcar, incluindo refrigerantes, bebidas energéticas e chá fortemente adoçado, bem como adoçantes calóricos usados para produzir estas bebidas adoçadas com açúcar. Os adoçantes calóricos incluem sacarose, frutose, glicose, outros açúcares, e xarope de milho. O imposto não se aplica a produtos alimentares para crianças, produtos lácteos, frutas natural e sumo de vegetais.
ARÁBIA SAUDITA	Entrou em vigor em junho 2017, um imposto especial de consumo sobre BNA é aplicado um imposto <i>ad valorem</i> <sup>10</sup> de 100% sobre as bebidas energéticas e de 50% nas bebidas gaseificadas (incluindo refrigerantes, água gaseificada e sumo). Já em janeiro de 2018, o Governo da Arábia Saudita implementou uma taxa de IVA de 5% que acresce a esses produtos.
BARBADOS	Em agosto de 2015, entrou em vigor um imposto <i>ad valorem</i> de 10% sobre BA incluindo refrigerantes, bebidas de sumo, bebidas desportivas e outras produzidas localmente e importadas. Estão isentas do imposto as bebidas com 100% sumo de fruta natural, água de coco, leite puro e leite evaporado.
BERKELEY (CALIFÓRNIA)	Em março de 2015 Berkeley introduziu um imposto para tributar as BA que irá vigorar durante 12 anos. O valor é de um centavo por onça nas BA como: refrigerantes, bebidas energéticas e chá fortemente pré-adicionado de açúcar, bem como, para os adoçantes calóricos utilizados para produzi-los. Os produtos alimentares para crianças, produtos lácteos e frutas naturais e vegetais sumos estão isentos. A receita é direcionada para financiar programas de saúde da comunidade e de nutrição.

<sup>10</sup> *Ad valorem* traduz-se na aplicação de uma percentagem única aos preços de venda ao público (preço de mercado do produto).

País	Descrição
BERMUDAS	Em 1 de outubro de 2018 foi introduzido um imposto <i>ad valorem</i> de 50% do valor de águas, nomeadamente águas minerais e as águas gaseificadas, com adição de açúcar ou outros edulcorantes ou aromatizantes e outras bebidas não alcoólicas. Também os xaropes que contêm açúcar ou outros edulcorantes são tributado a 50%, enquanto os sumos de frutas e vegetais estão isentos. A tributação inclui um imposto de 50% sobre os produtos de confeitaria sem cacau.
BOULDER (COLORADO)	Com efeito, desde julho 2017, um imposto de 2 cêntimos por onça sobre a distribuição de bebidas adoçadas de açúcar. Uma bebida adoçada com açúcar é definida como qualquer bebida não-alcoólica que contém, pelo menos, 5 g de adoçante calórico por 12 onças fluidas. Qualquer produto de leite, produtos alimentares para crianças, bebida alcoólica, bebida para utilização médica e qualquer distribuição de xaropes e pós vendidos diretamente a um consumidor destinados ao uso pessoal estão isentos de imposto. A receita é revertida na promoção da saúde, programas de bem-estar geral e prevenção de doenças crónicas que melhoram a qualidade na saúde, como o acesso à água potável segura e limpa, alimentos saudáveis, nutrição e alimentação de educação, atividade física e outros programas de saúde, especialmente para os moradores de baixa renda e os mais afetados pela doença crónica ligada ao consumo de bebida açucarada.
BRUNEI	Com efeito desde abril de 2017, aplica um imposto especial de consumo a uma taxa de 0,40 dólares de Brunei (cerca de EUR 0,25; USD 0,28) por litro de bebidas adoçadas com açúcar, com mais de 6 g de açúcar por 100mL, bebidas de leite de soja com mais de 7 g de açúcar por 100 ml, bebidas maltados ou chocolate com bebidas mais de 8 g de açúcar por 100mL e café ou bebidas de café aromatizado com 6g de açúcar por 100 ml. As bebidas à base de leite e sumos de frutas estão isentas do imposto.
CHILE	Inicialmente foi criado um imposto <i>ad valorem</i> de 13% sobre BA, em outubro de 2014, mas, em janeiro de 2015, registou-se um aumento para 18% sobre as BA que contenham mais de 6,25 g de açúcar por 100 ml. As bebidas adoçadas com menos de 6,25 g de açúcar por 100 ml são tributadas a 10%. As BA incluem todas as BNA com adoçantes, incluindo bebidas energéticas e águas.
DOMÍNICA	Desde setembro de 2015, vigora uma taxa de 10% sobre alimentos e bebidas com elevado teor de açúcar. Isso inclui doces, barras de chocolate, refrigerantes e outras BA (incluindo bebidas energéticas). As receitas do imposto contribuem para uma campanha nacional sobre ser saudável.

País	Descrição
EMIRADOS ÁRABES UNIDOS	<p>Entrou em vigor, em outubro de 2017, um imposto de consumo que se aplica à importação, fabricação, armazenamento ou liberação de bens sujeitos a impostos especiais. É aplicado um imposto ad valorem de 50% sobre todas as bebidas gaseificadas e 100% sobre as bebidas energéticas. As bebidas gaseificadas incluem qualquer bebida ventilada exceto para as águas gaseificadas não aromatizado. Isto inclui concentrações, pós, gel ou extratos destina-se a ser feito em uma bebida gaseificada. As bebidas energéticas incluem bebidas que estão identificadas, ou vendidas como uma bebida energética, e contêm substâncias estimulantes que fornecem estimulação mental e física.</p>
EQUADOR	<p>Desde maio de 2016, é aplicado um imposto <i>ad valorem</i> de 10% aos refrigerantes com menos de 25 g de açúcar por litro e a todas as bebidas energéticas. Bebidas com mais de 25 g de açúcar por litro são tributadas a uma taxa especial de USD 0,0018 (cerca de EUR 0,0016) por grama de açúcar. As bebidas isentas do imposto incluem produtos lácteos e seus derivados, água mineral e sumos com 50% de conteúdo natural.</p>
FIJI	<p>Em 2016, Fiji aumentou o imposto especial sobre BA, produzidas localmente, de 10 cêntimos de Fiji por litro (cerca de EUR 0,04; US USD 0,05 por litro) para 30 cêntimos de Fiji por litro (cerca de EUR 0,13; USD 0,15 por litro). Em agosto de 2017, o imposto aumentou, novamente, para os 35 cêntimos de Fiji por litro (cerca de EUR 0,15; USD 0,17 por litro). Já as bebidas adoçadas importadas estão sujeitas a um imposto <i>ad valorem</i> que começou em 2011 em 10 % e que atualmente é de 15 %. Os pós e as preparações importadas para fazer bebidas (exceto: bebidas à base de leite), bem como, os aromas e xaropes de açúcar coloridos são tributados em 10 % desde 2007. As bebidas taxadas incluem bebidas gaseificadas e não gaseificadas adoçadas com açúcar ou edulcorantes artificiais. O aumento de impostos tem o objetivo de proteger as crianças contra a obesidade e problemas de saúde ao longo da vida. A receita fiscal vai para o fundo geral.</p>

País	Descrição
FILADÉLFIA (PENSILVÂNIA)	<p>Tem efeito, desde janeiro de 2017, um imposto de 1,5 cêntimos por onça, sendo aplicado a qualquer bebida não alcoólica com adoçante calórico à base de açúcar ou substituto de açúcar artificial listado como um ingrediente, incluindo sódio, bebidas que não sejam 100% fruta, bebidas desportivas, bebidas aromatizadas, as bebidas energéticas, café pré-adicionado de açúcar ou chá e BNA destinados a serem misturados em uma bebida alcoólica. O imposto também se aplica a quaisquer xaropes não alcoólicos, ou outro concentrado utilizado nas bebidas (ambos com adoçante à base de açúcar e substituto calórico do açúcar artificial) a uma taxa de 1,5 cêntimos por onça na bebida resultante.</p> <p>A receita do imposto está prevista para ajudar a iniciativas comunitárias de fundos, incluindo a escolaridade pré-jardim de infância, escolas comunitárias, parques, centros recreativos e bibliotecas.</p>
FILIPINAS	<p>Em janeiro de 2018, entrou em vigor um imposto especial sobre o consumo de BA de seis pesos por litro (cerca de EUR 0,11; USD 0,12) em produtos que utilizam adoçantes puramente calóricos e puramente não calóricos ou uma mistura de ambos. O seu valor é o dobro (doze pesos por litro, cerca de EUR 0,21; USD 0,24) sobre bebidas que utilizem xarope de milho com elevada frutose ou em combinação com qualquer adoçante calórico ou não calórico. Os produtos tributados incluem BNA que contêm adoçante calórico ou adoçante não calórico, sendo: BA; chá adoçado; todas as bebidas carbonatadas; água aromatizada; energia e bebida desportiva; outras bebidas em pó não classificadas como leite, sumo, chá e café; bebidas de cereais e cereais; e outras BNA que contenham açúcar adicionado. Os sumos de frutas e vegetais 100% naturais, produtos lácteos e substitutos de refeição e bebidas indicadas clinicamente estão isentos do imposto.</p>
ILHAS COOK	<p>Desde 2013 aplica-se um imposto ad valorem de 15% para todas as bebidas importadas com açúcar adicionado, com um aumento de 2% nos anos subsequentes. A partir de abril de 2014 o imposto de importação foi substituído e, é aplicado o imposto de NZD 9,80 / kg de teor de açúcar nas BA (e.g. uma lata de 355 ml acresce EUR 0,27; USD 0,30 de imposto).</p>
ÍNDIA	<p>Em julho de 2017, foi introduzido um imposto sobre mercadorias e serviços de 28% sobre todos os bens, incluindo as águas gaseificadas, com adição de açúcar ou de outros edulcorantes ou sabor, ao qual acresce um imposto adicional de 12%, ou seja, 40% de taxa total de imposto sobre todos os produtos que contenham açúcares, edulcorantes ou aromatizantes.</p>

País	Descrição
KIRIBATI	Em 2014, nesta zona foi criado um imposto de 40% sobre as BNA (incluindo águas minerais e gasosas) que contêm açúcar, outros edulcorantes ou aromatizantes; os sumos de frutas e vegetais e os concentrados de frutas estão isentos do imposto.
MAURÍCIAS	Em janeiro de 2013, entrou em vigor um imposto que incide sobre o conteúdo de açúcar presente nos refrigerantes. No entanto, em 2016, foi criado um imposto especial de consumo que se aplica a todas as bebidas adoçadas com açúcar, importados ou fabricados localmente, de 0,03 rúpias (aproximadamente USD 0,0008) por grama de açúcar. As bebidas adoçadas com açúcar incluem sumos, bebidas à base de leite e refrigerantes.
MÉXICO	Entrou em vigor, desde janeiro de 2011, um imposto de 25% aplicado a bebidas energéticas. Neste conceito enquadram-se as BNA com mais de 20 mg por 100 mL de cafeína e misturado com estimulantes (por exemplo, a taurina). A lei é aplicada aos concentrados, pós e xaropes utilizados na preparação de bebidas energéticas. Em janeiro de 2014, entrou em vigor um imposto especial de consumo de 1 peso (cerca de USD 0,05) por litro sobre as BA. Estas são todas as bebidas com adição de açúcar, excluindo leites ou iogurtes. Também é aplicado um imposto especial de consumo <i>ad valorem</i> de 8% a alimentos com alta densidade calórica, definido como igual a ou mais que 275 calorias por 100 g. As categorias de produtos alimentares abrangidas pelo imposto incluem chips e lanches, doces, chocolate e produtos de cacau base, pudins, amendoim e manteigas de avelã.
NAURU	Desde julho 2007 aplica-se um imposto <i>ad valorem</i> de 30% sobre todas as bebidas importadas com açúcar adicionado, açúcar e alimentos com alto teor de açúcar (refrigerantes, licores, leites aromatizados e misturas para bebidas (também açúcar e confeitaria), e.g. uma lata de 355 ml de cola acresce EUR 0,10; USD 0,11 de imposto.
NAVAJO NATION (ARIZONA)	Em abril de 2015 entrou em vigor um imposto de 2% sobre bens alimentares com valor nutricional mínimo ou sem valor, incluindo as bebidas adoçadas com açúcar, pré-embalados e lanches não pré-embalados despojados de nutrientes essenciais e ricos em sal, gordura saturada e doces de açúcar, incluindo, chips e batatas fritas. A receita com o imposto é destinada ao Fundo de Projetos de Desenvolvimento Comunitário Bem-Estar e usado para projetos como a agricultura, hortas, estufas, mercados de agricultores, lojas de conveniência saudáveis, água potável, equipamentos de ginástica e aulas de saúde. O imposto é cobrado por meio de autorrelato.

País	Descrição
NORUEGA	Foi implementado em 1981, um imposto sobre: BNA adicionadas de açúcar ou adoçantes, chocolate, açúcar e produtos de açúcar. Em 2017, as bebidas são tributadas a 3,34 coroas norueguesas (NOK) por litro (cerca de USD 0,40), os xaropes concentrados em 20,32 NOK por litro (USD 2,44), os produtos de chocolate e de açúcar em 20,19 NOK por kg (USD 2,43) e o açúcar em 7,81 NOK por kg (USD 0,94).
OAKLAND (CALIFÓRNIA)	Com efeito desde julho de 2017, é aplicado um imposto de 1 cêntimo por onça sobre a distribuição de bebidas adoçadas com açúcar. Estas são definidas como qualquer bebida à qual foram adicionados um ou mais adoçantes calóricos e que contenham $\geq 25$ calorias por 12 onças de líquido de bebida (355 ml). As bebidas tributadas incluem refrigerantes, bebidas desportivas, chás adoçados e bebidas energéticas. As isenções incluem produtos lácteos, sumo 100%, produtos alimentares para bebés, bebidas dietéticas ou bebidas tomadas por razões médicas. A receita do imposto será depositada em fundo geral da cidade, podendo ser usada para qualquer finalidade governamental legítima. O imposto não se aplica aos distribuidores enquadrados na categoria de pequeno negócio.
PALAU	Em setembro de 2003, o governo de Palau introduziu um imposto de USD 0,28175 (cerca de EUR 0,25) por litro, sobre as bebidas gaseificadas importadas. Às bebidas que contenham cerca de 355 ml acresce EUR 0,09; USD 0,10 e para as quantidades superiores a 355 ml acresce EUR 0,13; USD 0,15 de imposto. A água engarrafada, se não for a destilada, também é especificamente tributada em 25 % <i>ad valorem</i> .
PERÚ	Em maio de 2018, foi implementado um imposto de 25% sobre bebidas com um teor de açúcar de 6 g ou mais por 100 ml. As bebidas tributadas incluem bebidas não alcoólicas, águas açucaradas e cerveja com 0% de álcool. As bebidas com menos de 6 g de açúcar por 100 ml não são tributadas.
POLINÉSIA FRANCESA	Os impostos sobre alimentos e bebidas estão em vigor, desde 2002, para desencorajar o consumo e aumentar a receita: imposto nacional sobre BA e cerveja; imposto de importação em BA, cerveja e pastelaria; imposto sobre os gelados. Entre 2002 e 2006, a receita fiscal foi para um fundo de prevenção de saúde; posteriormente, 80% foi alocado para o orçamento geral e destinados à saúde. O imposto é de 40 Franco CFP (cerca de USD 0,44) por litro de bebidas doces produzidos internamente, e 60 Franco CFP (cerca de USD 0,68) por litro para as bebidas adoçadas importadas.

País	Descrição
REINO UNIDO	Em abril 2018 entrou em vigor um imposto sobre refrigerantes que se aplica a qualquer bebida com teor de açúcar superior a 5 g por 100 ml de bebida preparada. Os refrigerantes com um teor de açúcar de mais de 5g e menos de 8 g por 100 ml são tributados 0,18 £ (USD 0,25) por litro e as bebidas com um teor de açúcar de 8 g ou mais por 100 mL são tributados 0,24 £ (USD 0,34) por litro. As bebidas à base de leite, as bebidas de substituição de leite, os sumos de frutas puras, ou qualquer outra bebida sem açúcar, as bebidas de substituição de álcool, e os refrigerantes de uma descrição especificada que são utilizadas para fins especificados medicinais ou outros são isentas do imposto. Existe ainda uma taxa voluntária de 0,10 £ a (cerca de USD 0,15) em toda a venda de BNA adoçadas com açúcar, imposta pela Câmara Municipal para os estabelecimentos de comida.
SAMOA	As bebidas com elevado teor de açúcar, importadas ou de produção nacional, foram desde 1984 até 2008 tributadas a 0,30 Samoa Tala por litro (cerca de EUR 0,11; USD 0,12) e em 2008, o imposto fixou-se em 0,40 samoano Tala por litro (cerca de EUR 0,15; USD 0,17). Também, em 2007, Samoa tinha imposto uma proibição de caudas de peru com alto teor de gordura e em 2012, essa proibição foi levantada quando este país entrou na Organização Mundial do Comércio e criou um imposto de importação de 300 % definido por dois anos, seguido de um imposto de importação de 100 %.
SÃO FRANCISCO (CALIFÓRNIA)	Em janeiro de 2018, entrou em vigor uma lei para tributar as BA > 25 calorias por 12 onças são tributadas a 1 cêntimo por onça. O imposto também se aplica aos xaropes e aos pós concentrados. As bebidas que sejam 100% sumo, bebidas adoçadas artificialmente, alimentos para crianças e produtos lácteos estão isentos do imposto. A receita do imposto vai para Fundo Geral da Cidade.
SEATTLE (WASHINGTON)	Em janeiro de 2018, entrou em vigor uma lei para tributar BA com um imposto especial de 1,75 cêntimos de dólar (cerca de EUR 1,56 cêntimos) por onça fluida de bebidas adoçadas com açúcar e um centavo por onça para os fabricantes (com um rendimento bruto mundial de mais de USD 2.000.000, mas menos de USD 5.000.000). Aplica-se a bebidas com adoçantes calóricos e aos xaropes e pós que são usados para prepará-los, incluindo refrigerantes, bebidas energéticas, sumos de frutas, chás adoçados e bebidas de café prontas para beber. As bebidas que contenham menos de 40 calorias por 12 onças por dose estão excluídas do imposto: bebidas com leite como ingrediente princípio, 100% natural de fruta e sumos de vegetais, bebidas de substituição de refeição, a produtos alimentares para crianças e concentrados utilizados em combinação com outros ingredientes para criar uma bebida.

País	Descrição
SRI LANKA	Entrou em vigor em novembro 2017 um imposto de LKR 0,50 por gramas de açúcar em BA, ou 12 rúpias por litro (o que for mais elevado).
ST HELENA	Com efeito desde maio de 2014, um imposto especial de consumo de £ 0,75 (cerca de EUR 0,85; USD 0,95) por litro é aplicado a bebidas gaseificadas que contenham 15 g ou mais gramas de açúcar por litro.
ST VINCENT E GRANADINAS	Desde maio de 2016, que se aplica um imposto do valor acrescentado de 15% para o açúcar castanho. A receita do imposto vai para um fundo consolidado para ajudar a financiar iniciativas para tratar a diabetes.
TAILÂNDIA	Em setembro de 2017, entrou em vigor um imposto sobre o açúcar de consumo sobre certas bebidas. Uma taxa <i>ad valorem</i> é aplicada às seguintes bebidas: água mineral artificial, água com gás e refrigerantes sem açúcar ou outros adoçantes e sem sabor; água mineral e refrigerantes com adição de açúcar ou outros adoçantes de aromas (14%); sumos de frutas e vegetais (10%). Um imposto específico adicional sobre o açúcar é acrescentado ao imposto <i>ad valorem</i> a partir de 0,10 baht (cerca de EUR 0,0028; USD 0,0031) por litro para bebidas com mais de 6g a 8g; 0,30 baht (cerca de EUR 0,0085; USD 0,0095) por litro para bebidas com 8g a 10g; 0,50 baht (cerca de EUR 0,013; USD 0,015) por litro para bebidas com 10g a 14g; e 1 baht (cerca de EUR 0,028; USD 0,031) por litro para bebidas com mais de 14g por 100mL de açúcar. O imposto sobre o açúcar aumenta a cada dois anos e, no ano 2023 em diante, o imposto será de 1 baht (cerca de EUR 0,028; USD 0,031) por litro para bebidas com 6 a 8 g; 3 baht (cerca de EUR 0,085; USD 0,095) para bebidas de 8g a 10g; e 5 baht (cerca de EUR 0,13; USD 0,15) por litro para bebidas com mais de 10g.
TONGA	A partir de 2013, é aplicado um imposto sobre refrigerantes com açúcar ou edulcorantes em 1 Pa'anga por litro (cerca de EUR 0,45; USD 0,50). Os impostos, de 2013, sobre os produtos com gordura de origem animal (por exemplo, banha de porco e gotejamentos) aumentaram, em 2016, a partir de 1 a 2 Pa'anga por kg (cerca de EUR 0,80; USD 0,90), e em caudas de peru a partir de 1 a 1,5 Pa'anga (em cerca de EUR 0,63; USD 0,70).
VANUATU	Desde 9 de fevereiro de 2015 um imposto especial de consumo de 50 vatu (cerca de EUR 0,42; USD 0,47) por litro é aplicado a bebidas gaseificadas que contenham açúcar ou outros edulcorantes. As bebidas a tributar são: águas, incluindo as minerais e as gaseificadas com adição de açúcar ou outros edulcorantes ou aromatizadas.

Fonte: Elaboração própria, adaptado de (Word Cancer Research Fund Internacional, 2018)

Como se pode verificar a partir da Tabela 3, este imposto é aplicado nos mais variados países, desde a África do Sul, aos Estados Unidos, à Índia, Tailândia, Ilhas Maurícias, entre outros. Destacamos a utilização dos mais variados critérios de aplicabilidade, quer seja como taxa *ad*



*valorem* quer por aplicação por gramas de açúcar adicionado, sendo que em alguns casos, já está predeterminado uma atualização do mesmo em cada dois anos. Seguidamente debruçamo-nos sobre a evolução da legislação em Portugal sobre estas matérias.

### 3. Capítulo – O *Fat Tax* em Portugal

O CIEC foi aprovado pelo Decreto-Lei n.º 73/2010, de 21 de junho (Assembleia da República, 2010), que transpôs para a ordem jurídica interna a Diretiva n.º 2008/118/CE do Conselho, de 16 de dezembro, tendo a última alteração decorrido da Lei n.º 71/2018, de 31 de dezembro (Assembleia da República, 2018), referente ao OE para 2019.

Em Portugal, o CIEC estabelece matéria fiscal em sede de (artigo 1.º do CIEC):

- Imposto sobre o álcool, as bebidas alcoólicas e as bebidas adicionadas de açúcar ou outros edulcorantes (IABA);
- Imposto sobre os produtos petrolíferos e energéticos (ISP);
- Imposto sobre o tabaco (IT).

Conforme estabelece o artigo 2.º do CIEC, o objetivo deste imposto é procurar “onerar os contribuintes na medida dos custos que estes provocam nos domínios do ambiente e da saúde pública, em concretização de uma regra geral de igualdade tributária”. De acordo com o que dispõe o n.º 4 do artigo 104.º da Lei Constitucional n.º 1/97, de 20 de setembro (República, 2005), a finalidade da tributação do consumo passa, também, por adaptar a estrutura do consumo à evolução das necessidades do desenvolvimento económico e da justiça social, devendo onerar os consumos de luxo.

De seguida centramos o nosso estudo na evolução da legislação fiscal, em Portugal, relativamente aos bens objeto da nossa investigação.

O imposto relativo a bebidas adicionadas de açúcar ou edulcorantes produziu efeitos a partir de 1 de fevereiro de 2017, através da Lei n.º 42/2016, de 28 de dezembro (Assembleia da República, 2016). Esta lei aprovou o alargamento da incidência objetiva dos IEC às bebidas não alcoólicas, concretizando, deste modo, a introdução do *fat tax*, em Portugal. O Governo aprovou a tributação das bebidas adicionadas de açúcar ou outros edulcorantes, com o

objetivo de contribuir para a redução do seu consumo, nomeadamente, nos jovens e adolescentes.

O n.º 1 do artigo 213.º da Lei n.º 42/2016 de 28 de dezembro (Assembleia da República, 2016), aprovou a consignação da receita deste imposto ao setor da saúde, especificamente destinada à sustentabilidade do SNS e dos Serviços Regionais de Saúde das Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores, conforme a circunscrição onde sejam introduzidos no consumo (Assembleia da República, 2016). Esta situação vem reforçada no n.º 2 do artigo 282.º da Lei n.º 71/2018. No entanto, os encargos de liquidação e cobrança incorridos pela AT são compensados através da retenção de uma percentagem de 3% do produto do imposto, a qual constitui receita própria (n.º 4 do artigo 213.º da Lei n.º 42/2016).

Salientamos que, em 2016, foi assinado um compromisso de entendimento entre o Ministério da Saúde e as associações representativas da indústria alimentar, com a finalidade de reduzir o volume dos pacotes de açúcar disponibilizados em estabelecimentos comerciais e, em 2017, foi subscrito um protocolo de colaboração entre a Direção-Geral da Saúde, o Instituto Nacional de Saúde Doutor Ricardo Jorge, I. P., com as associações dos industriais da panificação, pastelaria e similares, no sentido da redução gradual do teor do sal no pão (Gabinetes do Ministro da Agricultura et al., 2017). Por conseguinte, as empresas do setor alimentar tiveram de tomar medidas para se adaptarem às preferências do mercado e dos consumidores.

Paralelamente a estas ações, o Governo, no âmbito do Despacho n.º 7516-A/2016, de 2 de junho de 2016, (Gabinete do Secretário de Estado Adjunto e da Saúde, 2016), determinou as condições para a limitação de produtos prejudiciais à saúde nas máquinas de venda automática, disponíveis nas instituições do Ministério da Saúde. Neste documento foram plasmadas medidas relativas à instalação e exploração das máquinas de venda automática das várias instituições do SNS, no qual se fixou, por um lado, um conjunto de produtos ricos em açúcar e sal adicionado cuja venda passou a ser proibida e, por outro lado, identificaram-se os alimentos saudáveis que devem ser disponibilizados, com vista a implementar um conjunto de medidas para a promoção da saúde, em geral, e para a adoção de hábitos alimentares saudáveis, em particular, tendo o governo fixado março de 2017 como prazo limite para que bebidas alcoólicas, refrigerantes, doces, salgados, refeições rápidas e/ou com molhos fossem removidos destes equipamentos.

Assim, segundo o Despacho n.º 7516-A/2016, de 2 de junho de 2016 (Gabinete do Secretário de Estado Adjunto e da Saúde, 2016), que entrou em vigor em setembro de 2016, determinou que as unidades locais de saúde não podem contemplar a venda dos seguintes produtos:

- a) Salgados, designadamente rissóis, croquetes, empadas, pastéis de bacalhau ou folhados salgados;
- b) Pastelaria, nomeadamente, bolos ou pastéis com massa folhada e/ou com creme e/ou cobertura, como palmiers, mil folhas, bola-de-berlim, donuts ou folhados doces;
- c) Pão com recheio doce, pão-de-leite com recheio doce ou croissant com recheio doce;
- d) Charcutaria, por exemplo sanduíches ou outros produtos que contenham chouriço, salsicha, chourição ou presunto;
- e) Sandes ou outros produtos que contenham *ketchup*, maionese ou mostarda;
- f) Bolachas e biscoitos que contenham, por cada 100 gr, um teor de lípidos superior a 20 gr e/ou um teor de açúcares superior a 20 gr, designadamente, bolachas tipo belgas, biscoitos de manteiga, bolachas com pepitas de chocolate, bolachas de chocolate, bolachas recheadas com creme, bolachas com cobertura;
- g) Refrigerantes, que incluem as bebidas com cola, com extrato de chá, águas aromatizadas, preparados de refrigerantes ou bebidas energéticas;
- h) "Guloseimas", designadamente rebuçados, caramelos, chupas ou gomas;
- i) "Snacks", nomeadamente tiras de milho, batatas fritas, aperitivos e pipocas doces ou salgadas;
- j) Sobremesas, por exemplo mousse de chocolate, leite-creme ou arroz-doce;
- k) Refeições rápidas, designadamente hambúrgueres, cachorros-quentes ou pizzas;
- l) Chocolates em embalagens superiores a 50 gr;
- m) Bebidas com álcool.

Relativamente ao consumo de açúcar, as quantidades que podem ser adicionadas em cada bebida tiveram de ser reduzidas para um máximo de cinco gramas.

Também ficou definido que, aquando da celebração de contratos para a instalação e exploração de máquinas de venda automática, estes terão de contemplar a disponibilização

obrigatória de garrafas de água (água mineral natural e água de nascente) e devem ser disponibilizados, de preferência, os seguintes alimentos:

- Leite simples meio-gordo/magro;
- Iogurtes meio-gordo/magro, preferencialmente sem adição de açúcar;
- Sumos de frutas e néctares;
- Pão adicionado de: queijo meio-gordo/magro; fiambre com baixo teor de gordura e sal; carne; atum ou outros peixes de conserva;
- Fruta fresca.

Posteriormente, o Despacho n.º 8127/2021, de 17 de agosto de 2021 (Gabinete do Secretário de Estado Adjunto e da Educação, 2021) que entrou em vigor em setembro de 2021, estabeleceu as normas a ter em conta na elaboração das ementas e na venda de géneros alimentícios nos bufetes e nas máquinas de venda automática nos estabelecimentos de educação e de ensino da rede pública do Ministério da Educação. Com este Despacho o Governo instituiu como objetivo limitar o acesso de crianças e adolescentes a alimentos prejudiciais à saúde, orientando-os para o desenvolvimento de hábitos alimentares saudáveis e reduzindo assim as taxas de obesidade infantil.

Por sua vez, a Portaria n.º 32/2017, de 18 de janeiro (Ministério das Finanças, 2017), nos termos previstos nos artigos 87.º-D e 87.º-E do CIEC, procedeu à regulamentação do regime de produção, armazenamento e circulação de bebidas não alcoólicas, disciplinando, igualmente, o seu regime transitório, nos termos do respetivo artigo 15.º. As bebidas produzidas, importadas ou adquiridas foram, desta forma, enquadradas na abrangência do IEC e contabilizadas como inventário, à data da entrada em vigor da referida lei.

Este imposto passou a ser exigível relativamente a todas as BNA abrangidas pelo artigo 87.º-A do CIEC, detidas pelos operadores económicos a partir de 1 de fevereiro de 2017<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup> No entanto, a quem, a 1 de fevereiro de 2017, possuísse stock de BNA destinadas a comercialização a consumidores finais, foi concedida a possibilidade de esgotá-lo até 31 de março desse ano, para que não fosse sujeito ao imposto. Findo o prazo estabelecido para a liquidação do stock inicial, o operador económico deve processar uma única declaração que reflita todo o inventário, passando desta forma a estar abrangido pelo imposto (AT, 2017).

O artigo 87.º-E do CIEC, estabelece o regime aplicável à circulação, em regime de suspensão do imposto, das bebidas não alcoólicas. Segundo o artigo 9.º da Portaria n.º 32/2017, de 18 de janeiro, estabelece a obrigação de declarar as entradas e saídas das bebidas não alcoólicas, em regime de suspensão do imposto, através de entreposto fiscal, por meio de uma declaração própria.

Seguidamente abordamos as disposições fiscais específicas do *fat tax*, desde a incidência objetiva, isenções, base tributável e taxas.

### 3.1. Incidência objetiva

O *fat tax* incide sobre as BNA (artigo 87.º-A, n.º 1 do CIEC):

- ✓ Destinadas ao consumo humano, adicionadas de açúcar ou de outros edulcorantes, abrangidas pelo código de nomenclatura combinada (NC) 2202; exceto as compreendidas em outras posições, em particular nas posições NC 2009 (Sumos) ou NC 2201 (Águas minerais e águas gaseificadas, sem adições) e inclui, nomeadamente:
  - Bebidas tais como refrescos ou refrigerantes, cola, laranjadas ou limonadas, constituídas por água potável comum, com açúcar ou outros edulcorantes, e adicionados, por vezes, de ácido tartárico e de ácido cítrico. Estas bebidas são frequentemente tornadas gasosas, por meio de dióxido de carbono. Apresentam-se quase sempre em garrafas ou em outros recipientes fechados hermeticamente;
  - Águas minerais (naturais ou artificiais) adicionadas de açúcar ou de outros edulcorantes;
  - Outras bebidas não alcoólicas, exceto sumos (sucos) de frutas ou de produtos hortícolas da posição NC 2009
- ✓ As bebidas abrangidas pelos seguintes códigos de NC e com um teor alcoólico superior a 0,5% vol. e inferior ou igual a 1,2% vol., onde estão abrangidas as bebidas de baixo teor alcoólico, à base de bebidas alcoólicas, que não se encontram sujeitas a IABA, designadamente:

- NC 2204 – vinhos de uvas frescas, englobando os vinhos enriquecidos com álcool; mostos de uvas, excluindo sumos de frutas (incluindo os mostos de uvas) ou de produtos hortícolas, não fermentados, sem adição de álcool, com ou sem adição de açúcar ou de outros edulcorantes);
  - NC 2205 – vermutes e outros vinhos de uvas frescas aromatizados por plantas ou substâncias aromáticas;
  - NC 2206 – outras bebidas fermentadas (por exemplo, sidra, perada, hidromel); misturas de bebidas fermentadas e misturas de bebidas fermentadas com bebidas não alcoólicas, não especificadas nem compreendidas noutras posições;
  - NC 2208 – álcool etílico não desnaturado<sup>12</sup>, com um teor alcoólico, em volume, inferior a 80% vol; aguardentes, licores e outras bebidas espirituosas.
- ✓ Em concentrados, sob a forma de xarope ou pó, destinados à preparação das bebidas referidas anteriormente, nas instalações do consumidor final ou de retalhista, refere-se, nomeadamente aos produtos classificados pelo código NC 210690 – esta situação alargou a base tributária inicial, a partir de 01 de janeiro de 2018.

De acordo com o n.º 2, se estes produtos forem adquiridos noutra EM estão sujeitos a imposto em Portugal, salvo se for considerada uma aquisição para uso pessoal, quando transportados pelo próprio para o território nacional.

### 3.2. Isenções

Tal como nos outros bens sujeitos a IEC, também a este nível o legislador determinou a isenção de certos produtos, designadamente, às bebidas que não tenham qualquer adição de açúcar ou outros edulcorantes, ainda que, eventualmente, sejam aromatizadas com sumos (sucos) ou essências de frutos ou com extratos compostos, como por exemplo as águas minerais e águas gaseificadas apenas adicionadas de aromas de frutos.

---

<sup>12</sup> Álcool desnaturado: álcool etílico tornado impróprio para beber devido à adição de um ou mais produtos químicos no mesmo.

Assim, estão isentas as bebidas que, ainda que se enquadrem no referido código NC 2202, contenham apenas açúcares naturalmente presentes na fruta, seja no seu sumo ou no seu extrato, conforme estabelecido no n.º 1 do artigo 87.º-B do CIEC:

- ✓ Bebidas à base de leite, soja ou arroz;
- ✓ Sumos e néctares de frutos e de algas ou de produtos hortícolas e bebidas de cereais, amêndoa, caju e avelã;
- ✓ Bebidas consideradas alimentos para as necessidades dietéticas especiais ou suplementos dietéticos;
- ✓ Bebidas cuja mistura final resulte da diluição e adicionamento de outros produtos não alcoólicos aos produtos concentrados, desde que seja demonstrada a liquidação do imposto sobre aqueles concentrados;
- ✓ Todas as bebidas que estão sujeitas ao imposto (artigo 87.º-A do CIEC), desde que não adicionadas de açúcar ou de outros edulcorantes.

De acordo com o n.º 2, a isenção abrange também as BNA quando utilizadas “em processos de fabrico ou como matéria-prima de outros produtos; [ou] para pesquisa, controle de qualidade e testes de sabor”.

### 3.3. Base tributável e taxas

No primeiro ano – 2017 – em que esteve em vigor o *fat tax*, todas as bebidas referidas anteriormente estavam sujeitas ao pagamento de imposto nos termos estabelecidos, na altura, pelo artigo 87.º-C do CIEC:

- ✓ Para um teor de açúcar < 80 gramas/litro, o valor ascendia a 8,22 €/hectolitro;
- ✓ Para um teor de açúcar ≥ 80 gramas/litro, o valor era de 16,46 €/hectolitro;
- ✓ Para concentrados aplica-se a taxa que seria aplicável à mistura final.

Para o ano seguinte foram efetuadas algumas alterações à base tributável e às taxas correspondentes, justificada pelo alargamento da incidência objetiva. Assim, para o ano 2018 vigorou o disposto abaixo:

#### ➤ Bebidas:

- ✓ Com um teor de açúcar < 80 gramas/litro, o imposto foi de 8,34 €/hectolitro;

- ✓ Com um teor de açúcar  $\geq 80$  gramas/litro, a taxa foi de 16,69 €/hectolitro;

➤ Concentrados:

- ✓ Na forma líquida:
  - Teor de açúcar  $< 80$  gramas/litro será de 50,01 €/hectolitro;
  - Teor de açúcar  $\geq 80$  gramas/litro será de 100,14 €/hectolitro;
- ✓ Sob a forma de pó, grânulos ou outras formas sólidas:
  - Teor de açúcar  $< 80$  gramas/litro será de 83,35 €/100 Kg;
  - Teor de açúcar  $\geq 80$  gramas/litro será de 166,90 €/100 Kg;

Verificamos, por isso, um aumento generalizado entre 1,4% e 1,5% do imposto sobre as BNA adicionadas de açúcar ou outros edulcorantes. Relativamente aos concentrados foi alterada a fórmula para o cálculo, em função da sua apresentação na forma líquida ou sólida.

Para vigorar no ano 2019 foram feitas novas alterações a esta matéria, tendo-se procedido a um aumento do número dos escalões anteriormente previstos para as BNA adicionadas de açúcar ou edulcorantes e bebidas, não se registando alterações respeitantes aos concentrados. Podemos observar a evolução anual deste imposto nos quadros que iremos contemplar a seguir. Todavia, a base tributável e as taxas, atualmente, em vigor, de acordo com o artigo 87.º-C, são:

➤ Bebidas:

- ✓ Com um teor de açúcar  $< 25$  gramas/litro, o imposto resulta de 1 €/hectolitro;
- ✓ Com um teor de açúcar que seja inferior a 50 gramas por litro e igual ou superior a 25 gramas, a taxa é de 6 €/hectolitro;
- ✓ Com um teor de açúcar que seja inferior a 80 gramas por litro e igual ou superior a 50 gramas, o imposto resulta de 8 €/hectolitro;
- ✓ Com um teor de açúcar  $\geq 80$  gramas/litro, a taxa é de 20 €/hectolitro.

➤ Concentrados:

- ✓ Na forma líquida:
  - Teor de açúcar  $< 80$  gramas/litro será de 50,01 €/hectolitro;
  - Teor de açúcar  $\geq 80$  gramas/litro será de 100,14 €/hectolitro;
- ✓ Sob a forma de pó, grânulos ou outras formas sólidas:



- Teor de açúcar < 80 gramas/litro será de 83,35 €/100 Kg;
- Teor de açúcar ≥ 80 gramas/litro será de 166,90 €/100 Kg;

Em síntese, pode-se afirmar que estas alterações incidem nas bebidas que detenham um teor de açúcar inferior a 80 gramas que passam a pagar um valor de imposto inferior ao estabelecido anteriormente, sendo o desagravamento mais acentuado quanto menor for o teor de açúcar, por força da segmentação do 1.º escalão em 3 escalões. Ao invés, e como compensação da perda de receita fiscal para os níveis referidos, verifica-se um agravamento da taxa incidente sobre as bebidas com um teor de açúcar igual ou superior a 80 gramas, que passa dos 16,69 € por 100 litros para 20 € por cada 100 litros.

No que respeita aos concentrados, a taxa de imposto aplicável é determinada em função do produto final obtido, ou seja, de acordo com a percentagem efetiva de açúcar contida num litro da bebida obtida através da diluição do concentrado.

A título de exemplo, aos concentrados apresentados sob a fórmula sólida, a taxa de imposto a aplicar é calculada da seguinte forma (AT, 2018):

Xarope Y: 140 gr/litro (Diluição 1:7) – Mistura de um litro de xarope em sete litros de água

$$\text{Taxa (x)} = \frac{\text{gramas por litros}}{\text{litros mistura final}} = \frac{140}{7} = 20 \quad \text{ou seja, } 20 \text{ gr/l}$$

Taxa aplicável = 50,01€/ hectolitro

Para uma mais fácil perceção da evolução da tributação no âmbito do *fat tax*, no período compreendido entre o ano de 2017 e 2023, apresentamos os quadros 1 a 7.

**Quadro 1 - Base tributável e taxas do Fat Tax para 2017**

<b>Bebidas não alcoólicas (para consumo humano) - 2017</b>			<b>Artigo</b>	<b>EUR / hl</b>
teor de açúcar seja inferior a 80 gr/L	Bebidas abrangidas pelo código NC 2202		87.º-C nº 2 al. a)	8,22
	Bebidas abrangidas pelos códigos NC 2204, 2205, 2206 e 2208, com um teor alcoólico superior a 0,5% vol. e inferior ou igual a 1,2% vol.		87.º-C nº 2 al. a)	
teor de açúcar seja igual ou superior a 80 gr/L	Bebidas abrangidas pelo código NC 2202		87.º-C nº 2 al. b)	16,46
	Bebidas abrangidas pelos códigos NC 2204, 2205, 2206 e 2208, com um teor alcoólico superior a 0,5% vol. e inferior ou igual a 1,2% vol.		87.º-C nº 2 al. b)	
teor de açúcar seja inferior a 80 gr/L	Concentrados, sob a forma de xarope ou pó, destinados à preparação, das bebidas anteriores, nas instalações do consumidor final ou de retalhista.	aplicáveis ao número de hl de produto acabado que resulte da diluição e adicionamento de outros produtos para preparação da mistura final	87.º-C nº 2 al. c)	8,22
teor de açúcar seja igual ou superior a 80 gr/L	Concentrados, sob a forma de xarope ou pó, destinados à preparação, das bebidas anteriores, nas instalações do consumidor final ou de retalhista.	aplicáveis ao número de hl de produto acabado que resulte da diluição e adicionamento de outros produtos para preparação da mistura final	87.º-C nº 2 al. c)	16,46

**Fonte:** Elaboração própria

Artigo 87.º – C aditado pelo Artigo 212.º da Lei n.º 42/2016 - Diário da República n.º 248/2016, Série I de 2016-12-28, em vigor a partir de 2017-01-01

**Quadro 2 - Base tributável e taxas do Fat Tax para 2018**

Bebidas não alcoólicas (para consumo humano) - 2018			Artigo CIEC	EUR / hl
teor de açúcar inferior a 80 gr/L	Bebidas abrangidas pelo código NC 2202		87.º-C nº 2 al. a)	8,34
	Bebidas abrangidas pelos códigos NC 2204, 2205, 2206 e 2208, com um teor alcoólico superior a 0,5% vol. e inferior ou igual a 1,2% vol.		87.º-C nº 2 al. a)	
teor de açúcar igual ou superior a 80 gr/L	Bebidas abrangidas pelo código NC 2202		87.º-C nº 2 al. b)	16,69
	Bebidas abrangidas pelos códigos NC 2204, 2205, 2206 e 2208, com um teor alcoólico superior a 0,5% vol. e inferior ou igual a 1,2% vol.		87.º-C nº 2 al. b)	
teor de açúcar inferior a 80 gr/L	Concentrados, sob a forma de xarope ou outra forma líquida, de pó, grânulos ou outras formas sólidas, destinados à preparação de bebidas previstas nas alíneas anteriores, nas instalações do consumidor final ou de retalhista	Forma líquida - artigo 87º. A nº 1 al. a)	87.º-C nº 2 al. e) i)	50,01
teor de açúcar igual ou superior a 80 gr/L		Forma líquida - artigo 87º. A nº 1 al. b)		100,14
teor de açúcar inferior a 80 gr/L		Forma de pó, grânulos ou outras formas sólidas/100 Kg artigo 87º. A nº 1 al. a)	87.º-C nº 2 al. e) ii)	83,35
teor de açúcar igual ou superior a 80 gr/L		Forma de pó, grânulos ou outras formas sólidas/100 Kg artigo 87º. A nº 1 al. b)		166,90

**Fonte:** Elaboração própria

Artigo 87º. C - alterado pelo Artigo 247.º da Lei n.º 114/2017 - Diário da República n.º 249/2017, Série I de 2017-12-29, em vigor a partir de 2018-01-01

**Quadro 3 - Base tributável e taxas do Fat Tax para 2019**

Bebidas não alcoólicas (para consumo humano) - 2019		Artigo CIEC	EUR / hl	
teor de açúcar inferior a 25 gr/L	Bebidas abrangidas pelo código NC 2202	87.º-C nº 2 al. a)	1,00	
	Bebidas abrangidas pelos códigos NC 2204, 2205, 2206 e 2208, com um teor alcoólico superior a 0,5% vol. e inferior ou igual a 1,2% vol.	87.º-C nº 2 al. a)		
teor de açúcar igual ou superior a 25 gr/L e inferior a 50 gr/L	Bebidas abrangidas pelo código NC 2202	87.º-C nº 2 al. b)	6,00	
	Bebidas abrangidas pelos códigos NC 2204, 2205, 2206 e 2208, com um teor alcoólico superior a 0,5% vol. e inferior ou igual a 1,2% vol.	87.º-C nº 2 al. b)		
teor de açúcar igual ou superior a 50 gr/L e inferior a 80 gr/L	Bebidas abrangidas pelo código NC 2202	87.º-C nº 2 al. c)	8,00	
	Bebidas abrangidas pelos códigos NC 2204, 2205, 2206 e 2208, com um teor alcoólico superior a 0,5% vol. e inferior ou igual a 1,2% vol.	87.º-C nº 2 al. c)		
teor de açúcar igual ou superior a 80 gr/L	Bebidas abrangidas pelo código NC 2202	87.º-C nº 2 al. d)	20,00	
	Bebidas abrangidas pelos códigos NC 2204, 2205, 2206 e 2208, com um teor alcoólico superior a 0,5% vol. e inferior ou igual a 1,2% vol.	87.º-C nº 2 al. d)		
teor de açúcar inferior a 25 gr/L	Concentrados, sob a forma de xarope ou outra forma líquida, de pó, grânulos ou outras formas sólidas, destinados à preparação de bebidas previstas nas alíneas anteriores, nas instalações do consumidor final ou de retalhista	Forma líquida - artigo 87.º. A nº 1 al. a)	87.º-C nº 2 al. e) i)	50,01
teor de açúcar igual ou superior a 25 gr/L e inferior a 50 gr/L		Forma líquida - artigo 87.º. A nº 1 al. b)		100,14
teor de açúcar inferior a 25 gr/L		Forma de pó, grânulos ou outras formas sólidas/100 Kg artigo 87.º. A nº 1 al. a)	87.º-C nº 2 al. e) ii)	83,35
teor de açúcar igual ou superior a 25 gr/L e inferior a 50 gr/L		Forma de pó, grânulos ou outras formas sólidas/100 Kg artigo 87.º. A nº 1 al. b)		166,90

**Fonte:** Elaboração própria

Artigo 87.º. C do CIEC alterado pelo Artigo 280.º da Lei n.º 71/2018 - Diário da República n.º 251/2018, Série I de 2018-12-31, em vigor a partir de 2019-01-01

**Quadro 4 - Base tributável e taxas do Fat Tax – Outubro 2019 a Março 2020**

Bebidas não alcoólicas (para consumo humano) de Outubro 2019 a Março 2020		Artigo CIEC	EUR / hl	
teor de açúcar inferior a 25 gr/L	Bebidas abrangidas pelo código NC 2202	87.º-C nº 2 al. a)	1,00	
	Bebidas abrangidas pelos códigos NC 2204, 2205, 2206 e 2208, com um teor alcoólico superior a 0,5% vol. e inferior ou igual a 1,2% vol.	87.º-C nº 2 al. a)		
teor de açúcar igual ou superior a 25 gr/L e inferior a 50 gr/L	Bebidas abrangidas pelo código NC 2202	87.º-C nº 2 al. b)	6,00	
	Bebidas abrangidas pelos códigos NC 2204, 2205, 2206 e 2208	87.º-C nº 2 al. b)		
teor de açúcar igual ou superior a 50 gr/L e inferior a 80 gr/L	Bebidas abrangidas pelo código NC 2202	87.º-C nº 2 al. c)	8,00	
	Bebidas abrangidas pelos códigos NC 2204, 2205, 2206 e 2208	87.º-C nº 2 al. c)		
teor de açúcar igual ou superior a 80 gr/L	Bebidas abrangidas pelo código NC 2202	87.º-C nº 2 al. d)	20,00	
	Bebidas abrangidas pelos códigos NC 2204, 2205, 2206 e 2208	87.º-C nº 2 al. d)		
teor de açúcar inferior a 25 gr/L	Concentrados, sob a forma de xarope ou outra forma líquida, de pó, grânulos ou outras formas sólidas, destinados à preparação de bebidas previstas nas alíneas anteriores, nas instalações do consumidor final ou de retalhista	Sob a forma de xarope ou outra forma líquida	87.º-C nº 2 al. e) i)	6,00
teor de açúcar igual ou superior a 25 gr/L e inferior a 50 gr/L			36,00	
teor de açúcar igual ou superior a 50 gr/L e inferior a 80 gr/L			48,00	
teor de açúcar igual ou superior a 80 gr/L			120,00	
teor de açúcar inferior a 25 gr/L	Concentrados, sob a forma de xarope ou outra forma líquida, de pó, grânulos ou outras formas sólidas, destinados à preparação de bebidas previstas nas alíneas anteriores, nas instalações do consumidor final ou de retalhista	Sob a forma de pó, grânulos ou outras formas sólidas	87.º-C nº 2 al. e) ii)	10,00
teor de açúcar igual ou superior a 25 gr/L e inferior a 50 gr/L			60,00	
teor de açúcar igual ou superior a 50 gr/L e inferior a 80 gr/L			80,00	
teor de açúcar igual ou superior a 80 gr/L			200,00	

**Fonte:** Elaboração própria

Artigo 87.º- C do CIEC alterado pelo artigo 8.º da Lei n.º 119/2019 - Diário da República n.º 179/2019, Série I de 2019-09-18, em vigor a partir de 2019-10-01

**Quadro 5 - Base tributável e taxas do Fat Tax – Abril 2020 – Junho 2022**

Bebidas não alcoólicas (para consumo humano) de Abril 2020 a Junho 2022		Artigo CIEC	EUR / hl	
teor de açúcar inferior a 25 gr/L	Bebidas abrangidas pelo código NC 2202	87.º-C nº 2 al. a)	1,00	
	Bebidas abrangidas pelos códigos NC 2204, 2205, 2206 e 2208, com um teor alcoólico superior a 0,5% vol. e inferior ou igual a 1,2% vol.	87.º-C nº 2 al. a)		
teor de açúcar igual ou superior a 25 gr/L e inferior a 50 gr/L	Bebidas abrangidas pelo código NC 2202	87.º-C nº 2 al. b)	6,02	
	Bebidas abrangidas pelos códigos NC 2204, 2205, 2206 e 2208	87.º-C nº 2 al. b)		
teor de açúcar igual ou superior a 50 gr/L e inferior a 80 gr/L	Bebidas abrangidas pelo código NC 2202	87.º-C nº 2 al. c)	8,02	
	Bebidas abrangidas pelos códigos NC 2204, 2205, 2206 e 2208	87.º-C nº 2 al. c)		
teor de açúcar igual ou superior a 80 gr/L	Bebidas abrangidas pelo código NC 2202	87.º-C nº 2 al. d)	20,06	
	Bebidas abrangidas pelos códigos NC 2204, 2205, 2206 e 2208	87.º-C nº 2 al. d)		
teor de açúcar inferior a 25 gr/L	Concentrados, sob a forma de xarope ou outra forma líquida, de pó, grânulos ou outras formas sólidas, destinados à preparação de bebidas previstas nas alíneas anteriores, nas instalações do consumidor final ou de retalhista	Sob a forma de xarope ou outra forma líquida	87.º-C nº 2 al. e) i)	6,02
teor de açúcar igual ou superior a 25 gr/L e inferior a 50 gr/L			36,11	
teor de açúcar igual ou superior a 50 gr/L e inferior a 80 gr/L			48,14	
teor de açúcar igual ou superior a 80 gr/L			120,36	
teor de açúcar inferior a 25 gr/L	Concentrados, sob a forma de xarope ou outra forma líquida, de pó, grânulos ou outras formas sólidas, destinados à preparação de bebidas previstas nas alíneas anteriores, nas instalações do consumidor final ou de retalhista	Sob a forma de pó, grânulos ou outras formas sólidas	87.º-C nº 2 al. e) ii)	10,03
teor de açúcar igual ou superior a 25 gr/L e inferior a 50 gr/L			60,18	
teor de açúcar igual ou superior a 50 gr/L e inferior a 80 gr/L			80,24	
teor de açúcar igual ou superior a 80 gr/L			200,60	

**Fonte:** Elaboração própria

Artigo 87.º- C do CIEC alterado pelo Artigo 345.º da Lei n.º 2/2020 - Diário da República n.º 64/2020, Série I de 2020-03-31, em vigor a partir de 2020-04-01 até 2022-06-27

**Quadro 6 - Base tributável e taxas do Fat Tax – 2.º Semestre de 2022**

Bebidas não alcoólicas (para consumo humano) - 2º semestre 2022		Artigo CIEC	EUR / hl	
teor de açúcar inferior a 25 gr/L	Bebidas abrangidas pelo código NC 2202	87.º-C nº 2 al. a)	1,01	
	Bebidas abrangidas pelos códigos NC 2204, 2205, 2206 e 2208, com um teor alcoólico superior a 0,5% vol. e inferior ou igual a 1,2% vol.	87.º-C nº 2 al. a)		
teor de açúcar igual ou superior a 25 gr/L e inferior a 50 gr/L	Bebidas abrangidas pelo código NC 2202	87.º-C nº 2 al. b)	6,08	
	Bebidas abrangidas pelos códigos NC 2204, 2205, 2206 e 2208	87.º-C nº 2 al. b)		
teor de açúcar igual ou superior a 50 gr/L e inferior a 80 gr/L	Bebidas abrangidas pelo código NC 2202	87.º-C nº 2 al. c)	8,10	
	Bebidas abrangidas pelos códigos NC 2204, 2205, 2206 e 2208	87.º-C nº 2 al. c)		
teor de açúcar igual ou superior a 80 gr/L	Bebidas abrangidas pelo código NC 2202	87.º-C nº 2 al. d)	20,26	
	Bebidas abrangidas pelos códigos NC 2204, 2205, 2206 e 2208	87.º-C nº 2 al. d)		
teor de açúcar inferior a 25 gr/L	Concentrados, sob a forma de xarope ou outra forma líquida, de pó, grânulos ou outras formas sólidas, destinados à preparação de bebidas previstas nas alíneas anteriores, nas instalações do consumidor final ou de retalhista	Sob a forma de xarope ou outra forma líquida	87.º-C nº 2 al. e) i)	6,08
teor de açúcar igual ou superior a 25 gr/L e inferior a 50 gr/L			36,47	
teor de açúcar igual ou superior a 50 gr/L e inferior a 80 gr/L			48,62	
teor de açúcar igual ou superior a 80 gr/L			121,56	
teor de açúcar inferior a 25 gr/L	Concentrados, sob a forma de xarope ou outra forma líquida, de pó, grânulos ou outras formas sólidas, destinados à preparação de bebidas previstas nas alíneas anteriores, nas instalações do consumidor final ou de retalhista	Sob a forma de pó, grânulos ou outras formas sólidas	87.º-C nº 2 al. e) ii)	10,13
teor de açúcar igual ou superior a 25 gr/L e inferior a 50 gr/L				60,78
teor de açúcar igual ou superior a 50 gr/L e inferior a 80 gr/L				81,04
teor de açúcar igual ou superior a 80 gr/L				202,61

**Fonte:** Elaboração própria

Artigo 87.º- C do CIEC alterado pelo Artigo 294.º da Lei n.º 12/2022 - Diário da República n.º 122/2022, Série I de 2022-06-27, em vigor a partir de 2022-06-28

**Quadro 7 - Base tributável e taxas do Fat Tax para 2023**

Bebidas não alcoólicas (para consumo humano) - 2023		Artigo CIEC	EUR / hl	
teor de açúcar inferior a 25 gr/L	Bebidas abrangidas pelo código NC 2202	87.º-C nº 2 al. a)	1,05	
	Bebidas abrangidas pelos códigos NC 2204, 2205, 2206 e 2208, com um teor alcoólico superior a 0,5% vol. e inferior ou igual a 1,2% vol.	87.º-C nº 2 al. a)		
teor de açúcar igual ou superior a 25 gr/L e inferior a 50 gr/L	Bebidas abrangidas pelo código NC 2202	87.º-C nº 2 al. b)	6,32	
	Bebidas abrangidas pelos códigos NC 2204, 2205, 2206 e 2208	87.º-C nº 2 al. b)		
teor de açúcar igual ou superior a 50 gr/L e inferior a 80 gr/L	Bebidas abrangidas pelo código NC 2202	87.º-C nº 2 al. c)	8,42	
	Bebidas abrangidas pelos códigos NC 2204, 2205, 2206 e 2208	87.º-C nº 2 al. c)		
teor de açúcar igual ou superior a 80 gr/L	Bebidas abrangidas pelo código NC 2202	87.º-C nº 2 al. d)	21,07	
	Bebidas abrangidas pelos códigos NC 2204, 2205, 2206 e 2208	87.º-C nº 2 al. d)		
teor de açúcar inferior a 25 gr/L	Concentrados, sob a forma de xarope ou outra forma líquida, de pó, grânulos ou outras formas sólidas, destinados à preparação de bebidas previstas nas alíneas anteriores, nas instalações do consumidor final ou de retalhista	Sob a forma de xarope ou outra forma líquida	87.º-C nº 2 al. e) i)	6,32
teor de açúcar igual ou superior a 25 gr/L e inferior a 50 gr/L				37,93
teor de açúcar igual ou superior a 50 gr/L e inferior a 80 gr/L				50,56
teor de açúcar igual ou superior a 80 gr/L				126,42
teor de açúcar inferior a 25 gr/L	Concentrados, sob a forma de xarope ou outra forma líquida, de pó, grânulos ou outras formas sólidas, destinados à preparação de bebidas previstas nas alíneas anteriores, nas instalações do consumidor final ou de retalhista	Sob a forma de pó, grânulos ou outras formas sólidas	87.º-C nº 2 al. e) ii)	10,54
teor de açúcar igual ou superior a 25 gr/L e inferior a 50 gr/L				63,21
teor de açúcar igual ou superior a 50 gr/L e inferior a 80 gr/L				84,28
teor de açúcar igual ou superior a 80 gr/L				210,71

Fonte: Elaboração própria

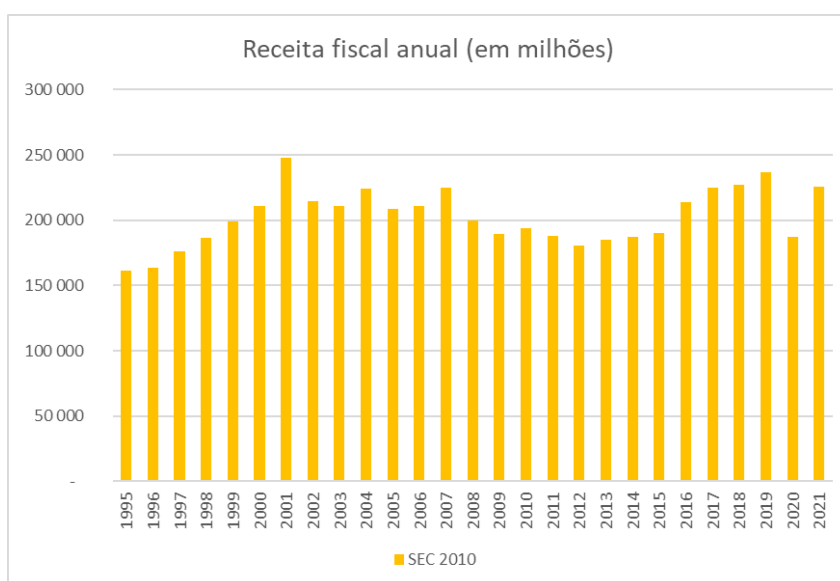
Artigo 87.º- C do CIEC alterado pelo Artigo 243.º da Lei n.º 24-D/2022 - Diário da República n.º 251/2022, 2º Suplemento, Série I de 2022-12-30, em vigor a partir de 2023-01-01



### 3.4. O impacto do *Fat Tax* nas receitas fiscais

A receita total do IABA, em Portugal, segundo os últimos dados disponibilizados pela Comissão Europeia, relativamente ao período compreendido de 1995 a 2021, sofreu uma quebra em 2020, repondo em 2021, a receita fiscal de 225.539M€, para os valores aproximados de 2017, conforme se pode observar no gráfico 1.

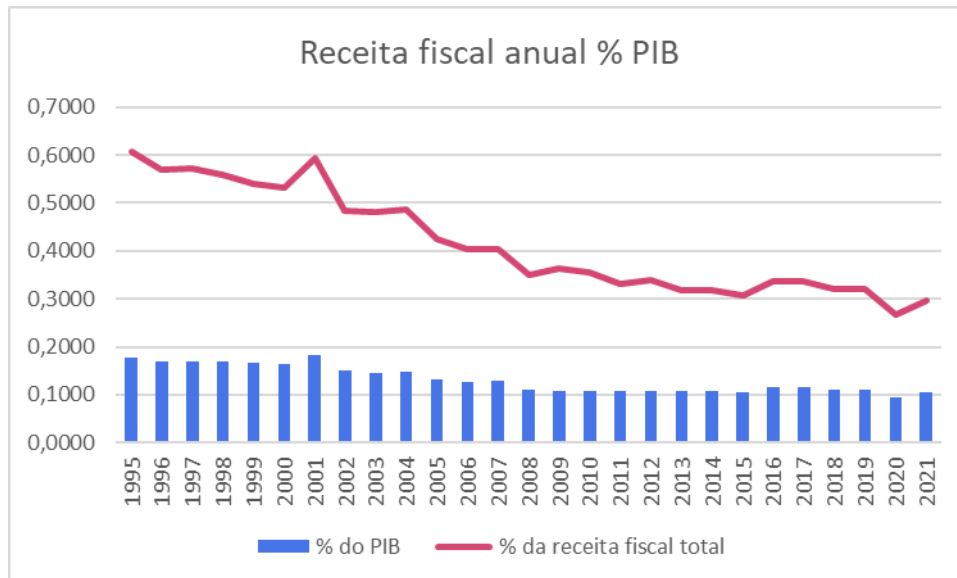
**Gráfico 1 – Análise Receita Fiscal Total Anual de Portugal – IABA (M€)**



**Fonte:** Elaboração própria com base no site da Comissão Europeia in <https://ec.europa.eu>, em 07 julho 2023.

Analisamos a evolução da receita fiscal do IABA relativamente à sua percentagem de contribuição quer em relação ao PIB quer à sua percentagem relativamente ao total de receitas fiscais. Verificamos que apesar de apresentar um recuo em 2019-2020 face a 2017, ano de início da tributação do *fat tax*, a receita fiscal do IABA aumentou em 2021, conforme se pode observar no gráfico 2.

**Gráfico 2 – Relação Receita Fiscal Anual %PIB e % Total IABA**



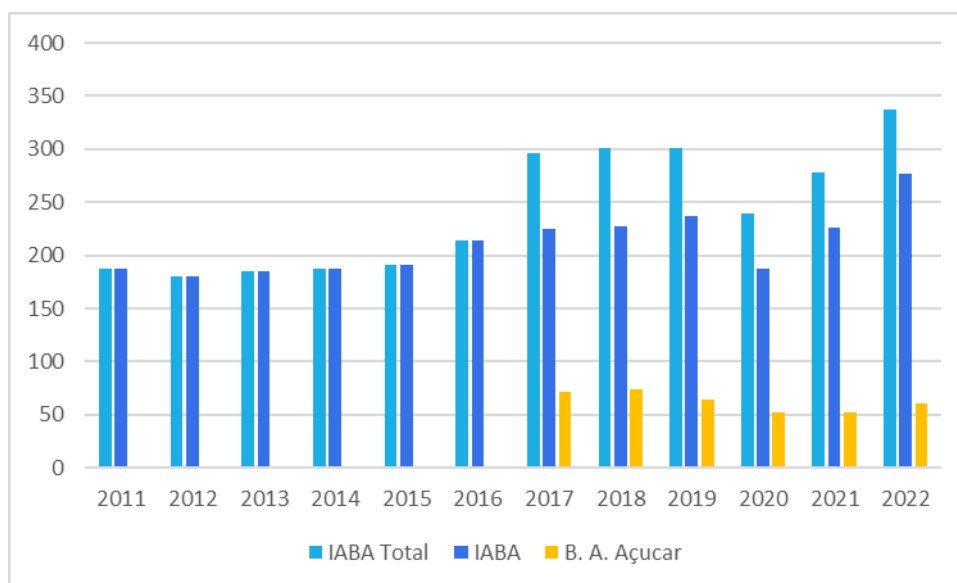
**Fonte:** Elaboração própria com base no site da Comissão Europeia in <https://ec.europa.eu>, em 07 julho 2023.

Inicialmente em 2017, de acordo com os dados publicados pelo INE, a receita com o IABA subiu cerca de 83 milhões de euros devido à introdução do novo imposto sobre as bebidas adicionadas de açúcar ou outros edulcorantes, ou seja, as BNA, a contribuir para o crescimento da receita fiscal em cerca de 70 milhões de euros nesse primeiro ano.

Verificamos que em 2020, segundo a mesma fonte, a receita de outros impostos indiretos diminuiu 70,5 milhões de euros com uma variação de (-2,2%) face ao período homólogo, refletindo sobretudo a descida da receita proveniente do imposto sobre o álcool e as bebidas alcoólicas (incluindo as BA), que decresceu 19,8% em -59,6 milhões de euros.

Contrariamente em 2021, o comportamento da receita de outros impostos indiretos, subiu em 62,7 milhões de euros, com uma variação de 2% face ao período homólogo, refletindo sobretudo o aumento da receita proveniente do imposto sobre o álcool e as bebidas alcoólicas (incluindo as BA), que cresceu 16%, em +38,4 milhões de euros, conforme gráfico 3.

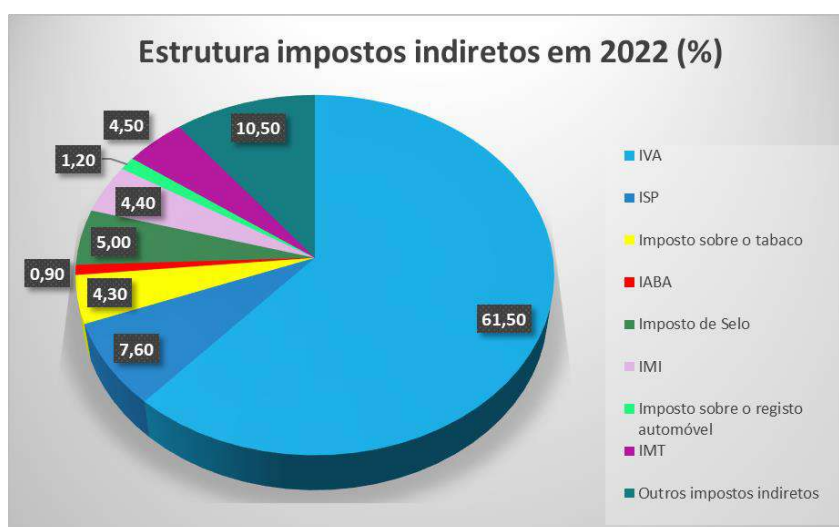
**Gráfico 3 – Análise Receita Fiscal Anual IABA e Bebidas Adicionadas de Açúcar (2011-2022)**



**Fonte:** Elaboração própria com base no site do INE in [www.ine.pt](http://www.ine.pt), em 07 julho 2023.

Segundo a mesma fonte, medimos a contribuição da receita fiscal do IABA de 0,9% para a totalidade da receita fiscal apurada de impostos indiretos em 2022, portanto, um valor muito residual, conforme gráfico 4.

**Gráfico 4 – Contribuição IABA para a Receita Fiscal – 2022**



**Fonte:** Elaboração própria com base no site do INE in [www.ine.pt](http://www.ine.pt), em 07 julho 2023.

Concluimos que apesar da queda verificada em 2020, a receita fiscal do IABA retomou o seu nível de crescimento até 2022.

Relativamente ao *fat tax* (imposto sobre as bebidas adicionadas de açúcar), verificamos um aumento da receita fiscal até 2018, seguindo uma trajetória de descida até 2021, com uma ligeira recuperação em 2022 face ao seu período inicial de 2017, conforme podemos observar na tabela 4.

**Tabela 4 – Impacto na Receita Fiscal IABA das BNA 2011-2022 (M€)**

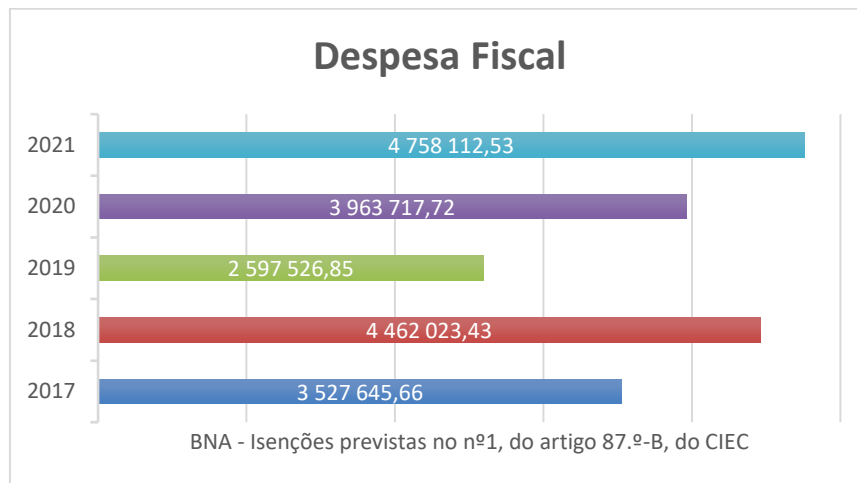
Código	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
D2122CB	0,665	0,412	0,994	0,488	0,351	0,41	0,411	0,538	0,698	0,818	0,882	0,99
D2122CC	65,615	34,887	43,769	41,148	43,701	44,367	47,058	44,974	52,798	30,905	37,047	45,105
D2122CD	4,269	3,658	4,173	5,672	5,512	6,324	7,383	8,017	7,585	7,613	9,222	11,309
D214AB	0,014	0,059	0,085	0,119	0,019	0,015	0,02	0,038	0,059	0,019	0,023	0,028
D214AC	43,739	71,045	64,336	72,463	71,18	85,632	87,85	92,046	90,129	73,804	88,818	108,963
D214AD	73,348	70,21	71,321	67,417	69,759	76,866	82,386	81,767	85,607	74,41	89,547	109,857
Total receita fiscal sobre álcool e bebidas alcoólicas (incluido cerveja)	187,65	180,271	184,678	187,307	190,522	213,614	225,108	227,38	236,876	187,569	225,539	276,252
D2122CF	0	0	0	0	0	0	16,002	18,732	19,232	15,108	15,034	17,528
D214AF	0	0	0	0	0	0	55,434	55,306	44,659	37,167	36,953	43,434
Total receita fiscal sobre bebidas adicionadas de açúcar ou outros edulcorantes	0	0	0	0	0	0	71,436	74,038	63,891	52,275	51,987	60,962
Total	187,65	180,271	184,678	187,307	190,522	213,614	296,544	301,418	300,767	239,844	277,526	337,214

**Fonte:** Elaboração própria com base no site do INE in [www.ine.pt](http://www.ine.pt), em 07 de julho 2023.

A despesa fiscal do imposto está relacionada com as isenções que constam do artigo 87.º-B, do CIEC, onde se incluem os produtos elencados no ponto 3.2 deste trabalho. Segundo dados estatísticos recolhidos do portal das finanças podemos concluir que a despesa do Estado com este imposto fixou-se em 3.527.645,66 € no primeiro ano de implementação do imposto e de 4.758.112,53, em 2021, no último ano de informação disponível.

Verificamos um aumento da despesa fiscal de 2019 a 2021 relativamente às isenções previstas no n.º 1 do artigo 87.º-B, do CIEC sobre as bebidas não alcoólicas, conforme gráfico 5.

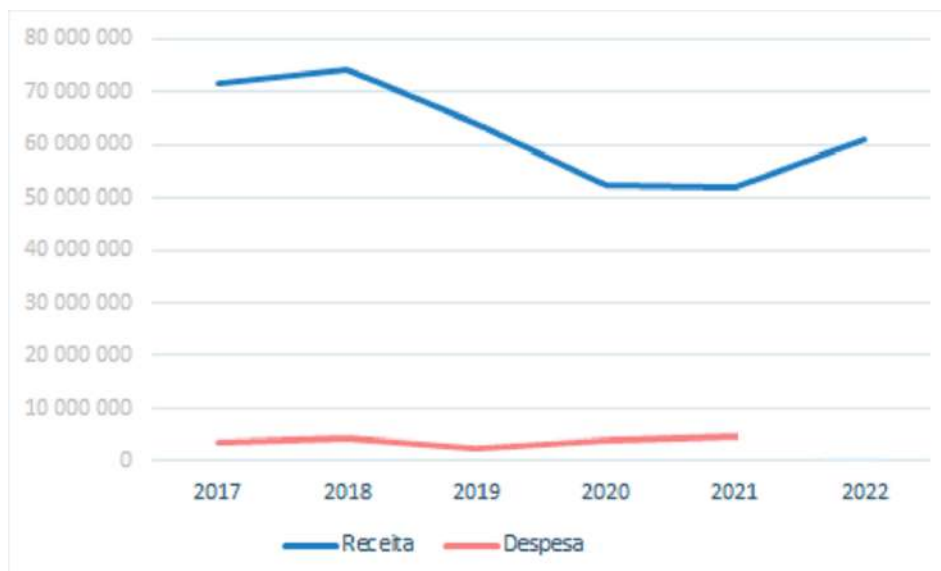
**Gráfico 5 – Despesa Fiscal de BNA de 2017 a 2021**



**Fonte:** Elaboração própria com base no site da Autoridade Tributária e Aduaneira <https://info.portaldasfinancas.gov.pt/>, em 30 junho 2023.

Comparativamente, podemos observar a evolução da receita fiscal do *fat tax* que após um período de estagnação em 2020-2021 está em crescente, em 2022, enquanto a despesa fiscal que se mantém em crescente desde 2019 até 2021, conforme gráfico 6.

**Gráfico 6 – Comparação Receita e Despesa Fiscal – BNA (M€)**



**Fonte:** Elaboração própria com base no site do INE in [www.ine.pt](http://www.ine.pt), em 07 julho 2023.

## 4. Capítulo – Metodologia de investigação

De seguida apresentamos a metodologia utilizada ao longo da dissertação, desde a escolha do instrumento de recolha de dados, passando pela seleção e caracterização da amostra e terminando com o processo de recolha e modelo de análise dos dados. Como instrumento de recolha de dados foram utilizados a análise documental e o inquérito por questionário. Para o tratamento dos dados recolhidos foram utilizadas a análise de conteúdo e a análise estatística. Seguidamente, apresentamos a questão e os objetivos da investigação.

### 4.1 Questão e objetivos da investigação

Pretendemos com esta investigação estudar, compreender e explicar o impacto do imposto *fat tax* na economia, nas empresas e nos hábitos do consumidor português. Para o efeito, recolhemos dados mediante a administração de um inquérito por questionário para respondermos às questões que formulamos inicialmente.

O nosso estudo pretende contribuir, por um lado, para uma melhor compreensão de algumas questões relacionadas com o *fat tax*, e, por outro lado, para apoiar a aplicação deste imposto, pelo que apresentamos sugestões que tragam mais resultados na saúde.

A nossa investigação é motivada também pela conjugação de várias componentes abordadas nos diversos estudos da revisão da literatura e procura ir ao encontro das nossas questões, nomeadamente, averiguar se a tributação das BA será realmente vantajosa para as empresas e para a saúde do consumidor, quantificar e analisar a evolução da carga fiscal deste tipo de tributação e, por outro lado, posicionar o *fat tax* no âmbito dos impostos sobre o consumo. Assim, formulamos a nossa questão de partida:

**“Qual o impacto do *fat tax* na economia, nas empresas e nos hábitos do consumidor português?”**

De acordo com a questão que forma o nosso ponto de partida da investigação, os nossos objetivos passam por:

- a) identificar quais os produtos que estão abrangidos pelo *fat tax*;

- b) Verificar o peso da receita do *fat tax* na receita fiscal total;
- c) analisar se o *fat tax* teve implicação na produção e procura dos bens objeto de tributação;
- d) avaliar se o *fat tax* induz a uma diminuição do consumo dos produtos objeto de tributação;
- e) perceber a opinião dos cidadãos e das empresas sobre o *fat tax*.

Assim, de forma a atingir os objetivos propostos, definimos questões de investigação auxiliares da pesquisa:

- i. Qual o posicionamento dos inquiridos sobre o *fat tax*?
- ii. Quais os produtos que estão abrangidos pelo *fat tax*?
- iii. Qual o impacto na receita fiscal decorrente do *fat tax*?
- iv. Quais as alterações nos hábitos do consumidor português relativamente aos produtos sujeitos ao *fat tax*?
- v. Quais as consequências nas empresas que produzem ou transacionam os produtos sujeitos ao *fat tax*?

Com o nosso estudo, pretendemos obter informação acerca de atitudes, opiniões, dados demográficos, condições e procedimentos dos cidadãos e das empresas relativamente a este imposto.

As nossas hipóteses de investigação que são apresentadas de seguida surgem na sequência das questões que formam o ponto de partida da investigação e são fundamentadas com base na revisão de literatura feita, ou seja, em estudos semelhantes realizados anteriormente.

H1: Os consumidores têm conhecimento do imposto, consideram-no justo e harmonizado com a UE;

H2: As empresas têm conhecimento do imposto, consideram-no justo e harmonizado com a UE;

H3: Os consumidores preferem diminuir o imposto *Fat Tax*;

H4: As empresas preferem diminuir o imposto *Fat Tax*;

H5: A saúde e o nível de educação dos consumidores influenciam as suas escolhas na opção de produtos mais saudáveis;

H6: A probabilidade de comorbilidades é mais dissuasora, na escolha do consumidor relativamente aos produtos sujeitos ao *fat tax*, do que a penalização com a tributação fiscal;

H7: A classe social a que pertence o consumidor influencia o seu comportamento relativamente aos produtos sujeitos ao imposto *fat tax*;

H8: A informação e a educação influenciam a opinião acerca do imposto *fat tax* e o comportamento na compra de produtos sujeitos a esse imposto;

H9: As empresas verificaram uma diminuição nas vendas em consequência da aplicação deste imposto;

H10: As receitas do imposto *fat tax* devem ser canalizadas para outros fins;

H11: O sector onde a empresa opera influencia a sua opinião quanto à tributação deste imposto; e

H12: As empresas ajustaram a sua estratégia de venda para contrariar o efeito da tributação.

## 4.2 Identificação da amostra

A seleção dos elementos da amostra pode ser efetuada segundo duas técnicas: a probabilística e a não probabilística. Na técnica de amostragem probabilística os elementos da população são selecionados de modo que cada um tenha uma probabilidade real (conhecida e não nula) de ser incluído na amostra, contrariamente à técnica de amostragem não probabilística em que as amostras são selecionadas com base em um ou mais critérios definidos pelo investigador tendo em conta os objetivos do estudo empírico. Assim, na amostragem não probabilística não está garantida uma probabilidade conhecida e não nula de cada elemento da população ser incluído na amostra (Carmo & Ferreira, 1998).

No nosso estudo qualitativo, o procedimento de seleção da amostra foi feito através de amostragem probabilística. Tendo em vista assegurar a adequação da amostra aos objetivos estabelecidos, a técnica de seleção da amostra utilizada foi a amostragem aleatória simples, pois permite fazer projeções, inferências e generalizar conclusões sobre a população alvo da



qual a amostra foi retirada. Este tipo de amostragem, também designada de simples ao acaso, casual, elementar, randômica etc., é equivalente a um sorteio da lotaria, sendo que, todos os elementos da população têm igual probabilidade de pertencer à amostra e todas as possíveis amostras têm igual probabilidade de ocorrer (Ricardo & Guimarães, 2007).

#### 4.3 Instrumento de recolha de dados

Existem três grupos de técnicas de pesquisa, designadas também por instrumentos de recolha de dados: o inquérito (por questionário ou entrevista); a observação (que pode assumir uma forma direta, sistemática ou participante) e a análise documental (Lessar-Herbert et al, 1990). O método de pesquisa de inquérito por questionário é um instrumento de recolha de dados de baixo custo de distribuição por uma área geográfica relativamente alargada e que permitiu a obtenção de dados em tempo reduzido e a confidencialidade das respostas. Segundo Oliveira & Ferreira (2014) “o conhecimento científico constrói-se com base na realidade, nos factos” (p. 109). Os problemas são identificados e formulados com base na realidade e as soluções testadas e verificadas na realidade pelos factos. Daí que a recolha de dados seja uma das fases do processo de pesquisa muito importante. De acordo com este autor é na observação que se inicia o contacto direto com a realidade e com os factos. As observações podem ser classificadas em três tipos: 1) observação direta; 2) observação documental; e, 3) observação com recurso a inquérito.

Atendendo aos objetivos do nosso estudo, vamos utilizar como instrumento de recolha de dados o inquérito por questionário online. Esta técnica de recolha de dados não documentais permitiu recolher informação, sobre a forma de conhecimento, valores, atitudes e comportamentos de uma amostra representativa do universo a observar.

Consideramos que este método é utilizado com frequência em estudos à área da economia (Bogdan & Biklen, 1994) e, por isso, relevante para avaliarmos o impacto do *fat tax* nesta pesquisa científica.

Nos questionários devemos respeitar os seus procedimentos, tais como: definir rigorosamente os objetivos; formular hipóteses e questões orientadoras, identificar as

variáveis relevantes, selecionar a amostra adequada de inquiridos, elaborar o instrumento em si, testá-lo e administrá-lo para depois poder analisar os resultados (Carmo & Ferreira, 2008).

Esta técnica de recolha de dados é padronizada tanto no texto das questões e das respostas como na sua ordem pois só assim se assegura a comparabilidade das respostas de todos os inquiridos (Oliveira & Ferreira, 2014). Contudo, a construção de questionários não é uma tarefa simples, mas, tem a vantagem de ser fácil interrogar um elevado número de pessoas num espaço de tempo relativamente curto e por isso existe uma maior rapidez na recolha de dados e uma maior simplicidade de análise dos mesmos.

Este tipo de instrumento de recolha de dados exige bastante atenção aos detalhes e consequentemente, obriga-nos a ser cuidadosos tanto na forma como se formulam as questões como na própria apresentação do questionário, daí que, devemos ter em atenção: 1) o que perguntar; 2) as respostas (Oliveira & Ferreira, 2014). Existem alguns fatores a ter em conta aquando da elaboração dos inquéritos por questionário, como algumas regras a seguir por exemplo devemos formular questões de forma pessoal, direta e neutra (sem indiciar respostas) e, se possível fechadas, que incluam todos os pontos a questionar e que sejam compreensíveis para os respondentes. Porém, não devemos formular questões ambíguas que possam conduzir a mais do que um significado, ou que originem interpretações diferentes, ou questões que obriguem a cálculos ou a um grande esforço de memória ou questões indiscretas (Oliveira & Ferreira, 2014).

Na construção de um questionário podemos utilizar questões abertas ou fechadas. As questões abertas têm a vantagem de poderem dar mais informação. Frequentemente dão informação mais rica e detalhada e algumas vezes informação inesperada, no entanto, as questões abertas tem a desvantagem de interpretação das respostas, de ser preciso despender muito tempo para codificar as respostas, sendo as respostas mais difíceis de analisar estatisticamente e a sua análise requer muito tempo. Já as questões fechadas têm a vantagem de facilmente podermos aplicar análises estatísticas para analisar as respostas fazendo uso de programas mais sofisticados. No entanto, têm a desvantagem da informação obtida nas respostas ser pouco rica e conduzir a conclusões demasiado simples (Hill & Hill, 1998).

Obedecendo a estes princípios, elaborámos o inquérito por questionário, que se encontra em apêndice I, e com o qual pretendemos avaliar o impacto do *fat tax* na economia, nas empresas e nos hábitos do consumidor português como temos vindo a referir, com perguntas fechadas.

#### 4.4 Procedimentos associados ao inquérito por questionário

No campo da investigação qualitativa, os procedimentos e técnicas de análise adotados fundamentam-se, frequentemente, na abordagem pessoal interpretativa e criativa dos investigadores. Contudo, em ambos os casos, a análise dos dados inicia-se com a redução desses dados. Para este projeto de investigação utilizamos a pesquisa qualitativa, uma metodologia de pesquisa exploratória, não estruturada, baseada em pequenas amostras que proporciona percepções e compreensão do contexto do problema (Malhotra, 2019). O objetivo da pesquisa qualitativa é proporcionar ideias e entendimento do ambiente do problema (Malhotra, 2019). Assim, o nosso estudo privilegia a análise qualitativa pela possibilidade de obter uma melhor compreensão e captar em profundidade a temática em estudo além de recolher dados consideráveis de uma amostra representativa do universo.

O nosso inquérito foi implementado e disponibilizado com recurso à plataforma *Google*™ através do *Google Forms*, tendo sido testado relativamente à sua aplicabilidade e eficácia através de um pré-teste em 15/07/2019.

Com o propósito de obter uma amostra com o maior número de respostas possível, o questionário foi divulgado por via dos serviços de e-mail, e também através da rede social Facebook (ver Apêndice II).

O questionário esteve disponível para preenchimento na plataforma *Google Forms* no período que decorreu de 24/09/2019 a 26/10/2019, sendo que, durante esse período reforçamos a sua divulgação.

#### 4.5 Estrutura e justificação do inquérito por questionário

O nosso questionário encontra-se dividido em duas partes, sendo difundido em partes distintas para o consumidor e para as empresas (ver Apêndice I). Na primeira parte do

questionário, procedemos à recolha de informação sobre o consumidor e das entidades inquiridas com o intuito de podermos efetuar a caracterização da amostra recolhida.

Na segunda parte do inquérito pretendemos obter informações sobre o conhecimento deste imposto, ou seja, a perceção dos consumidores e das empresas acerca deste imposto, bem como, a forma como obtiveram conhecimento do mesmo, a sua repercussão na saúde e suas consequências.

Subdividimos as nossas questões do inquérito para um melhor entendimento em oito partes, cinco para o consumidor e 4 para as empresas, conforme tabela 5 infra:

**Tabela 5 – Relação de questões e hipóteses de estudo**

<b>PARTE</b>	<b>QUESTÕES</b>	<b>HIPOTESES</b>
<b>I</b>	Dados pessoais	Caracterização da amostra e serve de suporte e complemento das partes seguintes. Na parte dos indivíduos, são efetuadas questões relacionadas com a idade, sexo, estado civil, dependentes, área de profissão, classe social, as habilitações literárias e residência fiscal. Na parte dos dados destinados à identificação da amostra das empresas compreende uma questão relacionada com o Código da Atividade Económica (CAE) da empresa.
<b>II</b>	Conhecimento do imposto por parte dos consumidores portugueses e o seu comportamento face a essa tributação está contemplado nos pontos 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 2.6 e 4.7.	H1: Os consumidores têm conhecimento do imposto, consideram-no justo e harmonizado com a EU; H7: A classe social a que pertence o consumidor influencia o seu comportamento relativamente aos produtos sujeitos ao imposto <i>fat tax</i> ; H8: A informação e a educação influenciam a opinião acerca do imposto <i>fat tax</i> e o seu comportamento na compra de produtos sujeitos a esse imposto, sendo fundamental a classe social e a educação da Parte I do questionário.
<b>III</b>	Relacionamento do imposto por parte dos consumidores portugueses e o seu comportamento relativamente à saúde contemplado nos pontos 2.7, 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 4.1, 4.4, 4.5 e 4.6. A elaboração deste grupo de questões teve como principal objetivo testar a nossa	H5: A saúde e o nível de educação dos consumidores influenciam a escolhas dos próprios consumidores na opção de produtos mais saudáveis; H6: A probabilidade de comorbilidades é mais dissuasora, na escolha do consumidor relativamente aos produtos sujeitos ao <i>fat tax</i> , do que a penalização com a tributação fiscal.
<b>IV</b>	Preferências na tributação do <i>fat tax</i> por parte dos consumidores portugueses contemplado nos pontos 2.8, 2.9, 2.10, 2.11, 2.12, 3.4, 3.5, 4.2 e 4.3.	H3: Os consumidores preferem diminuir ou aumentar o imposto <i>Fat Tax</i> ? e a nossa H10: As receitas do imposto <i>fat tax</i> devem ser canalizadas para outros fins.
<b>V</b>	Preferências nas BA e BNA por parte dos consumidores portugueses e a sua relação com a saúde, contemplado nos pontos 4.3, 4.4 e 4.5.	H6: A probabilidade de comorbilidades é mais dissuasora, na escolha do consumidor relativamente aos produtos sujeitos ao <i>fat tax</i> , do que a penalização com a tributação fiscal.

PARTE	QUESTÕES	HIPOTÉSES
VI	Conhecimento do imposto por parte das empresas e o seu comportamento face a essa tributação contemplado nos pontos 2.1, 2.2, 2.9.	H2: As empresas têm conhecimento do imposto, consideram-no justo e harmonizado com a EU; H11: O sector onde a empresa opera influencia a sua opinião quanto à tributação deste imposto, sendo fundamental classificação do CAE da Parte I do questionário.
VII	Preferências na tributação do <i>fat tax</i> por parte das empresas portuguesas contemplado nos pontos 2.3, 2.4, 2.5 e 2.11.	H4: As empresas preferem diminuir ou aumentar o imposto <i>Fat Tax</i> ; H10: As receitas do imposto <i>fat tax</i> devem ser canalizadas para outros fins.
VIII	Conhecimento do imposto por parte das empresas e o seu comportamento face a essa tributação contemplado no ponto 2.6, 2.7, 2.8, 2.10.	H9: As empresas verificaram uma diminuição nas vendas em consequência da aplicação deste imposto; H12: As empresas ajustaram a sua estratégia de venda para contrariar o efeito da tributação, sendo fundamental classificação do CAE da Parte I do questionário.

Relacionamos o nosso questionário com as nossas hipóteses de estudo e a nossa revisão de literatura. A tabela 6 seguinte, relaciona o conteúdo da segunda parte do nosso inquérito por questionário com a revisão de literatura efetuada e as hipóteses formuladas.

**Tabela 6 - Correspondência das questões com as hipóteses de investigação e estudos anteriores nos Consumidores**

Nº	Parte do inquérito	Hip.	Questão do inquérito	Objetivo	Tópico da Revisão	Autor
2.1	II	H1; H7; H8	O ano de 2017 ficou marcado pela introdução do imposto <i>Fat Tax</i> que incide sobre bebidas não alcoólicas. Tem conhecimento deste imposto?	Aferir o conhecimento dos inquiridos acerca do conhecimento do imposto <i>fat tax</i> sobre BNA (Artigo 87.º-A do CIEC)	2.1; 2.2	Fletcher, Frisvold, & Tefft (2010)
2.2	II	H1; H7; H8	Indique como tomou conhecimento deste imposto: jornais, televisão, internet, rádio, outros	Aferir o conhecimento dos inquiridos acerca do conhecimento e divulgação do imposto <i>fat tax</i> sobre BNA (Artigo 87.º-A do CIEC)	1.1; 2,1; 2.2	Thow et al., (2010)

Nº	Parte do inquérito	Hip.	Questão do inquérito	Objetivo	Tópico da Revisão	Autor
2.3	II	H1; H7; H8	Em que medida está satisfeito com a tributação das bebidas não alcoólicas?	Analisar o grau de satisfação dos consumidores relativamente à tributação de BNA - Artigo 87.º-A do CIEC	1.1; 2.1; 2.2	Alston et al. (2016)
						Thow et al., (2010)
						Bonnet & Requillart (2011) e (2013)
						Colchero, Popkin, Rivera e Ng (2016)
						Cremer et al. (2016)
						Tamir et al. (2018)
2.4	II	H1; H7; H8	Como classifica este imposto? nada justo a extremamente justo	Recolher informação sobre a opinião dos consumidores acerca do <i>fat tax</i> - Artigo 87.º-A do CIEC	2.1	Alston et al., (2016)
						Bonnet & Requillart, (2011)
						Colchero, Popkin, Rivera, & Ng, (2016)
						Hruby & Hu, (2015)
						Tamir et al., (2018)
2.5	II	H1; H7; H8	Na sua opinião, este imposto é semelhante ou distinto dos restantes Estados Membros da União Europeia?	Analisar a opinião do consumidor acerca de harmonização do imposto entre EM	1.1; 2.1; 2.2	Thow et al., (2018)
						International Tax and Investment Center & Oxford Economics, (2013)
						González-Zapata et al., (2007)
						Griffith et al., (2018)
						Lin et al., (2011)
						Sassi et al., (2013)

Nº	Parte do inquérito	Hip.	Questão do inquérito	Objetivo	Tópico da Revisão	Autor
2.6	II	H1; H7; H8	Na sua perspetiva, este imposto devia aumentar, diminuir ou manter-se?	Recolher informação sobre a opinião dos consumidores acerca do <i>fat tax</i> - Artigo 87.º-A do CIEC	2.2	An Roinn Sláinte, (2016)
						Andreyeva, Long, & Brownell, (2010)
						Brownell et al., (2009)
						Finkelstein, (2010)
						O. T. Mytton et al., (2012)
						Sharma, Hauck, Hollingsworth, & Siciliani, (2014)
2.7	III	H5; H6	A maioria das pessoas afirma que, apesar de potenciar a redução da obesidade e ser benéfico à saúde da população, este imposto limita-se a uma política de arrecadação de receita fiscal.	Analisar a perceção do consumidor do conhecimento fiscal sobre a finalidade do imposto sobre BNA	1.1; 2.1; 2.2	Afonso & Afonso, (2018)
						Allais et al., (2015)
						Comissão Europeia, (2016)
						Cutler (1995)
						Griffith, O'Connell, & Smith (2018)
						Hagenaars, Jeurissen, & Klazinga, (2017)
						Hagenaars, Jeurissen, & Klazinga, (2017)
						Härkänen et al., (2014)
						Hruby & Hu (2015)
						Kelly et al (2008)
Lin, Smith, Lee e Hall (2011)						
OMS (2015)						

Nº	Parte do inquérito	Hip.	Questão do inquérito	Objetivo	Tópico da Revisão	Autor
2.8	IV	H3; H10	A receita deste imposto está canalizada para o sistema nacional de saúde (SNS), para financiamento do combate a doenças provocadas pelo consumo de alimentos ricos em gorduras e açúcares, concorda ou discorda?	Analisar a percepção do consumidor do conhecimento fiscal sobre a finalidade do imposto sobre BNA	2.2	Thow (2015)
						Baker & Brechling (1992)
						Brownell et al (2009)
						Dobbs et al. (2014)
						Hagenaars, Jeurissen, & Klazinga, (2017)
						Nabais (2017)
						Saw & Rajan (1997)
						Tamir et al. (2018)
2.9	IV	H3; H10	Na sua opinião, a receita arrecadada do imposto deve ser aplicada no SNS em subsídios e incentivos ao consumo de alimentos saudáveis e em programas de educação em saúde ou outros?	Analisar a percepção do consumidor do conhecimento fiscal sobre a finalidade do imposto sobre BNA	2.1; 2.2	Thow, (2015)
						Alston et al., (2016)
						Alvarado et al., (2019)
						Colchero et al., (2016)
						Finkelstein, (2010)
						Images & Hales, (2010)
2.10	IV	H3; H10	Caso queira, deixe-nos sugestões de outros destinos a serem dados pela receita obtida do imposto. A sua opinião é importante nesta investigação!	Analisar a percepção do consumidor do conhecimento fiscal sobre a finalidade do imposto sobre BNA	2.1; 2.2	L. M. Powell et al., (2013)
						McMahan, Hampl, & Chikamoto, (2003)
						Miao et al., (2012)
						Powell et al., (2013)
						Sassi et al., (2013)



Nº	Parte do inquérito	Hip.	Questão do inquérito	Objetivo	Tópico da Revisão	Autor
2.1 1	IV	H3; H10	Indique o grau de concordância com as seguintes frases relativas à finalidade do imposto <i>Fat Tax</i> : reduzir a despesa na saúde pública, criar justiça social, reduzir a obesidade, reduzir o défice público, potenciar benefícios na saúde, financiar as despesas públicas, redistribuição da riqueza, estabilização macroeconómica, influência na afetação de recursos.	Analisar a perceção do consumidor do conhecimento fiscal sobre a finalidade do imposto sobre BNA	2.1; 2.2	An Roinn Sláinte, 2016
						Cutler, (1995)
						Griffith et al., (2018)
						Hagenaars, Jeurissen, & Klazinga, (2017)
						Lorenzi, 2004
						Nabais, (2017)
						Thow, (2015)
2.1 2	IV	H3; H10	Qual o nível de probabilidade de evasão fiscal que considera existir neste imposto?	Recolher informação sobre a opinião dos consumidores acerca do <i>fat tax</i> - Artigo 87.º-A do CIEC	2.2	Cawley & Frisvold, (2017)
						Roberto et al., (2015)
3.1	III	H5; H6	Considera que o consumo excessivo de BNA aumenta o risco: excesso de peso, diabetes, cáries dentárias, outras doenças?	Analisar a perceção do consumidor sobre as comorbilidades associadas às BNA	1.1; 2.1	Kelly et al., (2008)
						Hruby & Hu, (2015)

Nº	Parte do inquérito	Hip.	Questão do inquérito	Objetivo	Tópico da Revisão	Autor
3.2	III	H5; H6	Considera que o consumo de grandes quantidades de fast foods e outros alimentos processados ricos em gordura, amidos ou açúcares aumenta o risco de: excesso de peso, obesidade, diabetes, cáries dentárias, cancro, outras doenças?	Analisar a perceção do consumidor sobre as comorbilidades associadas aos alimentos ricos em gorduras e açúcares	1.1	Comissão das Comunidades Europeias, (2005) Brouns, (2015)
						Hruby & Hu, (2015)
						Kelly et al., (2008)
						Loef & Walach, (2012)
3.3	III	H5; H6	O que é para si mais importante: preço do produto, modo higiénico de embalamento, não conter açúcares/calorias adicionadas, com menos açúcares/calorias adicionadas, sabor, de abertura fácil, de fácil transporte, etiquetagem de alerta sobre a quantidade de açúcar, campanhas publicitárias acerca do produto, <i>pack</i> embalagem?	Analisar a opinião do consumidor relativa às qualidades dos produtos associados ao <i>fat tax</i>	2.2	Alvarado et al., (2019)
						International Tax and Investment Center & Oxford Economics, (2013)
						Le Bodo et al., (2016)
3.4	III	H5; H6	Considera que este imposto deve ser alargado a outros produtos menos nutritivos e ricos em gorduras saturadas?	Analisar a opinião do consumidor sobre alargar Artigo 87.º-do CIEC A a outros produtos insalubres	2.2;	Gordon-Larsen, Guilkey, & Popkin (2011)
	IV					H3; H10
		Organização Mundial de Saúde, (2016)				
		Sharma, Hauck, Hollingsworth, & Siciliani (2014)				

Nº	Parte do inquérito	Hip.	Questão do inquérito	Objetivo	Tópico da Revisão	Autor
3.5	IV	H3; H10	Na sua opinião, este imposto devia incidir em alguns destes alimentos: hambúrgueres, salgados, comida pré-preparada, batatas fritas, <i>snacks</i> , queijos, produtos feitos de farinha branca, como pão, massas e pizzas, bolos, doces, biscoitos e outros alimentos de padaria, confeitaria (doces), não tenho opinião/não sei responder	Analisar a opinião do consumidor sobre alargar Artigo 87.º-do CIEC A a outros produtos insalubres	1.1; 2.2	Alston et al., (2016) - 1.1
						Cnossen et al., (2005)
						Comissão Europeia, (2016)
						Gordon-Larsen, Guilkey, & Popkin, (2011)
						Mankiw, Weinzierl, & Yagan, (2009)
						Marron et al., (2015)
						Sornpaisarn et al., (2017)
						Thow et al., (2010)
						Thow et al., (2011)
						Thow et al., (2015)
Thow et al., (2018)						
4.1	III	H5; H6	O que considera mais importante quando compra BNA: preços baixos, promoção, oferta de produto atraente/variada, produto com menos açúcares/calorias (ex. <i>light</i> ), categorias semelhantes menos afetadas pelo imposto, formatos menores (ex: embalagens e grupagens de menor capacidade), marcas com preços mais reduzidos (ex: marcas de distribuição), produtos de qualidade mais elevada.	Analisar o efeito do Artigo 87.º-A do CIEC na compra de BNA	1.1	Cnossen et al., (2005)
						Comissão Europeia, (2016)
						Mankiw, Weinzierl, & Yagan, (2009)
						Sornpaisarn et al., (2017)
						Thow et al., (2010)
						Thow et al., (2011)
						Thow et al., (2015)
						Thow et al., (2018)

Nº	Parte do inquérito	Hip.	Questão do inquérito	Objetivo	Tópico da Revisão	Autor
4.2	IV	H3; H10	Que medidas suplementares é que considera mais importantes: redução destes produtos na escola, redução de máquinas de vending, implementação de mais dispensadores de água nas escolas, atividades físicas de promoção da saúde, isenção de imposto nas bebidas mais saudáveis.	Analisar o efeito do Artigo 87.º-A do CIEC na compra de BNA	1.1; 2.1; 2.2	Alston et al., (2016)
						Comissão Europeia, (2016)
						Dobbs et al., (2014)
						Fletcher, Frisvold, & Tefft (2010)
						González-Zapata et al. (2007)
						Härkänen et al., (2014)
						James & Kerr (2005)
						Marron et al., (2015)
						Roache & Gostin (2017)
						Thow et al., (2010)
Thow et al., (2018)						
4.3	IV	H3; H10	Após a introdução do imposto, alterou o seu consumo / compra de BNA?	Analisar o efeito do Artigo 87.º-A do CIEC na compra de BNA	2.2	Alston & Okrent, (2017)
						Briggs et al, (2013)
						Finkelstein et al., (2013)
						Gordon-Larsen, Guilkey, & Popkin, (2011)
	V	H6				Mann, (2008)
						Miao et al., (2013)
						O. Mytton, Gray, Rayner, & Rutter, (2007)
						Schwendicke & Stolpe, (2017)

Nº	Parte do inquérito	Hip.	Questão do inquérito	Objetivo	Tópico da Revisão	Autor
4.4	III	H5; H6	Qual o critério de escolha na compra de BNA: categorias semelhantes menos afetadas pelo imposto, formatos/embalagens menores, marcas com preços mais reduzidos, opções com menos açúcares / calorias, qualidade melhor, pack promocional (ex: leve 4 pague 3).	Analisar o efeito do Artigo 87.º-A do CIEC na compra de BNA	2.1; 2.2	Thow, (2015)
	V	H6				
4.5	III	H5; H6	Indique qual o produto que consome/compra mais vezes: água, água aromatizada / frutada, produto semelhante mais económico, produto semelhante mas com menor teor de açúcar (light), sumos à base de fruta, bebida premium / mixers, concentrados, outros não especificados	Analisar a preferência de compra do consumidor sobre os produtos associados às BNA	2.2	Thow, (2015)
	V	H6				Thow et al., (2010)
4.6	III	H5; H6	Verificou nos últimos dois anos um aumento do preço das suas BNA habituais?	Aferir o efeito do Artigo 87.º-A do CIEC no aumento de preços nas BNA	2.2	Andreyeva et al., (2010) Bonnet & Réquillart, (2013) Finkelstein, (2010) Mytton et al., (2012).

Nº	Parte do inquérito	Hip.	Questão do inquérito	Objetivo	Tópico da Revisão	Autor
4.7	II	H1; H7; H8	Entre as muitas opções possíveis, sabe quais as categorias de produtos associadas às BNA: águas aromatizadas ou frutadas, colas, sumos de fruta, refrigerantes de sumo (laranja, ananás, limão, etc), bebidas de extractos de lima-limão, bebidas à base de chá, tónicas, bitter (bebidas mais amargas), bebidas energéticas?	Aferir o conhecimento do consumidor acerca dos produtos abrangidos pelo Artigo 87.º-A do CIEC	2.3.2	World Cancer Research Fund Internacional, (2018)

A tabela 7 seguinte relaciona o conteúdo da segunda parte do nosso inquérito por questionário com a revisão de literatura efetuada – Empresas:

***Tabela 7 - Correspondência das questões com as hipóteses de investigação e estudos anteriores nas Empresas***

Nº	Parte do inquérito	Hip.	Questão do inquérito	Objetivo	Tópico da Revisão	Autor
2.1	VI	H2; H11	Como classifica este imposto? (Justo ou não Justo)	Recolher informação sobre a opinião das empresas acerca do <i>fat tax</i>	2.1	Colchero, Popkin, Rivera, & Ng, (2016)
						Alston et al., (2016)

Nº	Parte do inquérito	Hip.	Questão do inquérito	Objetivo	Tópico da Revisão	Autor
2.2	VI	H2; H11	Na sua opinião, este imposto é semelhante ou distinto dos restantes Estados Membros da União Europeia?	Aferir o conhecimento das empresas acerca do conhecimento do imposto entre EM	2.2	Thow et al., (2018)
						International Tax and Investment Center & Oxford Economics, (2013)
						González-Zapata et al., (2007)
						Griffith et al., (2018)
						Lin et al., (2011)
						Sassi et al., (2013)
						Tamir et al., (2018)
2.3	VI	H2; H11	Na sua perspetiva, este imposto devia aumentar, diminuir ou manter-se?	Analisar o grau de satisfação das empresas relativamente à tributação de BNA	1.1; 2.1	Cnossen et al., (2005)
						Mankiw, Weinzierl, & Yagan, (2009)
						Thow, et al., (2010)
2.4	VII	H4; H10	A maioria das pessoas afirma que, apesar de potenciar a redução da obesidade e ser benéfico à saúde da população, este imposto limita-se a uma política de arrecadação de receita fiscal.	Analisar a perceção das empresas do conhecimento fiscal sobre a finalidade deste imposto	2.2	Afonso & Afonso, (2018) Thow et al., (2018)
						Comissão Europeia, (2016) Cutler, (1995)
						Finkelstein (2010)
						Griffith et al., (2018)
						Hagenaars et al., (2017)
						Kelly et al., (2008) Lin et al., (2011)
						Lorenzi, 2004 Nabais, (2017)
						O. T. Mytton, Clarke, & Rayner (2012)
Palma, (2013)						

Nº	Parte do inquérito	Hip.	Questão do inquérito	Objetivo	Tópico da Revisão	Autor
2.5	VI	H2; H11	Indique o grau de concordância com as seguintes frases relativas à finalidade do imposto <i>Fat Tax</i> : reduzir a despesa na saúde pública; criar justiça social; reduzir a obesidade; reduzir o défice público; potenciar benefícios na saúde; financiar as despesas públicas; redistribuição da riqueza; estabilização macroeconómica ; influência na afetação de recursos.	Analisar a perceção das empresas do conhecimento fiscal sobre a finalidade deste imposto		Sassi et al., (2013)
						Saw & Rajan, (1997)
						Sornpaisarn et al., (2017)
						Tamir et al., (2010)
						Thow et al., (2011)
						Thow, (2015).
						Thow et al., (2018)
						Thow, Jan, Leeder, & Swinburn, (2010)
2.6	VIII	H9; H12	Qual o impacto deste imposto na sua empresa?	Aferir o efeito do Artigo 87.º-A do CIEC nas empresas portuguesas	2.2	Cawley & Frisvold (2017)
						International Tax and Investment Center & Oxford Economics (2013)
						Le Bodo, Paquette, & De Wals (2016)
						Roberto et al., (2015)
						Smed et al (2016)
						Tamir et al (2018)
						Vallgård et al., (2015)



Nº	Parte do inquérito	Hip.	Questão do inquérito	Objetivo	Tópico da Revisão	Autor
2.7	VIII	H9; H12	Que procedimento / medida tomou ou tenciona tomar para contrariar o efeito da tributação: desenvolvimento de novas embalagens; alteração de capacidade da embalagem; desenvolvimento de bebidas Premium; desenvolvimento de produtos semelhantes; potenciar benefícios na saúde; financiar as despesas públicas; redistribuição da riqueza	Analisar a influência da tributação sobre as BNA no processo produtivo das empresas em Portugal	2.1; 2.2	Alston et al., (2016)
						Colchero, Popkin, Rivera, & Ng, (2016)
						Vallgård et al., (2015)

Nº	Parte do inquérito	Hip.	Questão do inquérito	Objetivo	Tópico da Revisão	Autor
2.8	VIII	H9; H12	Face ao desenvolvimento de novos produtos, indique o grau de frequência tomada para cada opção: utilização de produtos / alimentos mais baratos; substituição de açúcares; redução da quantidade de açúcar; utilização de produtos / alimentos de qualidade superior; embalagem de capacidade mais reduzida; embalagem promocional; nova embalagem; nova estratégia de publicidade; rotulagem identificativa de percentagem de açúcares e matérias gordas.	Analisar a influência da tributação sobre as BNA no processo produtivo das empresas em Portugal	2.1; 2.2	Alvarado et al., (2019)
						Images & Hales, (2010)
2.9	VI	H2; H11	Qual o nível de probabilidade de evasão fiscal que considera existir neste imposto	Recolher informação sobre a opinião das empresas acerca do <i>fat tax</i>	2.2	Cawley & Frisvold, (2017)
						Roberto et al., (2015)

Nº	Parte do inquérito	Hip.	Questão do inquérito	Objetivo	Tópico da Revisão	Autor
2.10	VIII	H9; H12	Que medidas suplementares é que considera mais importantes: redução destes produtos na escola; redução de máquinas de <i>vending</i> , implementação de mais dispensadores de água nas escolas; atividades físicas de promoção da saúde.	Recolher informação sobre a opinião das empresas acerca do <i>fat tax</i>	1.1; 2.1; 2.2	Alston et al., (2016)
						Comissão Europeia, (2016)
						Dobbs et al., (2014)
						Fletcher, Frisvold, & Tefft (2010)
						González-Zapata et al., (2007)
						Marron et al., (2015)
						Roache & Gostin, (2017)
						Thow et al., (2018)
Thow, et al. (2010)						
2.11	VIII	H9; H12	Que outra solução considera relevantes para melhorar a saúde dos cidadãos? A sua opinião é importante para a nossa investigação!	Recolher informação sobre a opinião das empresas acerca do <i>fat tax</i>	2.1; 2.2	Alvarado et al (2019)
						Colchero, Popkin, Rivera, & Ng, (2016)
						Alston et al., (2016)

#### 4.6 Tratamento dos dados recolhidos

Na realização do nosso estudo foram utilizadas escalas ordinais, nominais e de *Likert* para o tratamento estatístico. Procedemos à utilização de escalas ordinais para ordenação numérica das respostas, escalas nominais para ordenar dos dados segundo as características dos inquiridos e à escala de *Likert* que mede atitudes e comportamentos utilizando opções de resposta que variam de um extremo a outro, permitindo, assim, descobrir os vários níveis de

opinião os inquiridos. Para converter os dados segundo uma escala de pontuação e no grau de satisfação usámos escala de *Thurstone*.

Os dados recolhidos pelo inquérito por questionário foram trabalhados e analisados com recurso ao *Microsoft Excel* e ao software estatístico *SPSS IBM V.29*.

Os dados foram codificados de forma a manter o anonimato dos participantes, sendo-lhes atribuído um número de identificação de forma aleatória. Com base na informação recolhida procedemos a uma análise estatística exploratória com bastante detalhe onde se destaca primeiramente a análise descritiva e depois a análise exploratória para consolidar os resultados e conclusões respeitantes à nossa investigação. Efetuámos igualmente uma análise univariada, através da construção de tabelas de frequências (absolutas e relativas), a qual nos deu a distribuição das respostas pelas categorias utilizadas na análise.

Após a contagem das diversas respostas, e a sua apresentação sob a forma de tabelas de frequências (simples e relativas), o passo seguinte foi o de tentar estabelecer relações entre duas ou mais respostas, ou seja, o de tentar estabelecer as relações entre duas (análise bivariada), ou mais variáveis (análise multivariada), com vista a demonstrar as hipóteses teóricas subjacentes a todo o processo de pesquisa.

Saliente-se que a apresentação das relações entre variáveis faz-se sob a forma de tabelas de contingência, as quais nos dão a frequência das combinações de respostas a duas ou mais questões.

Completamos o nosso estudo também, nomeadamente, com a construção de gráficos de barras, circulares, histogramas, os quais nos permitem uma representação diagramática dos dados (apresentados nas tabelas de frequências), tomando a sua leitura mais fácil e atraente (*vide* tabela 8).

**Tabela 8 - Tratamento estatístico inerente aos dados recolhidos via inquérito por questionário**

Descrição	Tratamento estatístico
Caracterização da amostra e do respondente	<p style="text-align: center;"><u>Análise exploratória</u> <u>Análise de variáveis qualitativas:</u></p> <p>A análise de variáveis qualitativas (escala de medida nominal ou ordinal) passa normalmente pelo estudo das contagens ou proporções de cada uma das realizações ou classes da variável em estudo. Este tipo de estudos exige à partida métodos não paramétricos, dado que a distribuição amostral raramente é explicada conveniente por distribuições de probabilidade contínuas como, por exemplo, a distribuição normal (Marôco, 2018).</p> <p style="text-align: center;"><u>Análise de frequências absolutas e relativas</u></p> <p>As frequências absolutas indicam o n.º de vezes que se observou o valor na amostra, representadas em valor; as frequências relativas representam a proporção de valores iguais na amostra em análise, apresentadas em percentagem (Hall et al., 2011).</p>
Aferir o conhecimento dos inquiridos acerca do conhecimento, divulgação e finalidade do imposto <i>fat tax</i> .	<p style="text-align: center;"><u>Análise de frequências absolutas e relativas</u></p> <p><i>Vide</i> o exposto anteriormente.</p> <p style="text-align: center;"><u>Tabelas de contingência</u></p> <p>As tabelas de contingência são usadas para registar observações independentes de duas ou mais variáveis aleatórias, normalmente qualitativas. Este tipo de tabela é comum se se pretender investigar se as variáveis estudadas têm alguma associação (Marôco, 2018).</p>
Conhecimento da tributação sobre BNA – Artigo 87.º - A do CIEC	<p style="text-align: center;"><u>Teste de Correlação de Spearman</u></p>
Conhecimento do imposto <i>fat tax</i> e comportamento face à sua tributação	<p>No estudo das relações entre duas variáveis, as medidas de correlação adquirem particular importância. A correlação de Spearman é muito usada para avaliar relações que envolvem variáveis ordinais. Este coeficiente de correlação mede o grau pelo qual duas variáveis tendem a mudar juntas. (Ricardo &amp; Guimarães, 2007). O coeficiente de correlação de Spearman descreve a força e a direção da relação através da seguinte fórmula:</p>
Conhecimento fiscal sobre o <i>fat tax</i>	
Estudo de perceção sobre <i>fat tax</i>	$r_s = 1 - \frac{6 \sum D^2}{n(n^2 - 1)}$

Descrição	Tratamento estatístico
	<p style="text-align: center;"><u>Gráficos</u></p> <p>Gráficos de barras, circulares e histogramas.</p>

#### 4.7 Procedimentos e dificuldades associados

Apesar de ser um tema discutido mundialmente, os dados que existem são dispersos e incidem essencialmente mais na área da saúde do que da fiscalidade.

Contudo, fizemos a recolha de 96 estudos empíricos desde 1995 até 2018, analisámos os que se enquadravam em estudos na área da saúde e da área da fiscalidade e da economia, tendo sido analisados ao todo 115 estudos empíricos, divididos entre 58 estudos empíricos ligados à área da economia e da fiscalidade e 57 estudos ligados à área da saúde.

Como este imposto é recente em Portugal, não existem dados suficientes nacionais que sejam comparáveis para o nosso estudo. Devem ser feitos estudos posteriores para verificar o efeito deste imposto na saúde, no consumo dos indivíduos e na receita dos Estado.

## 5. Capítulo – Apresentação e interpretação dos resultados

Abordamos inicialmente os dados recolhidos no subcapítulo 5.1 a implicação do imposto por parte dos indivíduos que classificámos como consumidores e no subcapítulo 5.2. a implicação por parte das empresas. Posteriormente, o subcapítulo 5.3. foi dedicado ao estudo de percepção dos consumidores.

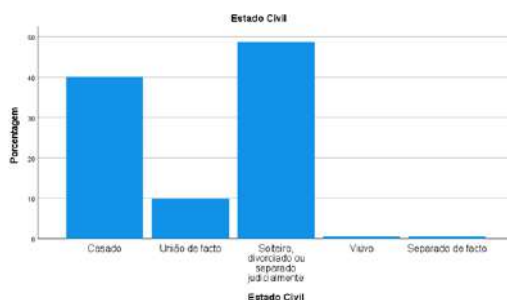
### 5.1 Implicação dos resultados nos consumidores

Neste subcapítulo fizemos o tratamento da análise do conhecimento do imposto e a sua influência no comportamento e na saúde do consumidor. Averiguamos a preferência e a finalidade deste imposto, assim como se se verificou alteração no padrão de consumo de BNA após a sua implementação.

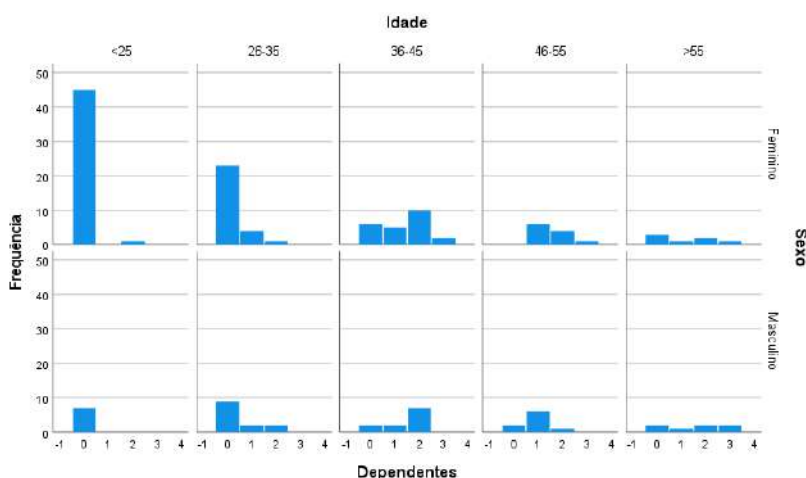
#### 5.1.1 Caracterização dos consumidores

Relativamente às respostas obtidas dos indivíduos, responderam ao inquérito 162 indivíduos, sendo 71% das respostas correspondente a inquiridos do sexo feminino e 29% do sexo masculino, sendo 32,7% com idades inferiores a 25 anos e 25,3% entre os 26 e 35 anos (cf. Tabelas 59 e 60 *vide* Apêndice III e gráfico 24 *vide* Apêndice V). Verificando-se que a maioria dos inquiridos, cerca de, 48,8% são solteiros, divorciados ou separados judicialmente e 40,1% são casados, sendo que 61,1% não têm dependentes e 18,5% têm dois dependentes, conforme se pode observar nos gráficos 7 e 8 (cf. tabelas 61 e 62 *vide* Anexo III).

**Gráfico 7 – Caracterização dos indivíduos inquiridos – Estado civil**



**Gráfico 8 - Distribuição dos inquiridos quanto ao sexo, idade e número de dependentes**

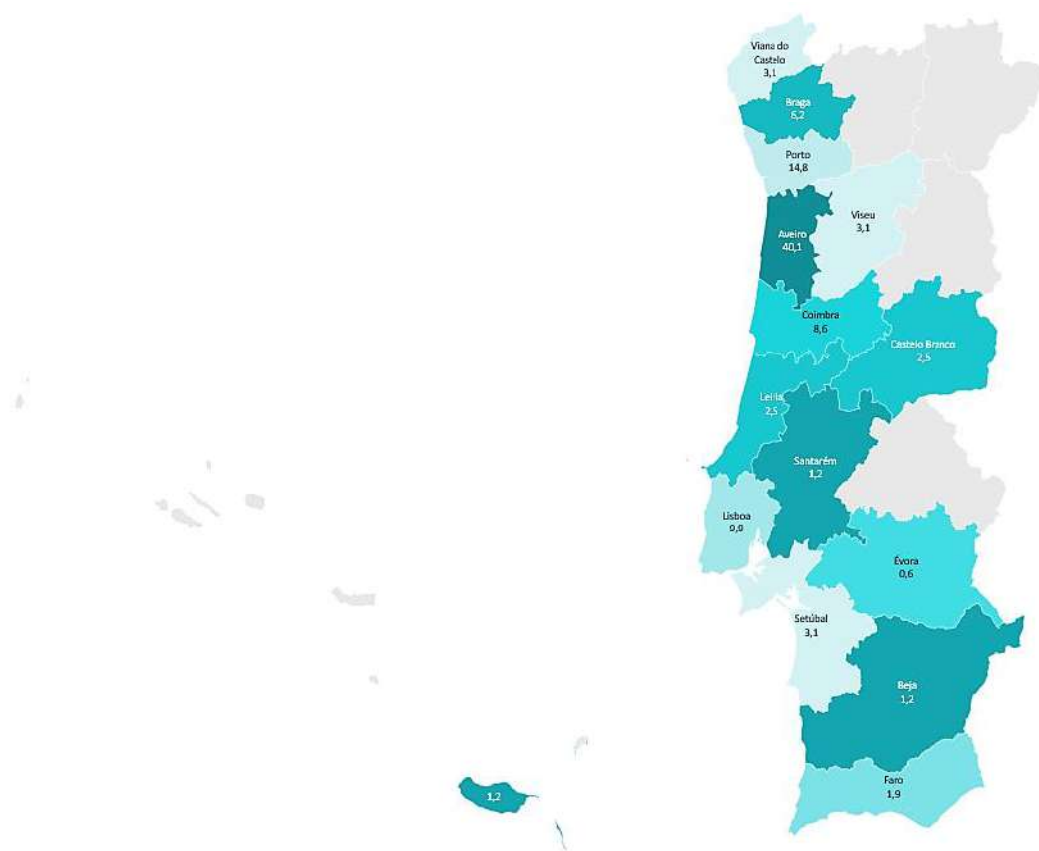


Observou-se relativamente à classe social que, 79% dos consumidores pertencem à classe média, 14,8% à classe alta (cf. Tabela 63 *vide* Apêndice III), sendo que 78,4% possui uma licenciatura e 18,5% tem o 12.º ano de escolaridade (cf. Tabela 64 *vide* Apêndice III e gráfico 25 *vide* Apêndice V). A nível profissional verificámos que 82,7% dos inquiridos não pertence ao ramo da saúde ou alimentação e bebidas, sendo que apenas 14,8% trabalham em outras áreas da saúde e só 2,5% no ramo de alimentação e bebidas (cf. tabela 65 *vide* Apêndice III).

Como se pode observar na figura 2, obtivemos respostas de consumidores de muitas zonas geográficas de Portugal, não havendo, porém, representação dos distritos de Vila Real, Bragança, Guarda e Portalegre, assim como do arquipélago dos Açores (cf. Tabela 66 *vide* Anexo III).



**Figura 2 - Mapa distribuição dos inquiridos**



**Tabela 9 - Estratificação da amostra recolhida por género**

Género	Amostra		População 2022	
	Frequência	%	Frequência	%
<b>Feminino</b>	115	71,0%	5 459 700	52,3%
<b>Masculino</b>	47	29,0%	4 984 500	47,7%
<b>Total</b>	162	100%	10 444 200	100,0%

**Fonte:** Elaboração própria, (retirado site INE, Pordata atualizado em 25/09/2023)

Da observação da tabela 9, podemos verificar que a nossa amostra não vai ao encontro da estratificação da população portuguesa por género, uma vez que, aleatoriamente, conseguimos recolher mais respostas de indivíduos do sexo feminino (71%) do que do sexo masculino (29%).

## 5.1.2 Validação das hipóteses

### 5.1.2.1 Análise do conhecimento do imposto e a sua influência no comportamento:

Com a intuito de aferir o conhecimento dos inquiridos acerca do conhecimento do imposto *fat tax* sobre BNA (Artigo 87.º-A do CIEC), previsto na nossa Parte II, relativa às H1, H7 e H8 veja-se a tabela 10. Cruzámos o grau de conhecimento do imposto com a classe social, a área profissional e o nível de educação e observamos que a maioria dos inquiridos 89,5% tem conhecimento deste imposto.

**Tabela 10 - Relação entre o conhecimento do imposto com a Classe Social, a Área Profissional e o Nível de Escolaridade**

#### *Q2.1 \* Classe Social*

		Classe Social						Total	
		1		2		3			
		N	%	N	%	N	%	N	%
Q2.1	Não	6	25,0%	8	6,3%	3	30,0%	17	10,5%
	Sim	18	75,0%	120	93,8%	7	70,0%	145	89,5%
Total		24	100,0%	128	100,0%	10	100,0%	162	100,0%

#### *Q2.1 \* Nível Educação*

		Nível Educação								Total	
		< 9º Ano		9º Ano		12º Ano/Ens. Sec		Licenciatura >			
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Q2.1	Não	2	66,7%	1	50,0%	3	10,0%	11	8,7%	17	10,5%
	Sim	1	33,3%	1	50,0%	27	90,0%	116	91,3%	145	89,5%
Total		3	100,0%	2	100,0%	30	100,0%	127	100,0%	162	100,0%

#### *Q2.1 \* Área Profissional*

		Área Profissional						Total	
		Outras áreas saúde		Ramo alimentação e bebidas		Outras			
		N	%	N	%	N	%	N	%
Q2.1	Não	4	16,7%	1	25,0%	12	9,0%	17	10,5%
	Sim	20	83,3%	3	75,0%	122	91,0%	145	89,5%
Total		24	100,0%	4	100,0%	134	100,0%	162	100,0%

*Q2.1 O ano 2017 ficou marcado pela introdução do imposto Fat Tax que incide sobre BNA. Tem conhecimento deste imposto?*

Verificámos que a maioria dos indivíduos, 36,4% da amostra, não tem uma opinião definida com a tributação deste imposto. Porém, observamos que 32,7% estão satisfeitos e 12,3% muito satisfeitos, o que perfaz 45% de grau de satisfação com a tributação deste imposto, portanto, entendem que esta tributação é importante (cfr. tabela 11).

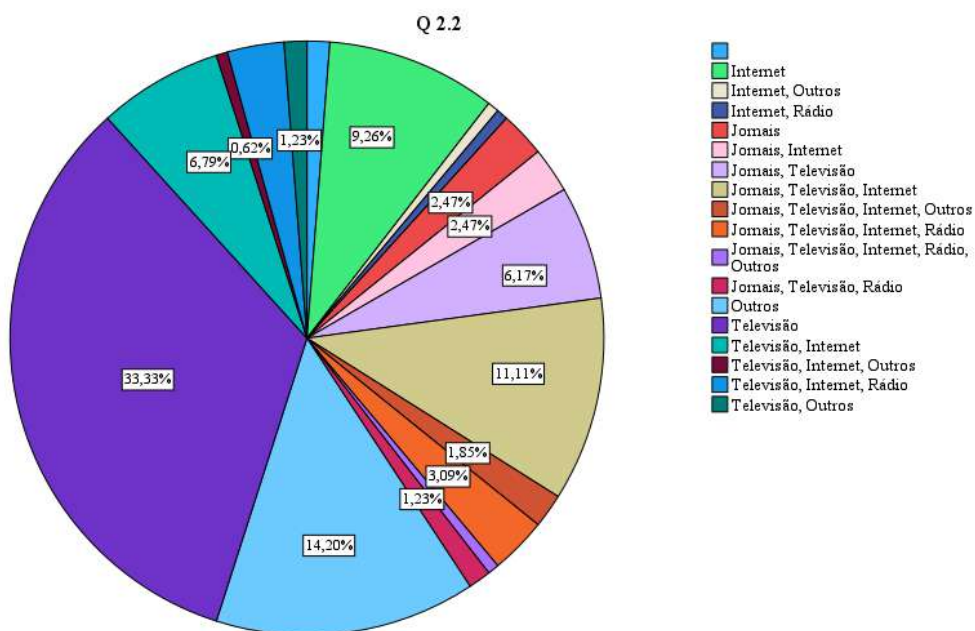
**Tabela 11 - Grau de satisfação em relação ao imposto fat tax**

	N	%
Muito insatisfeito (1)	10	6,2%
Não satisfeito (2)	20	12,3%
Nem satisfeito / Nem insatisfeito (3)	59	36,4%
Satisfeito (4)	53	32,7%
Extremamente satisfeito (5)	20	12,3%

Q 2.3 Em que medida está satisfeito com a tributação de BNA?

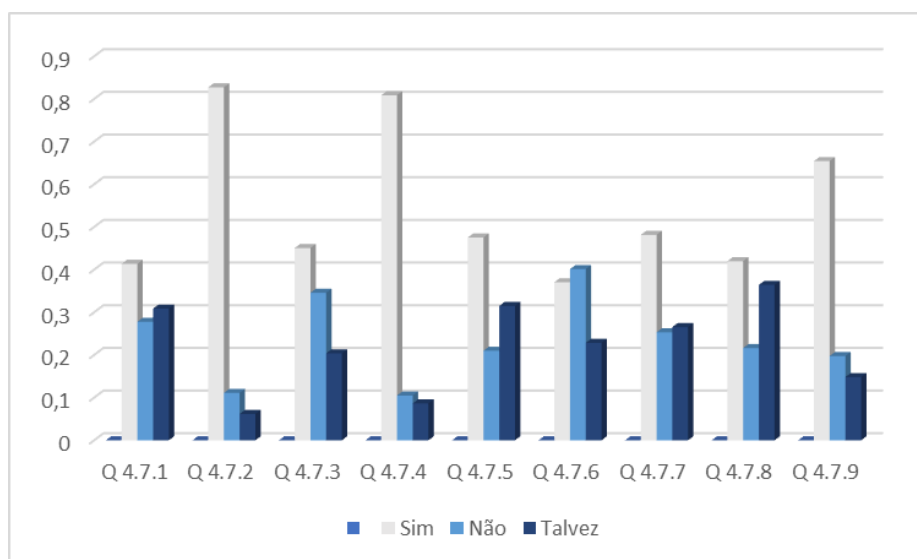
Analisámos o meio de comunicação preferencial utilizado na divulgação deste imposto no gráfico 9 (cf. Tabela 67 vide Apêndice III). Verificamos que 54 em 162 indivíduos responderam *Televisão* à questão: *Indique como tomou conhecimento deste imposto*, o que representa 33.3% das respostas obtidas.

**Gráfico 9 – Análise meio comunicação preferencial**



Através da tabela 72 (*vide* Apêndice III) analisámos o conhecimento por parte dos consumidores dos produtos que estão associados à tributação deste imposto e verificamos que, na generalidade, a grande maioria tem conhecimento desses produtos. Apenas na Q. 4.7.6 nas *Bebidas à base de chá*, a percentagem dos inquiridos que assume ter conhecimento do imposto sobre tais produtos é diminuto, cerca de 37% (cf. Gráfico 10).

**Gráfico 10 - Relação do conhecimento do imposto pelos produtos associados**



Q 4.7. Entre as muitas opções possíveis, sabe quais as categorias de produtos associadas às BNA? Águas aromatizadas ou frutadas (opção 1); Colas (opção 2); Sumos de fruta (opção 3); Refrigerantes de sumo (laranja, ananás, limão, etc.) (opção 4); Bebidas de extratos de lima-limão (opção 5); Bebidas à base de chá (opção 6); Tónicas (opção 7); Bitter (bebidas mais amargas) (opção 8); Bebidas energéticas (opção 9).

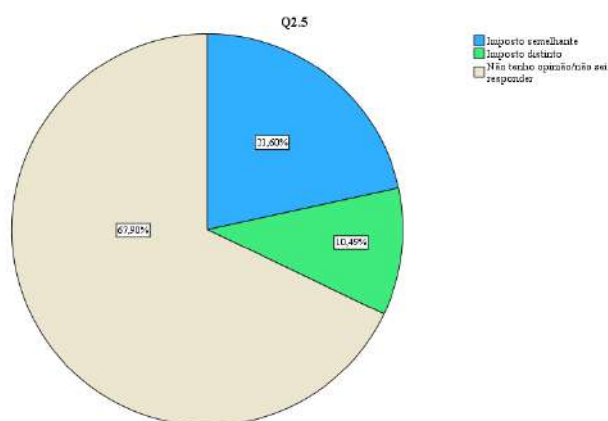
Para estudar ao grau de perceção dos consumidores em relação ao imposto *fat tax*, se o consideram justo, semelhante ou distinto ao dos restantes Estados Membros da UE, recorreremos aos dados da tabela 12 e do gráfico 11 infra e da tabela 68 (*vide* Apêndice III). Através desta tabela observámos que 35,8% dos inquiridos não conseguem classificar este imposto e responderam *Nem justo, nem injusto* à questão. Apenas 55 dos indivíduos inquiridos consideram o imposto justo, representando 34% da nossa amostra. Verificamos também que a grande maioria 67,9% não têm opinião nem sabem responder sobre a semelhança ou diferenças deste imposto relativamente aos aplicados em outros países comunitários. Apenas 35 dos inquiridos consideram que é um imposto semelhante ao dos restantes Estados Membros da UE, representando 21,6% da amostra.

**Tabela 12 - Classificação do imposto pelos consumidores**

	N	%
Muito injusto (1)	9	5,6%
Injusto (2)	17	10,5%
Nem justo, nem injusto (3)	58	35,8%
Justo (4)	55	34,0%
Muito justo (5)	23	14,2%

Q 2.4 Como classifica este imposto?

**Gráfico 11 – Análise comparativa imposto – Portugal e Estados Membros**



Q 2.5 Na sua opinião, este imposto é semelhante ou distinto dos restantes Estados Membros da União Europeia?

No estudo da relação entre o grau de satisfação entre os indivíduos que estão satisfeitos com o imposto sobre as BNA e a perspetiva de diminuição do imposto, encontramos algumas correlações estatisticamente significativas (cf. Tabela 13). Inicialmente, verificamos o pressuposto de normalidade dos dados para amostras emparelhadas através do teste de KS, verificamos que as variáveis dependem entre si.

**Tabela 13 – Relação grau de satisfação tributação BNA e diminuição do imposto**

Testes de Normalidade

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estatística	gl	Sig.	Estatística	gl	Sig.
Q 2.6	,264	162	<,001	,879	162	<,001
Q 2.3	,192	162	<,001	,902	162	<,001

a. Correlação de Significância de Lilliefors

Com base nos valores de prova, podemos argumentar que os dados não seguem uma distribuição normal, o *p-value* é menor que o nível estabelecido 5%, logo temos indícios para rejeitar a normalidade dos dados, sendo necessário utilizar um teste não-paramétrico para amostras emparelhadas, neste caso utilizamos o teste Qui-Quadrado (cf. Tabela 14).

**Tabela 14- Análise relação satisfação tributação BNA e diminuição do imposto**

*Estatísticas de teste*

		Q 2.3	Q 2.6
Qui-quadrado		59,914 <sup>a</sup>	111,025 <sup>a</sup>
Df		4	4
Significância Sig.		<,001	<,001
Sig. Monte Carlo	Sig.	<,001 <sup>b</sup>	<,001 <sup>b</sup>
Intervalo de Confiança 95%			
	Limite inferior	,000	,000
	Limite superior	,000	,000

a. 0 células (0,0%) possuem frequências esperadas menores que 5. O mínimo de frequência de célula esperado é 32,4.

b. Baseado em 10000 tabelas de amostra com a semente 1502173562.

Conforme podemos observar na tabela 15, o grau de satisfação com a tributação das BNA encontra uma correlação negativa, moderada e significativa com o grau de diminuição do imposto, neste caso ( $r_s = -,524^{**}$ ). Concluímos que quanto maior for o grau de satisfação do imposto menor será o grau de diminuição do mesmo.

**Tabela 15 – Comparação grau de satisfação tributação BNA e diminuição do imposto**

*Intervalos de confiança de Rô de Spearman*

	Rô de Spearman	Significance (2-tailed)	95% Intervalos de confiança (bilaterais) <sup>a,b</sup>	
			Inferior	Superior
Q 2.3 - Q 2.6	-,524	<,001	-,631	-,399

a. A estimação é baseada na transformação de r para z de Fisher.

b. A estimação de erro padrão é baseada na fórmula proposta por Fieller, Hartley e Pearson.

Em seguida, relacionamos os indivíduos que consideram justo o imposto *fat tax* com a perspectiva de diminuição do imposto *fat tax* e encontramos uma correlação estatisticamente significativa (cf. Tabela 16). Com efeito, verificámos que a característica de imposto justo está correlacionado negativa, moderada e significativamente, com a perspectiva de

diminuição do imposto, neste caso ( $r_s = -,552^{**}$ ). Concluimos que quanto mais justo for o imposto menor será o grau de diminuição do mesmo.

**Tabela 16 - Análise comparativa – característica e grau diminuição do imposto**

*Intervalos de confiança de Rô de Spearman*

	Rô de Spearman	Significance (2-tailed)	95% Intervalos de confiança (bilaterais) <sup>a,b</sup>	
			Inferior	Superior
Q2.4 - Q 2.6	-,552	<,001	-,653	-,431

a. A estimação é baseada na transformação de r para z de Fisher.

b. A estimação de erro padrão é baseada na fórmula proposta por Fieller, Hartley e Pearson.

Comparamos a relação entre os indivíduos que estão satisfeitos com a tributação de BNA e a classificação do imposto *fat tax*, e encontramos uma correlação estatisticamente significativa (cf. Tabela 17) muito forte. O grau de satisfação com a tributação, do imposto *fat tax*, sobre as BNA encontra uma correlação positiva forte, com a característica de imposto justo, ( $r_s = ,778^{**}$ ). Portanto, concluimos que quanto maior o grau de satisfação com a tributação de BNA, mais justo se torna o imposto.

**Tabela 17 - Comparação grau de satisfação tributação BNA e classificação do imposto**

*Q2.3-Q2.4*

	Rô de Spearman	Significance (2-tailed)	95% Intervalos de confiança (bilaterais) <sup>a,b</sup>	
			Inferior	Superior
Q 2.3 - Q2.4	,778	<,001	,706	,834

a. A estimação é baseada na transformação de r para z de Fisher.

b. A estimação de erro padrão é baseada na fórmula proposta por Fieller, Hartley e Pearson.

Relacionamos a saúde, o nível de educação e a classe social face ao comportamento em relação ao imposto *fat tax* (cf. tabela 18) e percebemos que a maioria dos indivíduos está satisfeito com a tributação deste imposto uma vez que 49,4% consideram que se deve manter. Extraímos que 65 (50,8%) dos inquiridos que pertencem à classe social *Média* e 59 (46,5%) que possuem nível de escolaridade *Licenciatura*, consideram que este imposto se deve manter.

**Tabela 18 - Relação entre o aumento do imposto e a Classe Social, a Área Profissional e o Nível de Escolaridade**

Q 2.6 \* Classe Social

		Classe Social						Total	
		1		2		3			
		N	%	N	%	N	%	N	%
Q 2.6	Aumentar muito	2	8,3%	2	1,6%	0	0,0%	4	2,5%
	Aumentar	7	29,2%	26	20,3%	4	40,0%	37	22,8%
	Manter-se	11	<b>45,8%</b>	<b>65</b>	<b>50,8%</b>	4	40,0%	<b>80</b>	<b>49,4%</b>
	Diminuir	2	8,3%	27	21,1%	2	20,0%	31	19,1%
	Diminuir muito	2	8,3%	8	6,3%	0	0,0%	10	6,2%
Total		24	100,0%	128	100,0%	10	100,0%	162	100,0%

Q 2.6 \* Nível Educação

		Nível Educação									
		< 9º Ano		9º Ano		12º Ano/Ens. Sec		Licenciatura >		Total	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Q 2.6	Aumentar muito	0	0,0%	0	0,0%	1	3,3%	3	2,4%	4	2,5%
	Aumentar	0	0,0%	0	0,0%	5	16,7%	32	25,2%	37	22,8%
	Manter-se	1	33,3%	0	0,0%	20	66,7%	<b>59</b>	<b>46,5%</b>	<b>80</b>	<b>49,4%</b>
	Diminuir	<b>2</b>	<b>66,7%</b>	<b>2</b>	<b>100,0%</b>	2	6,7%	25	19,7%	31	19,1%
	Diminuir muito	0	0,0%	0	0,0%	2	6,7%	8	6,3%	10	6,2%
Total		3	100,0%	2	100,0%	30	100,0%	127	100,0%	162	100,0%

Q 2.6 Na sua perspectiva, este imposto devia aumentar, diminuir ou manter-se?

### 5.1.2.2 Análise do relacionamento do imposto *fat tax* e a sua influência na saúde

Com a objetivo de analisar a percepção do consumidor sobre as comorbilidades associadas às BNA e o conhecimento fiscal sobre a finalidade do imposto sobre BNA, que compreende a nossa Parte III relativa às nossas H5 e H6, podemos recorrer à análise da tabela 19. Através desta tabela percebemos que os consumidores consideram que este imposto é mais do que uma política de arrecadação de receita fiscal do que de apoio à saúde, visto que, cerca de 50% dos inquiridos concordam com essa ideia.



**Tabela 19 - Análise relação imposto fat tax - saúde dos consumidores portugueses ou receita fiscal**

	N	%
Discordo totalmente	6	3,7%
Discordo	35	21,6%
Não discordo nem concordo	40	24,7%
Concordo	56	34,6%
Concordo totalmente	25	15,4%

Q 2.7 A maioria das pessoas afirma que, apesar de potenciar a redução da obesidade e ser benéfico à saúde da população, este imposto limita-se a uma política de arrecadação de receita fiscal. Concorda com esta afirmação?

No estudo da relação entre os indivíduos que julgam que o imposto sobre as BNA é uma política de arrecadação de receita fiscal e a ponderação se o mesmo imposto deve ser alargado a outros produtos menos nutritivos e ricos em gorduras saturadas, encontramos algumas correlações estatisticamente significativas (cf. Tabela 20). O grau de caracterização como política de arrecadação de receita fiscal encontra uma correlação positiva fraca e significativa com o grau de alargamento do imposto a outros produtos insalubres, neste caso ( $r_s = ,398^*$ ). Concluímos que quanto maior for o grau de política de receita fiscal maior será aplicação do imposto a outros alimentos insalubres.

**Tabela 20 – Análise receita fiscal e tributação de outros produtos insalubres**

*Intervalos de confiança de Rô de Spearman*

	Rô de Spearman	Significance (2-tailed)	95% Intervalos de confiança (bilaterais) <sup>a,b</sup>	
			Inferior	Superior
Q 2.7 - Q 3.4	,398	<,001	,255	,523

a. A estimação é baseada na transformação de r para z de Fisher.

b. A estimação de erro padrão é baseada na fórmula proposta por Fieller, Hartley e Pearson.

Estudamos a relação existente entre os indivíduos que estão satisfeitos com a tributação de BNA e a concordância de que o imposto apesar de ser benéfico para a saúde limita-se a ser uma política de arrecadação de receita fiscal, encontramos uma correlação estatisticamente significativa (cf. Tabela 21). O grau de satisfação com a tributação do *fat tax* encontra-se relacionado negativamente, com o grau de concordância de ser fonte de receita fiscal, neste

caso ( $r_s = -,374^{**}$ ). Portanto, concluímos que quanto maior for o grau de satisfação em relação ao imposto menor será a apreciação sobre política de arrecadação de receita fiscal.

**Tabela 21 - Análise receita fiscal e grau satisfação tributação de BNA**

*Intervalos de confiança de Rô de Spearman*

	Rô de Spearman	Significance (2-tailed)	95% Intervalos de confiança (bilaterais) <sup>a,b</sup>	
			Inferior	Superior
Q 2.3 - Q 2.7	-,374	<,001	-,503	-,229

a. A estimação é baseada na transformação de r para z de Fisher.

b. A estimação de erro padrão é baseada na fórmula proposta por Fieller, Hartley e Pearson.

Observamos o grau de conhecimento do consumidor acerca das comorbilidades relacionadas às BNA (cf. Tabela 22) e percebemos que a maioria dos 162 dos inquiridos tem conhecimento dessas comorbilidades.

**Tabela 22 - Análise associação consumo BNA e comorbilidades na saúde dos consumidores portugueses**

		Q 3.1.1	Q 3.1.2	Q3.1.3	Q 3.1.4
Discordo totalmente	N	5	2	2	3
	%	3,1%	1,2%	1,2%	1,9%
Discordo	N	2	6	4	4
	%	1,2%	3,7%	2,5%	2,5%
Não discordo nem concordo	N	4	7	11	20
	%	2,5%	4,3%	6,8%	12,3%
Concordo	N	<b>89</b>	<b>82</b>	<b>85</b>	<b>86</b>
	%	54,9%	50,6%	52,5%	53,1%
Concordo totalmente	N	62	65	60	49
	%	38,3%	40,1%	37,0%	30,2%
Total	N	162	162	162	162
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Q 3.1. Considera que o consumo excessivo de BNA aumenta o risco de excesso de peso (opção 1) Diabetes? (opção 2) Cáries dentárias? (opção 3) Outras doenças? (opção 4).

Analisámos, igualmente, o conhecimento do consumidor acerca das comorbilidades associadas ao consumo de *fast food* e outros alimentos processados ricos em gorduras (cf. Tabela 23) e verificamos que a grande maioria dos inquiridos entende perfeitamente a importância das comorbilidades associadas ao consumo deste género de alimentos.

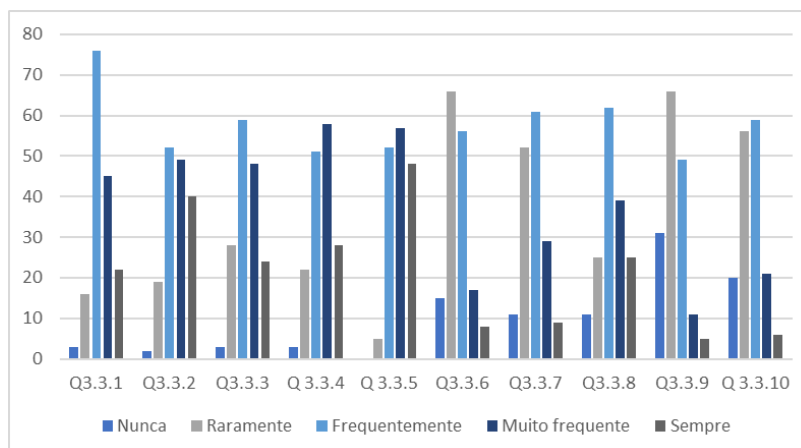
**Tabela 23 - Análise associação consumo BNA e comorbilidades na saúde dos consumidores portugueses**

		Q 3.2.1	Q3.2.2	Q 3.2.3	Q 3.2.4	Q 3.2.5	Q3.2.6
Discordo totalmente	N	1	1	1	1	2	2
	%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	1,2%	1,2%
Discordo	N	1	1	1	2	6	1
	%	0,6%	0,6%	0,6%	1,2%	3,7%	0,6%
Nem discordo nem concordo	N	2	2	7	11	35	25
	%	1,2%	1,2%	4,3%	6,8%	21,6%	15,4%
Concordo	N	59	57	61	64	57	67
	%	36,4%	35,2%	37,7%	39,5%	35,2%	41,4%
Concordo totalmente	N	<b>99</b>	<b>101</b>	<b>92</b>	<b>84</b>	<b>62</b>	<b>67</b>
	%	61,1%	62,3%	56,8%	51,9%	38,3%	41,4%
Total	N	162	162	162	162	162	162
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Q 3.2. Considera que o consumo de grandes quantidades de fast foods e outros alimentos processados ricos em gordura, amidos ou açúcares aumenta o risco de: excesso de peso (opção 1) Obesidade (opção 2) Diabetes (opção 3) Cáries dentárias (opção 4) Cancro (opção 5) Outras doenças (opção 6).

Observamos as preferências do consumidor na compra de BNA (cf. Tabela 70 *vide* Apêndice III) e constatámos que a maioria dos inquiridos prefere *Frequentemente* as opções 1, 2, 3, 7, 8 e 10. Verificamos que 35,8% seleciona *Muito frequentemente* produtos com menos açucares/calorias adicionadas (opção 4) e 35,2% pelo seu sabor (opção 5), sendo que 40,7% *Raramente* optam por produtos de abertura fácil (opção 6) e por campanhas publicitárias acerca do produto (opção 9), *vide* gráfico 12.

**Gráfico 12 – Análise preferências do consumidor na compra de BNA**



Q 3.3 O que é para si mais importante: O preço do produto (opção 1) O modo higiénico de embalagem (opção 2) Não conter açúcares/calorias adicionadas (opção 3) Com menos açúcares/calorias adicionadas (opção 4) Sabor (opção 5) De abertura fácil (opção 6) de fácil transporte (opção 7), etiquetagem de alerta sobre a quantidade de açúcar (opção 8), Campanhas publicitárias acerca do produto (opção 9) e Pack embalagem (opção 10).

Cruzámos a relação existente entre o nível de educação e a preferência do consumidor nas opções de escolha de outros produtos prejudiciais à saúde (cf. Tabela 24) percebemos que 66% dos consumidores, sendo 83 dos inquiridos com o nível de habilitação de Licenciatura, considera que este imposto deve ser alargado a outros produtos menos nutritivos e ricos em gorduras saturadas.

**Tabela 24 – Análise tributação de outros produtos insalubres – Nível de educação**

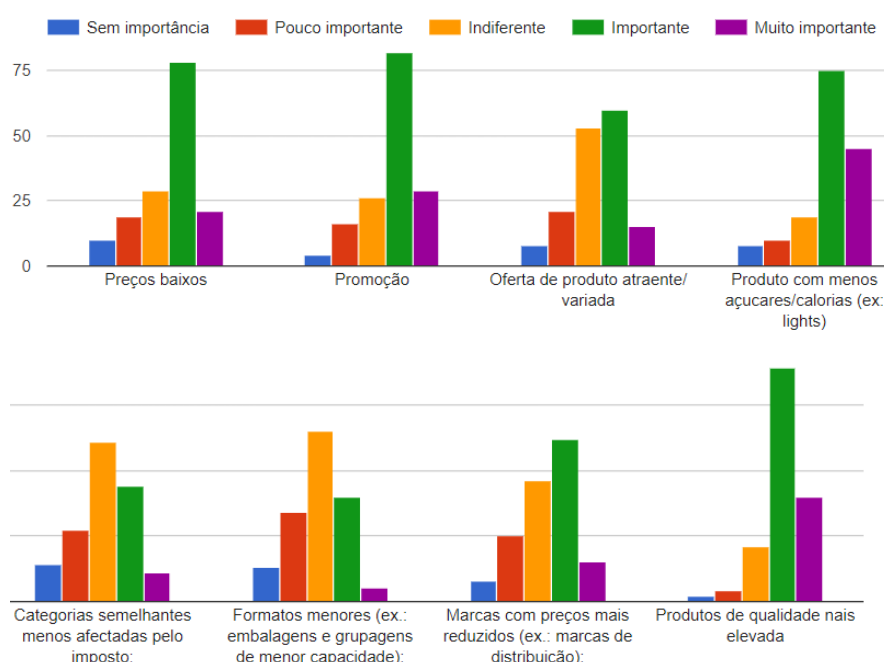
**Q 3.4 - Tabulação cruzada**

		Nível Educação								Total	
		< 9º Ano		9º Ano		12º Ano/Ens. Sec		Licenciatura >			
		N	%	N	%	N	%	N	%		
Q	Sim	2	66,7%	1	50,0%	21	70,0%	83	65,4%	107	66,0%
3.4	Não	1	33,3%	1	50,0%	7	23,3%	27	21,3%	36	22,2%
	Não tenho opinião/não sei responder	0	0,0%	0	0,0%	2	6,7%	17	13,4%	19	11,7%
Total		3	100,0%	2	100,0%	30	100,0%	127	100,0%	162	100,0%

3.4 Considera que este imposto deve ser alargado a outros produtos menos nutritivos e ricos em gorduras saturadas?

Estudamos, igualmente, o grau de relação entre o nível de educação e a preferência do consumidor nas opções de escolha quando compra BNA e percebemos que a maioria dos inquiridos, com nível de escolaridade *Licenciatura*, classifica como *Importante* seis das oito opções apresentadas (cf. Tabela 76 *vide* Apêndice IV). Apenas 37,7% e 40,1% da nossa amostra, responderam *Indiferente* às opções 5 e 6, respetivamente, extraindo-se também que a maioria das respostas obtidas está relacionada com o nível de escolaridade superior (cf. Gráfico 13).

**Gráfico 13 – Análise critério de preferência na compra de BNA**

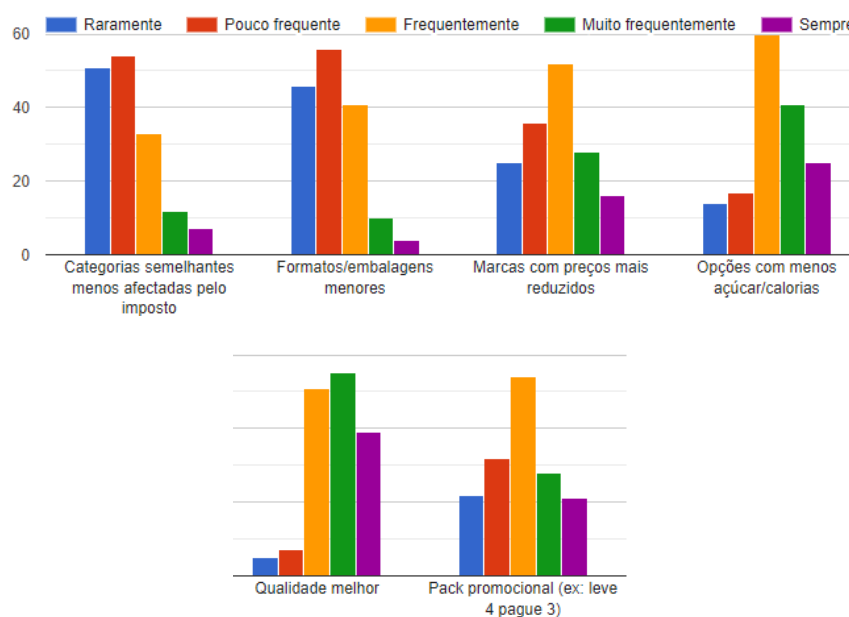


Q 4.1 *O que considera mais importante quando compra BNA: preços baixos, promoção, oferta de produto atraente/variada, produto com menos açúcares/calorias (ex. light), categorias semelhantes menos afetadas pelo imposto, formatos menores (ex: embalagens e grupagens de menor capacidade), marcas com preços mais reduzidos (ex: marcas de distribuição), produtos de qualidade mais elevada.*

No estudo do grau de relação entre o nível de educação e a preferência do consumidor, nas opções de escolha quando compra BNA, podemos recorrer à análise da tabela 77 (*vide* Apêndice IV). Com base nesta tabela constatámos que os consumidores optam *Frequentemente* pelas marcas com preços mais reduzidos (opção 3), assim como por opções com menos

açúcares ou calorias (opção 4) e os packs promocionais (opção 6), a que corresponde 34%, 38,3% e 35,2%, respetivamente, da nossa amostra. Apenas 35,2%, com nível de escolaridade *Licenciatura*, preferem uma qualidade melhor e responderam *Muito Frequentemente*, à opção 5 e *Pouco frequente* optam por categorias semelhantes menos afetadas pelo imposto e por formatos ou embalagens menores, o que corresponde a 34% e 36,4% respetivamente (cf. Gráfico 14).

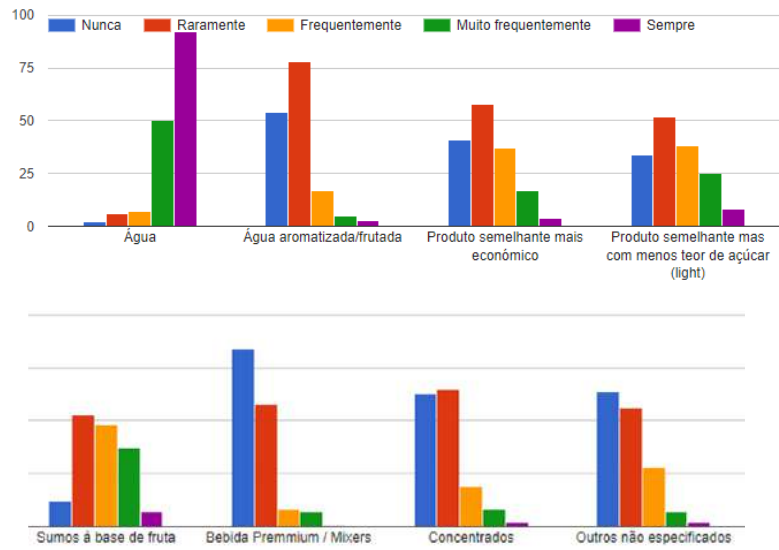
**Gráfico 14 – Análise critério de compra nas BNA**



*Q 4.4 Qual o critério de escolha na compra de bebidas não alcoólicas? Categorias semelhantes menos afetadas pelo imposto? (opção 1); Formatos/embalagens menores? (opção 2); Marcas com preços mais reduzidos? (opção 3); Opções com menos açúcares/calorias? (opção 4); Qualidade melhor? (opção 5); Pack promocional (ex: leve 4 pague 3)? (opção 6).*

Para aferir o critério de seleção do consumidor quando compra BNA, tributadas pelo imposto *fat tax*, valemo-nos da análise da tabela 78 (*vide* Apêndice IV). Esta permite observar que a maioria, ou seja, 93 em 162 indivíduos inquiridos, com nível de escolaridade mínimo de *Licenciatura*, compra sempre água, o que representa 57,4% da amostra. Contrariamente, responderam nunca às bebidas premium/*mixers*, 85 em 162 dos indivíduos inquiridos, com nível de escolaridade mínimo de *Licenciatura* a que corresponde 52,5% da nossa amostra (cf. Gráfico 15).

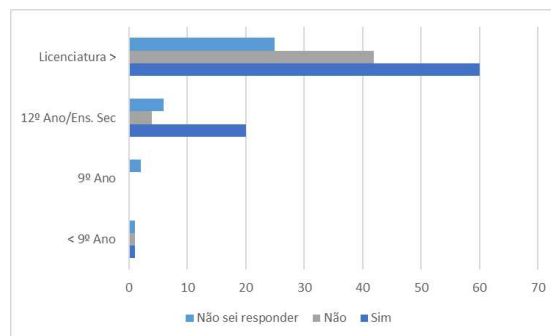
**Gráfico 15 – Análise preferências consumidor nos produtos sujeitos ao Fat tax**



Q 4.5 Indique qual o produto que consome/compra mais vezes: água (opção 1); água aromatizada / frutada (opção 2); produto semelhante mais económico (opção 3); produto semelhante mas com menor teor de açúcar (light) (opção 4); sumos à base de fruta (opção 5); bebida premium / mixers (opção 6); concentrados (opção 7); outros não especificados (opção 8).

Com o objetivo de estudar o grau o conhecimento do consumidor acerca da alteração de preços em BNA devido ao imposto *fat tax*, podemos recorrer à análise da tabela 79 (vide Apêndice IV). Com efeito, concluímos que a maioria dos consumidores, concretamente, 81 em 162 dos indivíduos inquiridos, 60 dos quais com nível de escolaridade superior, afirmaram que verificaram um aumento nos preços das suas BNA habituais, nos últimos dois anos, o que representa 50% da nossa amostra (cf. Gráfico 16).

**Gráfico 16 – Análise conhecimento aumento preços nas BNA**



Q 4.6 Verificou nos últimos dois anos um aumento do preço das suas bebidas não alcoólicas habituais?

### 5.1.2.3 Análise da preferência e finalidade do imposto *fat tax*

Neste subcapítulo iremos analisar a percepção do consumidor do conhecimento fiscal sobre a finalidade do imposto sobre BNA, previsto na Parte IV, relativo às H3 e H10. Para entendermos a opinião do consumidor quanto ao destino das receitas do imposto *fat tax*, construímos a tabela 25. Através desta percebemos que cerca de 63% dos consumidores da nossa amostra concordam com aplicação da receita ao SNS.

**Tabela 25 – Análise distribuição da receita *Fat Tax* e SNS**

	N	%
Discordo totalmente	6	3,7%
Discordo	20	12,3%
Não discordo nem concordo	33	20,4%
Concordo	53	32,7%
Concordo totalmente	50	30,9%

*Q 2.8 A receita deste imposto está canalizada para o sistema nacional de saúde, para financiamento do combate a doenças provocadas pelo consumo de alimentos ricos em gorduras e açúcares. Concorda com este destino?*

Para investigarmos a opinião do consumidor quanto ao destino das receitas do imposto *fat tax*, podemos recorrer à análise da tabela 26. Percecionamos que a grande maioria dos inquiridos (perto de 89%) aceita que a receita obtida por este imposto seja atribuída ao SNS. Ainda assim, a maioria concorda também que a receita do imposto seja aplicada em subsídios e incentivos ao consumo de alimentos saudáveis (72,2%) e em programas de educação em saúde (84,6%).

**Tabela 26 – Análise outras preferências distribuição receita *Fat tax***

	Q 2.9.1		Q 2.9.2		Q 2.9.3		Q 2.9.4	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Sim	<b>144</b>	<b>88,9%</b>	<b>117</b>	<b>72,2%</b>	<b>137</b>	<b>84,6%</b>	40	24,7%
Não	14	8,6%	30	18,5%	18	11,1%	46	28,4%
Não tenho opinião formada	4	2,5%	15	9,3%	7	4,3%	<b>76</b>	<b>46,9%</b>

*Q 2.9 Na sua opinião, a receita arrecadada do imposto deve ser aplicada: Sistema Nacional de Saúde (opção 1); Subsídios e incentivos ao consumo de alimentos saudáveis e em programas de educação em saúde (opção 2); Programas de educação em saúde (opção 3); Outros (opção 4).*



No estudo da relação entre os indivíduos que têm conhecimento do imposto e a distribuição da receita pelo SNS e programas de educação em saúde, encontramos algumas correlações estatisticamente significativas (cf. Tabela 27). O grau de distribuição da receita do imposto encontra-se relacionado negativa e significativamente, com o grau do seu conhecimento, no caso do SNS ( $r_s=-,268^*$ ) e no caso de programas de educação em saúde ( $r_s=-,244$ ). Concluimos que quanto maior é o grau de conhecimento de imposto, menor será a distribuição de receita ao SNS e em programas de educação em saúde.

**Tabela 27 – Relação entre o grau de conhecimento do imposto e distribuição da receita**

			Q 2.1	Q 2.9.1	Q 2.9.2	Q 2.9.3	Q 2.9.4
Rô de Spearman	Q2.1	Coefficiente de Correlação	1,000	-,268**	-,150	-,244**	-,053
		Sig. (2 extremidades)	.	<,001	,057	,002	,503
		N	162	162	162	162	162
Q 2.9.1		Coefficiente de Correlação	-,268**	1,000	,213**	,393**	,005
		Sig. (2 extremidades)	<,001	.	,006	<,001	,948
		N	162	162	162	162	162
Q2.9.2		Coefficiente de Correlação	-,150	,213**	1,000	,322**	,153
		Sig. (2 extremidades)	,057	,006	.	<,001	,052
		N	162	162	162	162	162
Q2.9.3		Coefficiente de Correlação	-,244**	,393**	,322**	1,000	,036
		Sig. (2 extremidades)	,002	<,001	<,001	.	,648
		N	162	162	162	162	162
Q 2.9.4		Coefficiente de Correlação	-,053	,005	,153	,036	1,000
		Sig. (2 extremidades)	,503	,948	,052	,648	.
		N	162	162	162	162	162

\*\* . A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

	Q2.1	
	Coefficiente de Correlação	Sig. (2 extremidades)
Q2.1	1,000	
Q 2.9.1	-,268**	0,001
Q2.9.2	-0,150	0,057
Q2.9.3	-,244**	0,002
Q 2.9.4	-0,053	0,503

\*\* . A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

O nosso inquérito previa uma resposta aberta, de modo a recolher sugestões dos inquiridos para a distribuição da receita obtida (cf. Tabela 28).

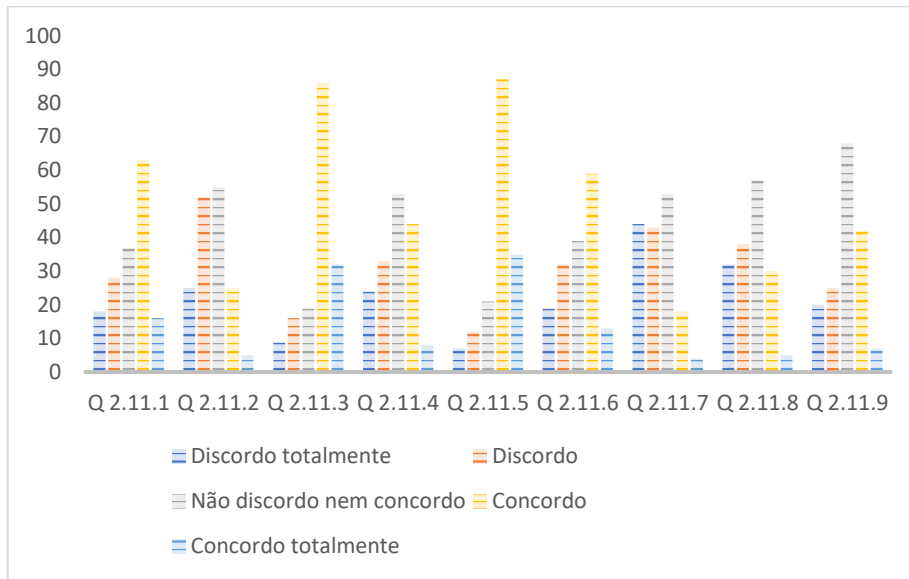
***Tabela 28 - Análise outros destinos receita Fat Tax***

Q 2.10
Subsidiar os lanches saudáveis escolares, fornecer gratuitamente a fruta e leite dos alunos p.e.
Programas escolares
Criação de espaços verdes para promover vida ao ar livre
Programas de educação e saúde alimentar para pais
Suplementos
Os impostos não são receitas do estado com afetação específica
Incentivar ao menor consumo de açúcar
Incentivos ao desporto escolar
Enquanto prestação abstrata, o imposto não pode ter um destino pré-determinado
Educação
Compensar reduzindo o IVA a produtos saudáveis
Hortas urbanas, alimentação biológica a preços acessíveis
Investigação em saúde
Benefício fiscal na prática de desporto
Deveria ser aplicada uma lei de proibição aos fabricantes de determinada quantia de açúcar

*Q 2.10 Caso queira, deixe-nos sugestões de outros destinos a serem dados pela receita obtida do imposto. A sua opinião é importante nesta investigação!*

Para analisarmos a opinião do consumidor quanto ao destino das receitas do imposto *fat tax*, resumimos a informação na tabela 69 (*vide* Apêndice III). Através desta verificámos que a maioria dos indivíduos inquiridos respondeu *Concordo* às opções 1, 3, 5, 6, correspondendo a 38,9%, 53,1%, 53,7 e 36,4%, da amostra, respetivamente, e *Não discordo nem concordo* às opções 2, 4, 7, 8 e 9, a que corresponde 34%, 32,7%, 32,7%, 35,2% e 42% da amostra, respetivamente (cf. Gráfico 17).

**Gráfico 17 - Análise da percepção consumidor sobre destino da receita do imposto**



*Q 2.11 Indique o grau de concordância com as seguintes frases relativas à finalidade do imposto Fat Tax: reduzir a despesa na saúde pública (opção 1); criar justiça social (opção 2); reduzir a obesidade (opção 3); reduzir o déficit público (opção 4); potenciar benefícios na saúde (opção 5); financiar as despesas públicas (opção 6); redistribuição da riqueza (opção 7); estabilização macroeconómica (opção 8); influência na afetação de recursos (opção 9).*

A tabela 29 expõe a percepção dos inquiridos sobre grau de risco de evasão fiscal relativo ao imposto *fat tax*. Os consumidores consideram, na sua maioria, que existe um risco, de pelo menos, médio: 40,7% entendem que existe um nível médio, 14,2% um nível alto e 4,9% um grau muito alto.

**Tabela 29 – Análise nível probabilidade evasão fiscal fat tax**

	N	%
Muito baixa	14	8,6%
Baixa	51	31,5%
Média	66	40,7%
Alta	23	14,2%
Muito alta	8	4,9%

*Q 2.12 Qual o nível de probabilidade de evasão fiscal que considera existir neste imposto?*

No estudo sobre a opinião do consumidor quanto a sujeitar outros produtos à tributação do imposto *fat tax*, a tabela 30 mostra que 107 em 162 dos inquiridos consideram que este imposto deve ser alargado a outros produtos menos nutritivos e ricos em gorduras saturadas, representando 66% da nossa amostra.

**Tabela 30 – Análise ampliação imposto a outros produtos insalubres**

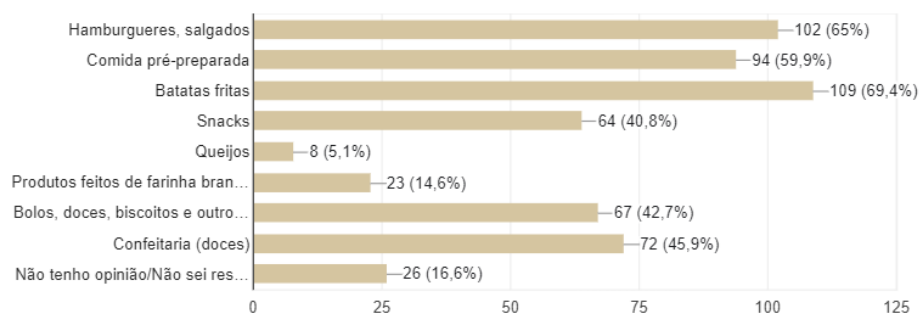
Q 3.4

	N	%
Sim	107	66,0%
Não	36	22,2%
Não tenho opinião/não sei responder	19	11,7%

Q 3.4 Considera que este imposto deve ser alargado a outros produtos menos nutritivos e ricos em gorduras saturadas?

Quanto à opinião do consumidor sobre quais os produtos que este considera sujeitar à tributação do imposto *fat tax*, o gráfico 18 mostra que a maioria dos inquiridos responderam batatas fritas, hambúrgueres e salgados.

**Gráfico 18 – Incidência fat tax a outros produtos**



Q 3.5 Na sua opinião, este imposto devia incidir em alguns destes alimentos?

Os consumidores foram questionados sobre outras medidas suplementares que podem potenciar benefícios na saúde para além da tributação do imposto *fat tax*. De acordo com a tabela 31, verificámos que a maioria dos inquiridos consideraram *Muito importante* (nível 5) todas as opções da questão, ou seja, a redução destes produtos nas escolas, redução de máquinas de *vending*, implementação de mais dispensadores de água nas escolas, atividades de promoção da saúde e isenção de imposto nas bebidas mais saudáveis. Sendo que, a medida que acolheu mais respostas foi a de atividades físicas de promoção da saúde, com 109 dos 162 indivíduos inquiridos a que corresponde 67,3% da nossa amostra.

**Tabela 31 – Análise de outras medidas suplementares**

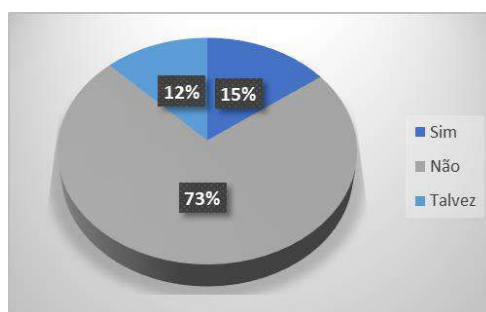
		1	2	3	4	5	Total
Q 4.2.1	N	5	2	17	39	<b>99</b>	162
	%	3,1%	1,2%	10,5%	24,1%	61,1%	100,0%
Q 4.2.2	N	8	9	39	38	<b>68</b>	162
	%	4,9%	5,6%	24,1%	23,5%	42,0%	100,0%
Q 4.2.3	N	1	3	14	36	<b>108</b>	162
	%	0,6%	1,9%	8,6%	22,2%	66,7%	100,0%
Q 4.2.4	N	0	2	10	41	<b>109</b>	162
	%	0,0%	1,2%	6,2%	25,3%	<b>67,3%</b>	100,0%
Q 4.2.5	N	5	12	26	37	<b>82</b>	162
	%	3,1%	7,4%	16,0%	22,8%	50,6%	100,0%

Q 4.2 Que medidas suplementares é que considera mais importantes: redução destes produtos na escola (opção 1); redução de máquinas de vending (opção 2), implementação de mais dispensadores de água nas escolas (opção 3); atividades físicas de promoção da saúde (opção 4); Isenção de imposto nas bebidas mais saudáveis (opção 5).

#### 5.1.2.4 Análise alteração padrão de consumo BNA após fat tax

De forma a aferir o efeito do Artigo 87.º-A do CIEC no aumento de preços nas BNA e analisar a preferência de compra do consumidor sobre os produtos associados às mesmas, previsto na Parte V relativo à H6 veja-se a tabela 71 (vide Apêndice III). Tentamos perceber se os consumidores portugueses alteraram os seus hábitos de consumo após a introdução do imposto fat tax (cf gráfico 19). Observámos que a maioria dos indivíduos (118, que representam 72,8%) não alterou o seu consumo de BNA, sendo que 77 desses inquiridos do sexo feminino e 41 do sexo masculino, a que corresponde 65,3% e 34,7%, respetivamente, da nossa amostra (cf. tabela 32).

**Gráfico 19 – Alteração padrão consumo do consumidor português após tributação**



Q 4.3 Após a introdução do imposto, alterou o seu consumo/compra de bebidas não alcoólicas?

**Tabela 32 – Relação alteração de consumo BNA após fat tax - sexo**

Tabulação cruzada Sexo \* Q 4.3

		Q 4.3									Total	
		Sim			Não			Talvez				
		N	%	Padrão	N	%	Padrão	N	%	Padrão	N	%
Sexo	Feminino	20	83,3%	3,0	77	65,3%	-6,8	18	90,0%	3,8	115	71,0%
	Masculino	4	16,7%	-3,0	41	34,7%	6,8	2	10,0%	-3,8	47	29,0%
Total		24	100,0%		118	100,0%		20	100,0%		162	100,0%

Q 4.3 Após a introdução do imposto, alterou o seu consumo/compra de bebidas não alcoólicas?

No estudo da relação entre a alteração do consumo de BNA após a introdução do imposto e o grau de confirmação de aumento de preços após a introdução do imposto sobre as BNA, encontramos algumas correlações estatisticamente significativas (cf. Tabela 33). Verificamos que as variáveis são independentes, não dependem entre si. O grau de alteração no consumo encontra uma correlação positiva fraca com o grau de confirmação de aumento de preços, neste caso ( $r_s = ,213^{**}$ ).

**Tabela 33 – Análise alterações consumo e aumento preços BNA**

Intervalos de confiança de  $r$  de Spearman

	Rô de Spearman	Significance(2-tailed)	95% Intervalos de confiança (bilaterais) <sup>a,b</sup>	
			Inferior	Superior
Q 4.3 - Q 4.6	,213	,006	,056	,360

a. A estimação é baseada na transformação de  $r$  para  $z$  de Fisher.

b. A estimação de erro padrão é baseada na fórmula proposta por Fieller, Hartley e Pearson.

Relacionamos a alteração dos hábitos e as escolhas dos consumidores com a atividade profissional e verificamos que em todas as categorias profissionais, inclusive as do ramo da saúde, responderam não à alteração do consumo ou compras de BNA após a introdução do imposto *fat tax*, conforme podemos observar na análise à tabela 34.

**Tabela 34 – Análise alteração consumo BNA após fat tax – área profissional**

Q 4.3

		Q 4.3							
		Sim		Não		Talvez		Total	
		N	%	N	%	N	%	N	%
Área Profissional	Outras áreas saúde	3	12,5%	<b>19</b>	<b>16,1%</b>	2	10,0%	24	14,8%
	Ramo alimentação e bebidas	0	0,0%	<b>4</b>	<b>3,4%</b>	0	0,0%	4	2,5%
	Outras	21	87,5%	<b>95</b>	<b>80,5%</b>	18	90,0%	134	82,7%
Total		24	100,0%	<b>118</b>	<b>100,0%</b>	20	100,0%	162	100,0%

Q 4.3 Após a introdução do imposto, alterou o seu consumo/compra de bebidas não alcoólicas?

Com base na tabela 35 podemos analisar a preferência dos consumidores portugueses segundo o seu critério de escolha na compra BNA e percebemos que a maioria dos indivíduos, do sexo feminino, selecionaram  *muito frequentemente*  a opção qualidade melhor,  *pouco frequente*  a opção de categorias semelhantes menos afetadas pelo imposto e formatos ou embalagens menores e  *frequentemente*  marcas com preços mais reduzidos, opções com menos açúcares/calorias e  *packs*  promocionais.

**Tabela 35 – Análise critérios de escolha BNA - sexo**

Tabulação cruzada Sexo \* Q 4.4.1

		Q 4.4.1											
		Raramente		Pouco frequente		Frequentemente		Muito frequentemente		Sempre		Total	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Sexo	Feminino	33	63,5%	<b>40</b>	<b>72,7%</b>	26	74,3%	10	83,3%	6	75,0%	115	71,0%
	Masculino	19	36,5%	15	27,3%	9	25,7%	2	16,7%	2	25,0%	47	29,0%
Total		52	100,0%	<b>55</b>	100,0%	35	100,0%	12	100,0%	8	100,0%	162	100,0%

Tabulação cruzada Sexo \* Q 4.4.2

		Q 4.4.2											
		Raramente		Pouco frequente		Frequentemente		Muito frequentemente		Sempre		Total	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Sexo	Feminino	32	69,6%	<b>42</b>	<b>71,2%</b>	30	71,4%	7	63,6%	4	100,0%	115	71,0%
	Masculino	14	30,4%	17	28,8%	12	28,6%	4	36,4%	0	0,0%	47	29,0%
Total		46	100,0%	<b>59</b>	100,0%	42	100,0%	11	100,0%	4	100,0%	162	100,0%

Tabulação cruzada Sexo \* Q 4.4.3

		Q 4.4.3											
		Raramente		Pouco frequente		Fre-quentemente		Muito frequente		Sempre		Total	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Sexo	Femi-nino	15	60,0%	25	65,8%	<b>40</b>	<b>72,7%</b>	21	75,0%	14	87,5%	115	71,0%
	Mascu-lino	10	40,0%	13	34,2%	15	27,3%	7	25,0%	2	12,5%	47	29,0%
Total		25	100,0%	38	100,0%	<b>55</b>	100,0%	28	100,0%	16	100,0%	162	100,0%

Tabulação cruzada Sexo \* Q 4.4.4

		Q 4.4.4											
		Raramente		Pouco frequente		Fre-quentemente		Muito frequente		Sempre		Total	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Sexo	Femi-nino	9	64,3%	13	65,0%	<b>45</b>	<b>72,6%</b>	28	68,3%	20	80,0%	115	71,0%
	Mascu-lino	5	35,7%	7	35,0%	17	27,4%	13	31,7%	5	20,0%	47	29,0%
Total		14	100,0%	20	100,0%	<b>62</b>	100,0%	41	100,0%	25	100,0%	162	100,0%

Tabulação cruzada Sexo \* Q 4.4.5

		Q 4.4.5											
		Raramente		Pouco frequente		Fre-quentemente		Muito frequente		Sempre		Total	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Sexo	Femi-nino	3	50,0%	7	87,5%	42	77,8%	<b>33</b>	60,0%	30	76,9%	115	71,0%
	Mascu-lino	3	50,0%	1	12,5%	12	22,2%	22	40,0%	9	23,1%	47	29,0%
Total		6	100,0%	8	100,0%	54	100,0%	<b>55</b>	100,0%	39	100,0%	162	100,0%

Tabulação cruzada Sexo \* Q 4.4.6

		Q 4.4.6											
		Raramente		Pouco frequente		Fre-quentemente		Muito frequente		Sempre		Total	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Sexo	Femi-nino	14	63,6%	20	60,6%	<b>43</b>	75,4%	21	75,0%	17	77,3%	115	71,0%
	Mascu-lino	8	36,4%	13	39,4%	14	24,6%	7	25,0%	5	22,7%	47	29,0%
Total		22	100,0%	33	100,0%	<b>57</b>	100,0%	28	100,0%	22	100,0%	162	100,0%

Q 4.4 Qual o critério de escolha na compra de bebidas não alcoólicas: Categorias semelhantes menos afetadas pelo imposto (opção 1); formatos ou embalagens menores (opção 2); marcas com preços mais reduzidos (opção 3); opções com menos açúcares/calorias (opção 4); qualidade melhor (opção 5); Pack promocional (ex. leve 4 pague 3) (opção 6).



A informação da tabela 36 permitiu-nos analisar se a preferência dos consumidores portugueses é influenciada pela associação de comorbilidades a certos alimentos ou se pela tributação do imposto *fat tax*. A grande maioria dos indivíduos identificou a água como sendo o produto que consome mais vezes, dado que 93 em 162 respondeu *Sempre* à opção 1, a que corresponde 57,4% da nossa amostra. Os inquiridos consideram que a água é muito importante e saudável. Nos produtos *Nunca* consumidos/adquiridos encontram-se as *bebidas premium /mixers* com 52,5% da nossa amostra.

**Tabela 36 – Análise seleção BNA e relação comorbilidades na tributação fat tax**

		Nunca	Raramente	Frequentemente	Muito frequentemente	Sempre	Total
Q 4.5.1	N	2	6	10	51	<b>93</b>	162
	%	1,2%	3,7%	6,2%	31,5%	<b>57,4%</b>	100,0%
Q 4.5.2	N	54	<b>78</b>	21	5	4	162
	%	33,3%	<b>48,1%</b>	13,0%	3,1%	2,5%	100,0%
Q 4.5.3	N	41	<b>58</b>	40	19	4	162
	%	25,3%	<b>35,8%</b>	24,7%	11,7%	2,5%	100,0%
Q 4.5.4	N	34	<b>52</b>	41	27	8	162
	%	21,0%	<b>32,1%</b>	25,3%	16,7%	4,9%	100,0%
Q 4.5.5	N	12	<b>54</b>	49	40	7	162
	%	7,4%	<b>33,3%</b>	30,2%	24,7%	4,3%	100,0%
Q 4.5.6	N	<b>85</b>	58	10	9	0	162
	%	<b>52,5%</b>	35,8%	6,2%	5,6%	0,0%	100,0%
Q 4.5.7	N	64	<b>65</b>	21	9	3	162
	%	39,5%	<b>40,1%</b>	13,0%	5,6%	1,9%	100,0%
Q 4.5.8	N	<b>64</b>	57	30	8	3	162
	%	<b>39,5%</b>	35,2%	18,5%	4,9%	1,9%	100,0%

*Q 4.5. Indique qual o produto que consome/compra mais vezes: água aromatizada / frutada, produto semelhante mais económico, produto semelhante mas com menor teor de açúcar (light), sumos à base de fruta, bebida premium / mixers, concentrados, outros não especificados*

## 5.2 Implicação dos resultados nas empresas

Neste subcapítulo fizemos o tratamento da análise do conhecimento do imposto e a sua influência na atividade das empresas portuguesas. Averiguamos a preferência e a finalidade deste imposto, assim como, se causou algum impacto no resultado das empresas após a sua implementação.

### 5.2.1 Caracterização das empresas

Relativamente às respostas das empresas, responderam ao inquérito 11 empresas, sendo 27,3% das respostas correspondente a empresas com CAE 4711 - Comércio a retalho em estabelecimentos não especificados, com predominância de produtos alimentares, bebidas ou tabaco, 9,1% correspondente a empresas com CAE 46342 - Comércio por grosso de BNA e 63,6% correspondente a outras empresas com outros CAE's, conforme se pode observar no gráfico 20.

**Gráfico 20 - Caracterização das empresas**



#### 5.2.1.1 Análise do conhecimento do imposto e a sua influência no comportamento

Com o objetivo de recolher informação sobre a opinião e do conhecimento das empresas acerca do imposto *fat tax* sobre BNA (Artigo 87.º-A do CIEC), previsto na nossa Parte VI, relativa às H2 e H11 veja-se a tabela 37 e no gráfico 21. Estudamos o grau de perceção das

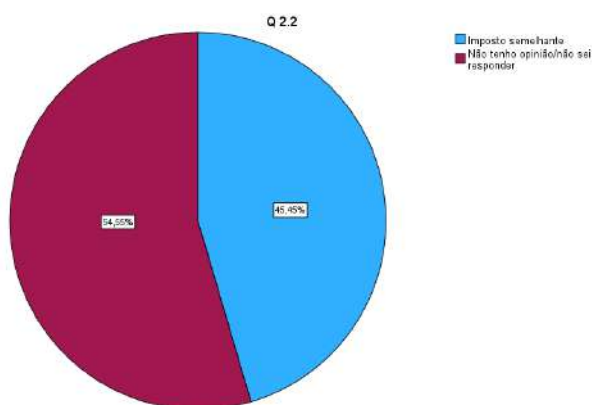
empresas sobre a justiça do imposto *fat tax* e se o consideram semelhante ou distinto ao dos restantes Estados Membros da EU. Verificámos que 5 em 11 das empresas inquiridas consideram este imposto justo, o que corresponde a 45,5% da nossa amostra. Também podemos observar na tabela 73 (*vide* Apêndice III) que a grande maioria 54,5% das empresas não tem conhecimento acerca da semelhança deste imposto relativamente a outros países comunitários, nenhuma empresa considerou o imposto distinto do aplicado em outros EM. Não obstante, 5 empresas inquiridas (representando 45,5% da nossa amostra) consideram que é um imposto semelhante ao dos restantes Estados Membros da UE.

**Tabela 37 - Classificação do imposto pelas empresas**

	N	%
Nada justo	3	27,3%
Nem justo, nem injusto	3	27,3%
Justo	5	45,5%

*Q 2.1 Como classifica este imposto?*

**Gráfico 21 – Comparação imposto *fat tax* - Portugal e Estados Membros**



*Q 2.2 Na sua opinião, este imposto é semelhante ou distinto dos restantes Estados Membros da União Europeia?*

No estudo da relação entre a o grau de importância entre um imposto justo com o grau de diminuição do imposto, encontramos algumas correlações estatisticamente significativas (cf. Tabela 38). Verificámos que as variáveis são dependentes entre si. O grau de justiça do imposto encontra uma correlação negativa forte significativa com o grau de diminuição de

imposto, neste caso ( $r_s = -,773^{**}$ ). Concluimos que quanto mais justo se tornar o imposto menos o imposto irá diminuir.

**Tabela 38 – Relação imposto justo e diminuição imposto**

*Correlações*

			Q 2.1	Q 2.3
Rô de Spearman	Q 2.1	Coeficiente de Correlação	1,000	-,773**
		Sig. (2 extremidades)	.	,005
		N	11	11
	Q 2.3	Coeficiente de Correlação	-,773**	1,000
		Sig. (2 extremidades)	,005	.
		N	11	11

\*\* . A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

*Intervalos de confiança de Rô de Spearman*

		Significance (2-tailed)	95% Intervalos de confiança (bilaterais) <sup>a,b</sup>	
Rô de Spearman			Inferior	Superior
Q 2.1 - Q 2.3	-,773	,005	-,940	-,305

a. A estimação é baseada na transformação de r para z de Fisher.

b. A estimação de erro padrão é baseada na fórmula proposta por Fieller, Hartley e Pearson.

Investigamos a relação entre a o grau de semelhança do imposto com o dos restantes Estados Membros da UE e o grau de estabilização macroeconómica, encontramos algumas correlações estatisticamente significativas (cf. Tabela 39). Observámos que as variáveis, também neste caso, dependem entre si. O grau de semelhança do imposto com o dos restantes Estados Membros da UE encontra uma correlação negativa forte com o grau de estabilização macroeconómica, neste caso ( $r_s = -,702^*$ ). Podemos concluir que quanto maior for o grau de semelhança do imposto entre EM da UE menor será a estabilização macroeconómica.

**Tabela 39 – Relação imposto fat tax - Portugal e Estados Membros - Estabilização económica**

*Correlações<sup>b</sup>*

			Q 2.2	Q 2.5.8
Rô de Spearman	Q 2.2	Coeficiente de Correlação	1,000	-,702*
		Sig. (2 extremidades)	.	,016
	Q 2.5.8	Coeficiente de Correlação	-,702*	1,000
		Sig. (2 extremidades)	,016	.

\*. A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades). b. De Lista N = 11

*Intervalos de confiança de r<sub>s</sub> de Spearman*

	Rô de Spearman	Significance (2-tailed)	95% Intervalos de confiança (bilaterais) <sup>a,b</sup>	
			Inferior	Superior
Q 2.2 - Q 2.5.8	-,702	,016	-,919	-,156

a. A estimação é baseada na transformação de r para z de Fisher.

b. A estimação de erro padrão é baseada na fórmula proposta por Fieller, Hartley e Pearson.

Analisámos também a relação entre a o grau de justiça do imposto com o grau de diminuição da obesidade, encontramos algumas correlações estatisticamente significativas (cf. Tabela 40). Mais uma vez as variáveis são dependentes entre si. O grau de justiça do imposto encontra uma correlação positiva forte com o grau de diminuição da obesidade, neste caso ( $r_s = ,654^*$ ). Podemos concluir que quanto mais justo se tornar o imposto maior será a diminuição na obesidade.

**Tabela 40 – Análise imposto justo e diminuição obesidade**

*Correlações<sup>b</sup>*

			Q 2.1	Q 2.5.3
Rô de Spearman	Q 2.1	Coefficiente de Correlação	1,000	,654*
		Sig. (2 extremidades)	.	,029
	Q 2.5.3	Coefficiente de Correlação	,654*	1,000
		Sig. (2 extremidades)	,029	.

\*. A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades).

b. De Lista N = 11

*Intervalos de confiança de Rô de Spearman*

	rô de Spearman	Significance (2-tailed)	95% Intervalos de confiança (bilaterais) <sup>a,b</sup>	
			Inferior	Superior
Q 2.1 - Q 2.5.3	,654	,029	,069	,905

a. A estimação é baseada na transformação de r para z de Fisher.

b. A estimação de erro padrão é baseada na fórmula proposta por Fieller, Hartley e Pearson.

A informação da tabela 41 permitiu analisar o grau de relacionamento entre o imposto *fat tax* e a saúde por parte das empresas portuguesas. Através desta tabela percebemos que a maioria das empresas da nossa amostra consideram que este imposto é uma política que se limita à arrecadação de receita fiscal, dado que quase 64%, pelo menos, "concordam" com essa ideia.

**Tabela 41 – Análise imposto fat tax – política de receita fiscal ou saúde?**

	N	%
Discordo totalmente	1	9,1%
Discordo	2	18,2%
Não discordo nem concordo	1	9,1%
Concordo	5	45,5%
Concordo totalmente	2	18,2%

Q 2.4 A maioria das pessoas afirma que, apesar de potenciar a redução da obesidade e ser benéfico à saúde da população, este imposto limita-se a uma política de arrecadação de receita fiscal. Concorda com esta afirmação?

No estudo da relação entre este imposto ser uma política de arrecadação de receita fiscal e o grau de estabilização macroeconómica, encontramos algumas correlações estatisticamente significativas (cf. Tabela 42). Verificámos que as variáveis são dependentes entre si. O grau de política de arrecadação de receita fiscal encontra uma correlação negativa moderada com o grau de estabilização macroeconómica, neste caso ( $r_s = -,613^*$ ). Concluimos que quanto maior for a política de arrecadação de receita fiscal menor será a estabilização macroeconómica.

**Tabela 42 – Relação entre receita fiscal e estabilização macroeconómica**

*Correlações<sup>b</sup>*

			Q 2.4	Q 2.8.5
Rô de Spearman	Q 2.4	Coeficiente de Correlação	1,000	-,613*
		Sig. (2 extremidades)	.	,045
	Q 2.8.5	Coeficiente de Correlação	-,613*	1,000
		Sig. (2 extremidades)	,045	.

\*. A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades).

b. De Lista N = 11

*Intervalos de confiança de Rô de Spearman*

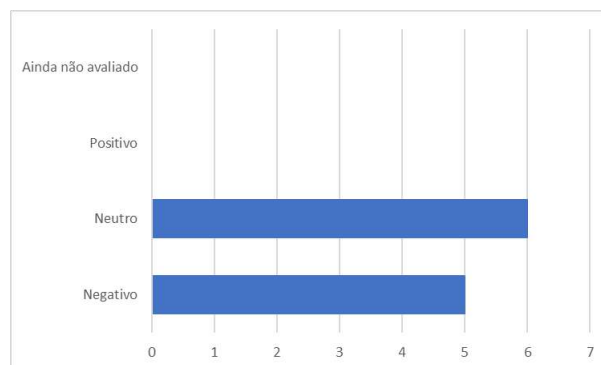
	Rô de Spearman	Significance(2-tailed)	95% Intervalos de confiança (bilaterais) <sup>a,b</sup>	
			Inferior	Superior
Q 2.4 - Q 2.8.5	-,613	,045	-,891	,000

a. A estimação é baseada na transformação de r para z de Fisher.

b. A estimação de erro padrão é baseada na fórmula proposta por Fieller, Hartley e Pearson.

A percepção dos empresários sobre o impacto do imposto *fat tax* nas empresas portuguesas encontra-se expressa na tabela 75 (*vide* Apêndice III). Através desta tabela percebemos que as empresas consideram que este imposto teve um impacto neutro nos resultados das mesmas, o que representa 54,5% da nossa amostra, realçamos que nenhum empresário considera este imposto positivo para os sectores da amostra (*cf.* Gráfico 22).

**Gráfico 22 – Impacto *fat tax* nas empresas portuguesas**



*Q 2.6 Qual o impacto deste imposto na sua empresa?*

Na tabela 43 prestamos informação sobre o nível de risco de evasão fiscal relativo ao imposto *fat tax*. Os resultados obtidos mostram que 36,4% das empresas da amostra consideram existir um risco médio de evasão fiscal.

**Tabela 43 – Análise risco evasão fiscal**

	N	%
Muito baixa	2	18,2%
Baixa	3	27,3%
Média	4	36,4%
Alta	1	9,1%
Muito alta	1	9,1%

*Q 2.9 Qual o nível de probabilidade de evasão fiscal que considera existir neste imposto?*

## 5.2.2 Validação das hipóteses

### 5.2.2.1 Análise da preferência e finalidade do imposto *fat tax*

Com o objetivo de estudar as preferências na tributação do *fat tax* por parte das empresas portuguesas, previsto na nossa Parte VII, relativa às H4 e H10 veja-se a tabela 45. Para estudar a relação entre o grau de satisfação nas empresas portuguesas com a tributação do *fat tax* e a saúde atente-se à tabela 44. Através desta observámos que a maioria das empresas está satisfeita com a tributação sobre as BNA dado que 8 em 11 empresas inquiridas (36,4% da amostra) responderam que o imposto deveria aumentar. Extraímos que a maioria das respostas é proveniente de empresas com o CAE 4711 - Comércio a retalho em estabelecimento não especificado, com predominância de produtos alimentares, bebidas ou tabaco, correspondente a 66,7% da nossa amostra, o que mostra que consideram este imposto importante.

**Tabela 44 – Análise perspectiva aumento imposto**

Tabulação cruzada Q 2.3 \* Empresa\_CAE

		Empresa_CAE						Total	
		46342 - Comércio por grosso de bebidas não alcoólicas		4711 - Comércio a retalho em estabelecim. não espec. com predominância de produtos alimentares, bebidas ou tabaco		Outra			
		N	%	N	%	N	%	N	%
Q	Aumentar	0 <sub>a</sub>	0,0%	2 <sub>a</sub>	66,7%	2 <sub>a</sub>	28,6%	4	36,4%
2.3	Manter-se	0 <sub>a</sub>	0,0%	0 <sub>a</sub>	0,0%	3 <sub>a</sub>	42,9%	3	27,3%
	Diminuir	1 <sub>a</sub>	100,0%	0 <sub>a</sub>	0,0%	1 <sub>a</sub>	14,3%	2	18,2%
	Diminuir muito	0 <sub>a</sub>	0,0%	1 <sub>a</sub>	33,3%	1 <sub>a</sub>	14,3%	2	18,2%
Total		1	100,0%	3	100,0%	7	100,0%	11	100,0%

Cada letra de subscrito indica um subconjunto de Empresa\_CAE categorias cujas proporções da coluna não se diferem significativamente umas das outras no nível ,05.

Q 2.3 Na sua perspectiva, este imposto devia aumentar, diminuir ou manter-se?

No estudo da relação entre a o grau de redução da despesa na saúde pública e o grau de potenciar benefícios na saúde, encontramos algumas correlações estatisticamente significativas (cf. Tabela 45). Verificámos que as variáveis são dependentes entre si. O grau de redução de despesa na saúde pública encontra uma correlação positiva forte com o grau de potenciar benefícios na saúde, neste caso ( $r_s = ,778^{**}$ ).



**Tabela 45 – Relação redução despesa pública e benefícios na saúde**

*Correlações<sup>b</sup>*

			Q 2.5.1	Q 2.5.5
Rô de Spearman	Q 2.5.1	Coeficiente de Correlação	1,000	,778**
		Sig. (2 extremidades)	.	,005
	Q 2.5.5	Coeficiente de Correlação	,778**	1,000
		Sig. (2 extremidades)	,005	.

\*\* . A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades). b. De Lista N = 11

*Intervalos de confiança de Rô de Spearman*

Rô de Spearman	Significance(2-tailed)	95% Intervalos de confiança (bilaterais) <sup>a,b</sup>	
		Inferior	Superior
Q 2.5.1 - Q 2.5.5	,778	,315	,942

a. A estimação é baseada na transformação de r para z de Fisher.

b. A estimação de erro padrão é baseada na fórmula proposta por Fieller, Hartley e Pearson.

Para investigar a relação entre a o grau de potenciar benefícios na saúde e o grau de uso de produtos/alimentos de qualidade superior, encontramos algumas correlações estatisticamente significativas (cf. Tabela 46). Verificamos que as variáveis dependem entre si. O grau de potenciar benefícios na saúde encontra uma correlação positiva forte com o grau de uso de produtos/alimentos de qualidade superior, neste caso ( $r_s = ,816^{**}$ ).

**Tabela 46 – Relação produtos / alimentos qualidade superior e potenciar benefícios na saúde**

*Correlações<sup>b</sup>*

			Q 2.5.5	Q 2.8.4
Rô de Spearman	Q 2.5.5	Coeficiente de Correlação	1,000	,816**
		Sig. (2 extremidades)	.	,002
	Q 2.8.4	Coeficiente de Correlação	,816**	1,000
		Sig. (2 extremidades)	,002	.

\*\* . A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades). b. De Lista N = 11

*Intervalos de confiança de Rô de Spearman*

Rô de Spearman	Significance(2-tailed)	95% Intervalos de confiança (bilaterais) <sup>a,b</sup>	
		Inferior	Superior
Q 2.5.5 - Q 2.8.4	,816	,407	,953

a. A estimação é baseada na transformação de r para z de Fisher.

b. A estimação de erro padrão é baseada na fórmula proposta por Fieller, Hartley e Pearson.

No estudo investigação da relação entre a o grau de redução do açúcar e o grau de redução do déficit público, encontramos algumas correlações estatisticamente significativas (cf. Tabela 47). Verificamos que as variáveis são dependentes, dependem entre si. O grau de redução de açúcar encontra uma correlação positiva forte com o grau de redução do déficit público, neste caso ( $r_s=,789^{**}$ ).

**Tabela 47 – Relação redução açúcar ou déficit público?**

*Correlações<sup>b</sup>*

			Q 2.8.3	Q 2.5.4
Rô de Spearman	Q 2.8.3	Coeficiente de Correlação	1,000	,789**
		Sig. (2 extremidades)	.	,004
	Q 2.5.4	Coeficiente de Correlação	,789**	1,000
		Sig. (2 extremidades)	,004	.

\*\* . A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades). b. De Lista N = 11

*Intervalos de confiança de Rô de Spearman*

	Rô de Spearman	Significance (2-tailed)	95% Intervalos de confiança (bilaterais) <sup>a,b</sup>	
			Inferior	Superior
Q 2.8.3 - Q 2.5.4	,789	,004	,342	,945

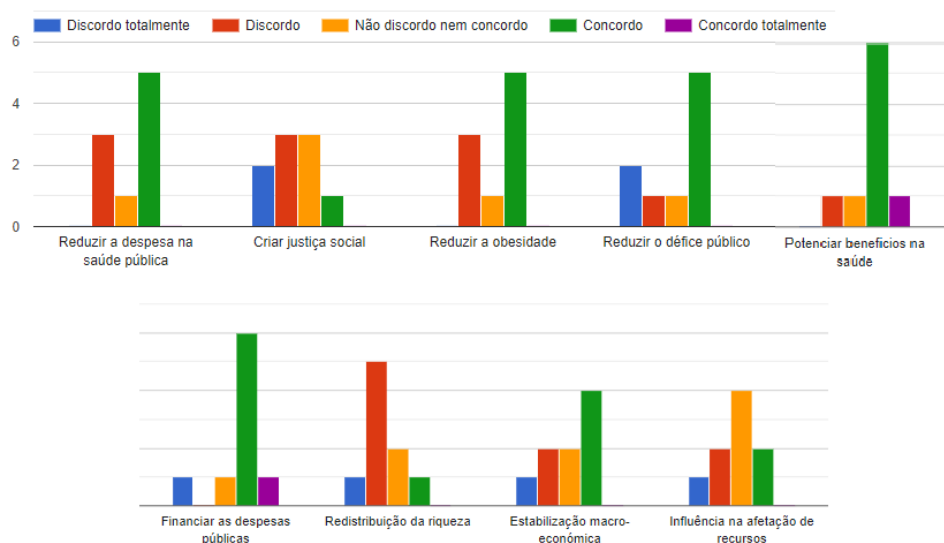
a. A estimação é baseada na transformação de r para z de Fisher.

b. A estimação de erro padrão é baseada na fórmula proposta por Fieller, Hartley e Pearson.

### 5.2.2.2 Análise do conhecimento do imposto e a sua influência no comportamento

Com o objetivo de analisar a influência da tributação sobre as BNA no processo produtivo das empresas em Portugal previsto na nossa Parte VIII, relativo às H9 e H12, bem como quanto à opinião das empresas acerca da finalidade do imposto *fat tax* atente-se à tabela 74 (*vide* Apêndice III). Verificámos que a maioria das empresas inquiridas respondeu *Concordo* às várias opções 1, 3, 4, 5, 6 e 8, correspondendo a 54,5%, 54,5%, 54,5%, 63,6%, 63,6% e 45,5%, da amostra, respetivamente (cf. Gráfico 23).

**Gráfico 23 - Análise finalidade fat tax**



Q 2.5 Indique o grau de concordância com as seguintes frases relativas à finalidade do imposto fat tax: reduzir a despesa na saúde pública (opção 1); criar justiça social (opção 2); reduzir a obesidade (opção 3); reduzir o déficit público (opção 4); potenciar benefícios na saúde (opção 5); financiar as despesas públicas (opção 6); redistribuição da riqueza (opção 7); estabilização macroeconômica (opção 8); influência na afetação de recursos (opção 9).

No estudo da relação entre a o grau de diminuição do imposto e o grau de redistribuição de riqueza, encontramos algumas correlações estatisticamente significativas (cf. Tabela 48). Verificamos que as variáveis são, novamente, dependentes entre si. O grau de diminuição do imposto encontra uma correlação negativa forte com o grau de redistribuição de riqueza, neste caso ( $r_s = -,697^*$ ).

**Tabela 48 – Relação diminuição imposto e redistribuição riqueza**

Correlações<sup>b</sup>

			Q 2.3	Q 2.5.7
Rô de Spearman	Q 2.3	Coeficiente de Correlação	1,000	-,697*
		Sig. (2 extremidades)	.	,017
	Q 2.5.7	Coeficiente de Correlação	-,697*	1,000
		Sig. (2 extremidades)	,017	.

\*. A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades). b. De Lista N = 11

Intervalos de confiança de Rô de Spearman

		95% Intervalos de confiança (bilaterais) <sup>a,b</sup>	
	Rô de Spearman	Significance(2-tailed)	
Q 2.3 - Q 2.5.7	-,697	,017	Inferior: -,918 Superior: -,146

a. A estimação é baseada na transformação de r para z de Fisher.

b. A estimação de erro padrão é baseada na fórmula proposta por Fieller, Hartley e Pearson.

Ao investigar a relação entre o grau de redução da despesa na saúde pública e o grau de impacto do imposto nas empresas portuguesas, detetámos algumas correlações estatisticamente significativas (cf. Tabela 49). Deste modo, constatámos que as variáveis são dependentes entre si. O grau de redução da despesa na saúde pública encontra uma correlação positiva forte com o grau de impacto do imposto nas empresas, neste caso ( $r_s = ,732^*$ ).

**Tabela 49 – Relação redução despesa pública e impacto fat tax**

*Correlações<sup>b</sup>*

			Q 2.5.1	Q 2.6
Rô de Spearman	Q 2.5.1	Coeficiente de Correlação	1,000	,732*
		Sig. (2 extremidades)	.	,010
	Q 2.6	Coeficiente de Correlação	,732*	1,000
		Sig. (2 extremidades)	,010	.

\*. A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades). b. De Lista N = 11

*Intervalos de confiança de Rô de Spearman*

Rô de Spearman	Significance(2-tailed)	95% Intervalos de confiança (bilaterais) <sup>a,b</sup>	
		Inferior	Superior
Q 2.5.1 - Q 2.6	,732	,216	,928

a. A estimação é baseada na transformação de r para z de Fisher.

b. A estimação de erro padrão é baseada na fórmula proposta por Fieller, Hartley e Pearson.

Ao analisar a relação entre a o grau de redução da despesa na saúde pública e o grau de utilização de produtos/alimentos de qualidade superior observamos que também existem algumas correlações estatisticamente significativas (cf. Tabela 50). Estas variáveis são dependentes entre si. O grau de redução da despesa na saúde pública encontra uma correlação positiva moderada com o grau de utilização de produtos / alimentos de qualidade superior, neste caso ( $r_s = ,612^*$ ).

**Tabela 50 – Relação redução despesa pública e uso de produtos / alimentos qualidade superior**

*Correlações<sup>b</sup>*

			Q 2.5.1	Q 2.8.4
Rô de Spearman	Q 2.5.1	Coeficiente de Correlação	1,000	,612*
		Sig. (2 extremidades)	.	,045
	Q 2.8.4	Coeficiente de Correlação	,612*	1,000
		Sig. (2 extremidades)	,045	.

\*. A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades). b. De Lista N = 11

*Intervalos de confiança de Rô de Spearman*

	Rô de Spearman	Significance(2-tailed)	95% Intervalos de confiança (bilaterais) <sup>a,b</sup>	
			Inferior	Superior
Q 2.5.1 - Q 2.8.4	,612	,045	-,001	,891

a. A estimação é baseada na transformação de r para z de Fisher.

b. A estimação de erro padrão é baseada na fórmula proposta por Fieller, Hartley e Pearson.

Ao observar a relação existente entre a o grau redução de máquinas de *vending* e o grau de probabilidade de evasão fiscal, verificamos situações de correlações estatisticamente significativas (cf. Tabela 51). Concluimos que as variáveis são dependentes entre si. O grau de redução de máquinas de *vending* encontra uma correlação positiva forte com o grau de probabilidade de evasão fiscal, neste caso ( $r_s=,837^{**}$ ).

***Tabela 51 – Relação redução máquinas de vending e evasão fiscal***

*Correlações<sup>b</sup>*

		Q 2.10.2	Q 2.9
Rô de Spearman	Q 2.10.2	Coeficiente de Correlação Sig. (2 extremidades)	1,000 ,837 <sup>**</sup>
	Q 2.9	Coeficiente de Correlação Sig. (2 extremidades)	,837 <sup>**</sup> ,001

<sup>\*\*</sup>. A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

b. De Lista N = 11

*Intervalos de confiança de Rô de Spearman*

	Rô de Spearman	Significance (2-tailed)	95% Intervalos de confiança (bilaterais) <sup>a,b</sup>	
			Inferior	Superior
Q 2.10.2 - Q 2.9	,837	,001	,459	,958

a. A estimação é baseada na transformação de r para z de Fisher.

b. A estimação de erro padrão é baseada na fórmula proposta por Fieller, Hartley e Pearson.

No estudo da relação entre o grau de reformulação da composição de produtos e a rotulagem identificativa de percentagem de açúcares e matérias gordas existem algumas correlações estatisticamente significativas (cf. Tabela 52). Conferimos que as variáveis são dependentes entre si. O grau de reformulação da composição de produtos encontra uma correlação positiva forte com a rotulagem identificativa de percentagem de açúcares e matérias gordas, neste caso ( $r_s=,793^{**}$ ).

**Tabela 52 – Relação reformulação e rotulagem de produtos após fat tax**

*Correlações<sup>b</sup>*

			Q 2.8.9	Q 2.7.5
Rô de Spearman	Q 2.8.9	Coeficiente de Correlação	1,000	,793**
		Sig. (2 extremidades)	.	,004
	Q 2.7.5	Coeficiente de Correlação	,793**	1,000
		Sig. (2 extremidades)	,004	.

\*\* . A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

b. De Lista N = 11

*Intervalos de confiança de Rô de Spearman*

					95% Intervalos de confiança (bilaterais) <sup>a,b</sup>	
	Rô de Spearman	Significance(2-tailed)	Inferior	Superior		
Q 2.8.9 - Q 2.7.5	,793	,004	,350	,946		

a. A estimação é baseada na transformação de r para z de Fisher.

b. A estimação de erro padrão é baseada na fórmula proposta por Fieller, Hartley e Pearson.

Para estudar a opinião das empresas quanto às medidas que pretendem tomar para contrariar o efeito da tributação do imposto *fat tax*, podemos recorrer à análise da tabela 53. Através desta tabela observamos que 4 das 11 das empresas inquiridas respondeu *Muito frequente* à reformulação da composição do produto (opção 5) correspondendo a 36,4%, da amostra. Apenas responderam *Nunca* às opções 1 e 3 sobre o desenvolvimento de novas embalagens e ao desenvolvimento de bebidas Premium cerca de 54,5% e 45,5%, respetivamente, da nossa amostra. Notamos frequentes as medidas de desenvolvimento de produtos semelhantes 54,5% e de reformulação de rotulagem identificativa de percentagem de açúcares e matérias gordas 36,5% da nossa amostra.

**Tabela 53 – Medidas e alterações no processo produtivo após fat tax**

		Q 2.7.1	Q 2.7.2	Q 2.7.3	Q 2.7.4	Q 2.7.5	Q 2.7.6	Q 2.7.7
Nunca	N	6	4	5	2	2	3	2
	%	<b>54,5%</b>	36,4%	<b>45,5%</b>	18,2%	18,2%	27,3%	18,2%
Raramente	N	4	4	3	2	3	4	3
	%	36,4%	36,4%	27,3%	18,2%	27,3%	36,4%	27,3%
Frequentemente	N	0	0	3	6	1	3	4
	%	0,0%	0,0%	27,3%	<b>54,5%</b>	9,1%	27,3%	<b>36,4%</b>
Muito frequente	N	1	3	0	1	4	1	1
	%	9,1%	27,3%	0,0%	9,1%	<b>36,4%</b>	9,1%	9,1%
Sempre	N	0	0	0	0	1	0	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	9,1%	0,0%	9,1%
Total	N	11	11	11	11	11	11	11
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Q 2.7 Que procedimento / medida tomou ou tenciona tomar para contrariar o efeito da tributação desenvolvimento de novas embalagens (opção1); alteração de capacidade da embalagem (opção 2); desenvolvimento de bebidas Premium (opção 3); desenvolvimento de produtos semelhantes (opção 4); reformulação da composição do produto (opção5); desenvolvimento de novas estratégias de publicidade opção 6); reformulação de rotulagem identificativa de percentagem de açúcares e matérias gordas (opção 7).

Para observarmos a relação entre o grau de desenvolvimento de novos produtos semelhantes e o grau de diminuição do imposto, detetámos algumas correlações estatisticamente significativas (cf. Tabela 54). No seguimento de outras análises, estas variáveis são, também, dependentes entre si. O grau de desenvolvimento de novos produtos semelhantes encontra uma correlação positiva forte com o grau de diminuição do imposto, neste caso ( $r_s=,815^{**}$ ).

**Tabela 54 – Análise preferências na tributação e alteração processo produtivo**

*Correlações<sup>b</sup>*

			Q 2.3	Q 2.7.4
Rô de Spearman	Q 2.3	Coeficiente de Correlação	1,000	,815**
		Sig. (2 extremidades)	.	,002
	Q 2.7.4	Coeficiente de Correlação	,815**	1,000
		Sig. (2 extremidades)	,002	.

\*\* . A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

b. De Lista N = 11

*Intervalos de confiança de Rô de Spearman*

	Rô de Spearman	Significance (2-tailed)	95% Intervalos de confiança (bilaterais) <sup>a,b</sup>	
			Inferior	Superior
Q 2.3 - Q 2.7.4	,815	,002	,404	,952

a. A estimação é baseada na transformação de r para z de Fisher.

b. A estimação de erro padrão é baseada na fórmula proposta por Fieller, Hartley e Pearson.

Na investigação do grau de relacionamento do desenvolvimento de novos produtos e as medidas implementadas nas empresas para minorar o efeito da tributação do imposto *fat tax*, veja-se a tabela 55. Através desta tabela verificamos que a maioria das empresas inquiridas opta frequentemente pela substituição de açúcares, uma vez que 7 em 11 das empresas inquiridas respondeu *Frequentemente* à opção 2 correspondendo a 63,6%, da nossa amostra. De um modo menos significativo, essa foi, igualmente, a resposta para as opções 1, 3, 4, 5, 6 e 9 com 36,4%, 45,5%, 45,5%, 27,3%, 27,3% e 45,5% respetivamente.

**Tabela 55 - Análise alteração processo produtivo após fat tax**

		Q 2.8.1	Q 2.8.2	Q 2.8.3	Q 2.8.4	Q 2.8.5	Q 2.8.6	Q 2.8.7	Q 2.8.8	Q 2.8.9
Nunca	N	2	1	2	1	3	2	1	1	1
	%	18,2%	9,1%	18,2%	9,1%	<b>27,3%</b>	18,2%	9,1%	9,1%	9,1%
Raramente	N	4	1	0	3	2	3	5	4	3
	%	<b>36,4%</b>	9,1%	0,0%	27,3%	18,2%	<b>27,3%</b>	<b>45,5%</b>	<b>36,4%</b>	27,3%
Frequentemente	N	<b>4</b>	7	5	5	3	3	3	3	5
	%	<b>36,4%</b>	<b>63,6%</b>	<b>45,5%</b>	<b>45,5%</b>	<b>27,3%</b>	<b>27,3%</b>	27,3%	27,3%	<b>45,5%</b>
Muito frequente	N	1	2	4	2	2	2	2	3	2
	%	9,1%	18,2%	36,4%	18,2%	18,2%	18,2%	18,2%	27,3%	18,2%
Sempre	N	0	0	0	0	1	1	0	0	0
	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	9,1%	9,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Total	N	11	11	11	11	11	11	11	11	11
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

*Q 2.8 Face ao desenvolvimento de novos produtos, indique o grau de frequência tomada para cada opção: utilização de produtos/alimentos mais baratos (opção1); substituição de açúcares (opção 2); redução da quantidade de açúcar (opção 3); utilização de produtos/alimentos de qualidade superior (opção 4); embalagem de capacidade mais reduzida (opção5); embalagem promocional (opção 6); nova embalagem (opção 7); nova estratégia de publicidade (opção 8); rotulagem identificativa de percentagem de açúcares e matérias gordas (opção 9).*

Para estudar a opinião das empresas sobre outras medidas que podem potenciar benefícios na saúde para além da tributação do imposto *fat tax*, verifique-se a tabela 56. Através desta tabela percebemos que a maioria das empresas inquiridas considera muito importante as opções 1, 3 e 4, a que corresponde 36,4%, 63,6%, 54,5% respetivamente, da nossa amostra, sendo a implementação de água limpa nas escolas a medida que acolheu mais respostas a que corresponde 63,6% da nossa amostra. Contrariamente, a redução de máquinas de *vending* é aparentemente indiferente, com 36,4% da nossa amostra.



**Tabela 56 – Análise preferências em medidas suplementares**

		Q 2.10.1	Q 2.10.2	Q 2.10.3	Q 2.10.4
Nada importante	N	1	1	0	0
	%	9,1%	9,1%	0,0%	0,0%
Pouco importante	N	1	2	1	0
	%	9,1%	18,2%	9,1%	0,0%
Nem pouco nem muito importante	N	3	4	2	5
	%	27,3%	<b>36,4%</b>	18,2%	45,5%
Importante	N	2	1	1	0
	%	18,2%	9,1%	9,1%	0,0%
Muito importante	N	4	3	7	6
	%	<b>36,4%</b>	27,3%	<b>63,6%</b>	<b>54,5%</b>
Total	N	11	11	11	11
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Q. 2.10 Que medidas suplementares considera mais importantes: redução destes produtos nas escolas (opção 1); redução de máquinas de vending (opção 2), implementação de água limpa nas escolas (opção 3); atividades físicas de promoção da saúde (opção 4).

No entanto, ao estudar a relação entre a o grau de importância relativa à redução de produtos insalubres nas escolas e a redução de máquinas de vending, encontramos algumas correlações estatisticamente significativas (cf. Tabela 57). Verificamos que as variáveis dependem entre si. O grau de importância de redução de produtos insalubres nas escolas encontra uma correlação positiva forte com o grau de redução de máquinas de vending nas escolas, neste caso ( $r_s=,868^{**}$ ). Concluímos que quanto maior for grau de redução de máquinas de vending nas escolas, maior será a redução de produtos insalubres nas escolas.

**Tabela 57 – Relação redução de máquinas de vending e medidas suplementares**

*Intervalos de confiança de Rô de Spearman*

	Rô de Spearman	Significance (2-tailed)	95% Intervalos de confiança (bilaterais) <sup>a,b</sup>	
			Inferior	Superior
Q 2.10.1 - Q 2.10.2	,868	<,001	,546	,967

a. A estimação é baseada na transformação de r para z de Fisher.

b. A estimação de erro padrão é baseada na fórmula proposta por Fieller, Hartley e Pearson.

Similarmente, solicitamos sugestões às empresas com vista a melhorar a saúde dos cidadãos, cujas respostas constam na tabela 58.

***Tabela 58 - Sugestões complementares***

“Mais informação, formação e campanhas de sensibilização, talvez produza mais e melhores resultados. Quem tem maus hábitos alimentares não é por causa de uma taxa que deixa de consumir. Comprará em menor quantidade se for alertado para os malefícios desses produtos. Penso que a taxa foi introduzida mais como fonte de receita pública do que preocupação com a saúde dos portugueses.”

“Deveriam canalizar este imposto diretamente para combater a obesidade e saúde.”

“Um maior equilíbrio entre vida profissional e pessoal que permita a prática de atividade física. As entidades empregadoras deveriam ter um papel mais ativo e impulsionador desta possibilidade.”

“Reduzir sedentarismo; promover atividade física e alimentação saudável.”

*Q 2.11 Que outras soluções considera relevantes para melhorar a saúde dos cidadãos? A sua opinião é importante para a nossa investigação!*

### 5.3 Síntese

Concluimos com o nosso estudo empírico que, tanto os consumidores como as empresas, estão satisfeitos com a existência do *fat tax*, caracterizando-o, como justo, sendo os resultados consensuais com a literatura já existente como (Griffith et al., 2018; Organização Mundial de Saúde, 2016; Thow, 2015; Thow et al., 2018) realçando-se, por conseguinte, a importância desta tributação.

Porém, ambos os agentes não conseguem ter a percepção se este imposto é igual ao dos outros EM, embora já evidenciado na revisão de literatura através de (Griffith et al., 2018; International Tax and Investment Center & Oxford Economics, 2013; Sassi et al., 2013) entre outros.

Apesar dos inquiridos das duas amostras serem favoráveis ao imposto em estudo, note-se, todavia, que estes consideram que se trata, primeiramente, de uma política de arrecadação de receita fiscal, evidenciando uma percepção de um risco médio de evasão fiscal, embora seja uma das medidas mais recorrentes adotadas pela literatura como (Allais et al., 2015; Fletcher et al., 2010a; Fletcher et al., 2010b; Gordon-Larsen et al., 2011; Hageaars et al., 2017; Powell et al., 2009; Powell et al., 2013).

Os resultados evidenciam que os consumidores estão informados e conscientes das comorbilidades associadas ao consumo de BNA, de grandes quantidades de *fast foods* e outros alimentos processados ricos em gordura, amidos ou açúcares, corroborando as conclusões de estudos anteriores (Brouns, 2015; Comissão das Comunidades Europeias, 2005; Hruby et al., 2015; Kelly et al., 2008; Loef et al., 2012; Roache et al., 2017).

Salientamos que os resultados da nossa investigação certificam que os consumidores sentem que este imposto se deve manter para diminuição dessas comorbilidades, tal como evidenciado nas medidas recorrentes adotadas na literatura (Briggs et al., 2013; Schwendicke et al., 2017). Contrariamente, as empresas ligadas ao sector das BNA preferem que este imposto diminua, o que pode ser explicado pela possibilidade de vir a prejudicar a economia, como evidenciado na revisão de literatura (International Tax and Investment Center & Oxford Economics, 2013; Le Bodo et al., 2016; Tamir et al., 2018; Vallgård et al., 2015). O estudo permitiu recolher evidência, por um lado, de que os consumidores verificaram um aumento de preços nos produtos, após a introdução deste imposto, o que é consensual com

a literatura já existente (Andreyeva et al., 2010; Bonnet et al., 2013; Finkelstein, 2010; Mytton et al., 2012).

Assistindo-se assim que, o aumento do preço reduz o consumo, revelando que a tributação sobre BNA é um instrumento interessante de saúde pública e de política fiscal, tal como evidenciado na literatura (Hagenaars et al., 2017; International Tax and Investment Center & Oxford Economics, 2016).

Por outro lado, as empresas alteraram o seu processo produtivo através do desenvolvimento de novos produtos semelhantes, da reformulação da composição dos produtos e da reformulação de rotulagem identificativa de percentagem de açúcares e matérias gordas, indo ao encontro das ações mais recorrentes adotadas pela literatura (Alvarado et al., 2019; Images et al., 2010; International Tax and Investment Center & Oxford Economics, 2013; Vallgård et al., 2015).

Realçamos, também, que os consumidores e as empresas consideram importante a redução destes produtos nas escolas, a implementação de dispensadores de água limpa nesses estabelecimentos e atividades físicas de promoção na saúde. Os consumidores elegem ainda, a redução de máquinas de *vending* e a isenção de imposto nas bebidas mais saudáveis, essencialmente, com o objetivo de reduzir o consumo de produtos insalubres e contribuir para a criação de um ambiente mais saudável nas escolas, tal como demonstrado pelas diversas medidas adotadas na revisão de literatura (Alston et al., 2016; Comissão Europeia, 2016; Dobbs et al., 2014; Fletcher et al., 2010; González-Zapata et al., 2007; Härkänen et al., 2014; James & Kerr, 2005; Marron et al., 2015; Roache et al., 2017; Sassi et al., 2013; Thow et al., 2010; Thow et al., 2018) para gerar impactos mais positivos na saúde.

O estudo desenvolvido permitiu-nos concluir que os consumidores aceitam que a receita deste imposto seja atribuída ao SNS. Ainda assim, os contribuintes estão recetivos a que a receita deste imposto também possa ser investida em programas de educação em saúde ou em subsídios e incentivos ao consumo de alimentos saudáveis, de um modo geral, aplicações, igualmente, referidas na literatura revista (Yaniv et al., 2009; McMahan et al., 2003; Miao et al., 2012; Powell et al., 2013; Thow, 2015; Winstanley, 2008).

### 5.3.1 Validação das hipóteses

#### **Os consumidores têm conhecimento do imposto, consideram-no justo e harmonizado com o da UE (H1)**

Conseguimos provar que os consumidores estão satisfeitos com o imposto sobre as BNA consideram-no justo, mas não conseguem perceber se este imposto está harmonizado com o existente nos outros Estados Membros da UE. Ao mesmo tempo, consideram que existe um grau de risco médio de evasão fiscal relativamente a este imposto. Conseguimos depreender que os consumidores sabem que a finalidade do imposto sobre as BNA é a de redução da obesidade e da despesa na saúde pública e que serve, igualmente, o propósito de financiar a despesa pública. Validamos dois dos três itens em análise, consideramos válida parcialmente a nossa H1.

#### **As empresas têm conhecimento do imposto, consideram-no justo e harmonizado com a EU (H2)**

Da mesma forma, obtivemos evidência que as empresas têm conhecimento deste imposto e o consideram justo. Sendo que, quase metade da nossa amostra, considera que este imposto está harmonizado com o existente nos outros Estados Membros da EU. Paralelamente, as empresas consideram que existe um grau de risco médio de evasão fiscal relativamente a este imposto. Portanto, a nossa H2 encontra-se validada.

#### **Os consumidores preferem diminuir o imposto *Fat Tax* (H3)**

Relativamente à preferência de diminuição do imposto, evidenciámos que o consumidor prefere manter o imposto sobre as BNA, apesar de considerarem que este imposto é uma mera política de arrecadação de receita fiscal. Por outro lado, os consumidores verificaram um aumento de preços nos produtos, após a introdução deste imposto, conseqüentemente, espera-se que o seu consumo diminua. Assim sendo, a nossa H3 não foi validada.

#### **As empresas preferem diminuir o imposto *Fat Tax* (H4)**

Concluímos que, as empresas de comércio por grosso de bebidas não alcoólicas preferem que este imposto diminua, contudo, as empresas relacionadas com o comércio a retalho com predominância de produtos alimentares, bebidas ou tabaco preferem que este aumente enquanto as empresas de outros comércios/serviços preferem que o imposto se mantenha. Na sua generalidade, podemos confirmar que as empresas preferem que o imposto sobre as BNA aumente, apesar de afirmarem, na sua maioria, que este imposto é uma mera política de arrecadação de receita fiscal. Logo, não validamos a nossa H4.

#### **A saúde e o nível de educação dos consumidores influenciam as suas escolhas na opção de produtos mais saudáveis (H5)**

A investigação pelo nível de educação permitiu-nos concluir que os consumidores informados optam, em geral, por escolhas saudáveis. Na generalidade, os consumidores estão muito bem informados acerca das comorbilidades associadas às BNA e ao consumo de grandes quantidades de *fast foods* e outros alimentos processados ricos em gordura, amidos ou açúcares e preferem muito frequentemente opções com menos açúcares/calorias adicionados. Paralelamente, conseguimos saber que preferem que este imposto abranja mais produtos menos nutritivos e ricos em gorduras saturadas. Desta forma, a nossa H5 encontra-se validada.

#### **A probabilidade de comorbilidades é mais dissuasora, na escolha do consumidor relativamente aos produtos sujeitos ao *fat tax*, do que a penalização com a tributação fiscal (H6)**

Essencialmente evidenciámos os critérios de escolha na compra de BNA, além de outras medidas preventivas e recolhemos opiniões adicionais. Confirmamos que os consumidores sabem que o consumo excessivo de BNA aumenta o risco de diversas comorbilidades e aceitam que a tributação deve abranger outros produtos menos nutritivos e ricos em gorduras saturadas. Por isso, concluímos que a nossa H6 se encontra validada.

**A classe social a que pertence o consumidor influencia o seu comportamento relativamente aos produtos sujeitos ao imposto *fat tax* (H7)**

Concluimos que os consumidores com classe social baixa, média e alta têm conhecimento do imposto e na sua generalidade preferem manter o imposto sobre as BNA, logo, validamos a nossa H7.

**A informação e a educação influenciam a opinião acerca do imposto *fat tax* e o comportamento na compra de produtos sujeitos a esse imposto (H8)**

Os consumidores de todos os níveis de escolaridade estão informados acerca das comorbilidades de certos produtos que estão associadas ao imposto *fat tax*. Sabemos que os consumidores não alteraram o seu consumo ou compras de BNA após a introdução do imposto e que apesar de optarem por preços baixos e promoções, escolhem também produtos com melhor qualidade ou com menos açúcares e elegem sempre a água como a bebida que compram ou consomem mais vezes. Assim sendo, validamos a nossa H8.

**As empresas verificaram uma diminuição nas vendas em consequência da aplicação deste imposto (H9)**

Conseguimos provar que, de um modo geral, as empresas não sofreram impacto nas vendas sofreram um impacto neutro após a entrada em vigor do imposto sobre as BNA. Portanto, a H9 não foi validada.

**As receitas do imposto *fat tax* devem ser canalizadas para outros fins (H10)**

Com base na informação recolhida concluimos que os consumidores aceitam que a receita deste imposto seja direcionada para o SNS. Porém, também estão recetivos a que a receita do imposto sirva de forma de financiamento através de subsídios e incentivos ao consumo de alimentos saudáveis e em programas de educação em saúde. Por conseguinte, consideramos que a H10 se encontra validada.

### **O sector onde a empresa opera influencia a sua opinião quanto à tributação deste imposto (H11)**

Concluimos que as empresas conexas ao ramo das BNA preferem diminuir o imposto e contrariamente, as empresas grossistas do ramo alimentar preferem que este aumente. Contudo, as restantes empresas, ligadas a outros sectores, preferem que este se mantenha. Deste modo, a nossa H11, também, é validada pelo estudo efetuado.

### **As empresas ajustaram a sua estratégia de venda para contrariar o efeito da tributação (H12)**

Evidenciamos que nem todas as empresas alteraram o seu processo produtivo. Contudo algumas concretizaram-no através do desenvolvimento de novos produtos semelhantes, da reformulação da composição dos produtos e da reformulação de rotulagem identificativa de percentagem de açúcares e matérias gordas. Desta forma, validamos a nossa H12.

## **6. Capítulo – Conclusões**

Evidenciamos que os Estados de vários países têm discriminado alimentos com elevado teor de açúcar ou gorduras e as BNA como um esforço para combater a epidemia global da obesidade e as doenças crónicas associadas à obesidade.

Em Portugal o artigo 212.º da Lei n.º 42/2016, de 28 de dezembro, que aprovou o OE para 2017, e alterou o CIEC, criou um imposto especial de consumo aplicável às BNA, denominado *fat tax*. Importa referir que os IEC são impostos indiretos que incidem sobre produtos que prejudicam a saúde dos consumidores ou que poluem o ambiente. Segundo Vasques (2001), estes impostos prosseguem objetivos extrafiscais, uma vez que têm como objetivo a redução do seu consumo.

De acordo com artigo 2.º do Código dos IEC (CIEC), estes impostos obedecem ao princípio da equivalência, porque procuram imputar aos contribuintes os custos associados ao



consumo desses produtos na medida da despesa que estes provocam nos domínios do ambiente e da saúde pública, em concretização de uma regra geral de igualdade tributária. Resumindo, estes impostos fazem aumentar o preço a pagar pelo consumidor, com a finalidade de provocar uma redução no seu consumo ou nos resíduos dos produtos em causa.

Sendo o objeto de estudo da nossa investigação o imposto *Fat Tax*, que em Portugal é o imposto sobre as BNA, o objetivo do nosso estudo prendia-se em identificar quais os produtos que estão abrangidos pelo imposto, verificar o peso da receita do *fat tax* na receita fiscal do IEC, assim como em analisar se este imposto teve implicação na produção e na procura de BNA. Pretendíamos, igualmente, avaliar se o imposto sobre BNA induz a uma diminuição do consumo dos portugueses dos produtos objeto de tributação e perceber a opinião de diversas personalidades da área da saúde, da fiscalidade, dos cidadãos e das empresas sobre o *fat tax*.

Assim, formulamos as nossas questões de investigação, que foram as seguintes:

1. Quais os produtos que estão abrangidos, em Portugal, pelo *fat tax*?
2. Qual o impacto na receita fiscal decorrente do *fat tax*?
3. Quais as consequências nas empresas que produzem ou transacionam os produtos sujeitos ao *fat tax*?
4. Quais as alterações nos hábitos do consumidor português relativamente aos produtos sujeitos ao *fat tax*?
5. Qual o posicionamento dos inquiridos sobre o *fat tax*?

Resumidamente, formulamos 12 hipóteses para o nosso estudo e, de um modo geral, conseguimos validar parcialmente a nossa H1 e na totalidade validamos as nossas hipóteses, 2, 5, 6, 7, 8, 10, 11 e 12. Contrariamente, não validamos as nossas hipóteses 3, 4 e 9.

Conseguimos obter respostas às nossas questões de investigação, nomeadamente, identificamos que o imposto *fat tax* incide sobre as bebidas adicionadas de açúcar ou outros edulcorantes, ou seja, as BNA.

Confirmamos que a receita com o IABA subiu desde 2017 devido à introdução deste novo imposto, que contribuiu para o crescimento da receita fiscal em cerca de 375 milhões de

euros até 2022, embora não tenhamos obtido confirmação de que essa verba tenha sido atribuída ao SNS.

Relativamente às empresas, conseguimos saber que, na generalidade, não sofreram impacto nas vendas, ou seja, sofreram um impacto neutro após a entrada em vigor do imposto sobre as BNA. Comprovamos também que nem todas as empresas alteraram o seu processo produtivo, no entanto, algumas materializaram-no através do desenvolvimento de novos produtos semelhantes, da reformulação da composição dos produtos e da reformulação de rotulagem identificativa de percentagem de açúcares e matérias gordas.

Os resultados da nossa investigação evidenciam uma aceitação da tributação sobre as BNA por parte dos consumidores e da generalidade das empresas deste estudo. Este panorama pode ser explicado através do conhecimento das comorbilidades associadas às BNA.

No que concerne sobre o consumo das BNA, os nossos resultados demonstram que, em Portugal, não houve alteração de padrão de consumo após a introdução deste imposto, apesar de se comprovar, haver aumento de preços nas BNA. Logo, a nossa evidência sugere que a procura para este tipo de produtos sujeitos a imposto é insensível às variações de preço.

A análise dos dados permite constatar indícios de que o sector de atividade das BNA possa ter algum efeito sobre a não tributação deste imposto. Contudo, atendendo a que as outras empresas do setor alimentar aceitam que se aumente a sua tributação, evidenciamos que a vontade das empresas é pela sua continuidade. Posto isto, seria importante o aprofundamento de investigações nesta área, com o objetivo de averiguar se houve consequências ou não para as empresas de produção de BNA, nos últimos anos após a introdução deste imposto.

Também analisamos a relação do imposto *fat tax* com os consumidores de menores rendimentos para quem o imposto se tornaria proporcionalmente mais pesado, atendendo à sua fraca estrutura de rendimento e ao facto de este imposto ser afeto ao consumo das famílias e evidenciamos que são a favor de que este imposto se mantenha.

Sabemos também que os impostos direcionados sobre as calorias, açúcar ou gordura, a regulação dos anúncios televisivos, políticas de rotulagem de alimentos ou outros programas de educação nutricional podem ser formas economicamente eficazes de redução da obesidade (Alston et al., 2016). Contudo, alguns autores consideram que, ao tributar-se os

alimentos gordurosos poder-se-á encorajar as pessoas a mudarem para alimentos salgados, podendo neutralizar os efeitos benéficos à saúde do consumo reduzido de gordura (O. Mytton et al., 2007).

Winstanley (2008) propôs a substituição do imposto *fat tax* por um crédito em comidas saudáveis “*healthy food tax credit*”, que seria um incentivo fiscal na forma de um crédito tributário reembolsável pelo dinheiro gasto nos alimentos qualificados como saudáveis tais como sumos não alcoólicos e não fermentados com ou sem adição de açúcar ou adoçante, bem como água com adição de açúcar ou outro adoçante ou aroma.

Concluimos que a tributação sobre as BNA deve ser uma parte de uma estratégia multifacetada, em vez de uma única medida para combater a obesidade. Assim, devemos considerar dedicar as receitas fiscais para causas específicas pré-definidas, particularmente, para as atividades de promoção da saúde, tratamento da obesidade e prevenção, educação e em subsídios a alimentos saudáveis (Tamir et al., 2018).

Por fim, deve ainda referir-se que, como já fomos dando conta, nos países onde este tipo de tributação tem sido introduzido tem existido, simultaneamente, uma preocupação com a criação de determinados incentivos fiscais à alimentação saudável. Consideramos que só a combinação destes mecanismos ajudará a aliviar a potencial regressividade daqueles impostos, permitindo que os consumidores optem por produtos mais saudáveis, sem incorrer, teoricamente, em custos adicionais.

Assim e de acordo com os últimos estudos realizados, concluimos que, uma política de preços bem projetada pode ter efeitos positivos consideráveis sobre o peso corporal das pessoas.

Seria expectável uma diminuição lenta do consumo destes alimentos em Portugal, sendo que, os resultados apenas serão visíveis no longo prazo. Assim, não é esperado um volume imediato de consumo exagerado destes alimentos em Portugal devido à tributação, porém,

haverá aumento da receita fiscal no IABA, no caso particular sobre as BNA abrangidas pelo artigo 87.º-A do CIEC, especificamente direcionada para a Segurança Social.

### **Propostas futuras**

A introdução deste imposto deve ser complementada com outras medidas e normas. A receita fiscal decorrente deste tipo de bens deve ser utilizada para financiar escolhas mais saudáveis, por exemplo pela via dos subsídios de alimentos saudáveis e atividades de promoção da saúde (Tamir et al., 2018). Somos da opinião que a investigação desenvolvida ao longo desta dissertação, ao examinar detalhadamente a implementação do imposto do *fat tax* em Portugal, é um contributo para o enriquecimento e proliferação de estudos nesta área e válido para estudos futuros. Para futuras investigações indicamos algumas questões que consideramos pertinentes de obter uma resposta:

- Quais as evidências sobre a relação da implementação do *fat tax* e ou subsídios sobre alimentos e bebidas e os resultados comportamentais ou de saúde?
- Verifica-se um efeito díspar entre países de diferentes grupos de rendimento, conforme indicado pela Organização Mundial de Saúde?
- Quais os reais encargos para as empresas ou produtores face a esta política fiscal?
- Será possível fazer a atribuição de subsídios, por exemplo, a legumes e frutas frescas, que permitam reduzir os preços e fazer aumentar o consumo desses alimentos saudáveis?
- Como as crianças mais jovens estão na sua generalidade acompanhadas pelos seus progenitores, será possível a vinculação de cheques saúde ou deduções à coleta para a promoção de estilos de vida mais saudáveis, como a frequência de crianças mais jovens em programas de atividade física?

Sabemos que este imposto é tão competitivo como noutros países, apesar de não existir evidências suficientes dos seus efeitos na saúde pública. Cremos que, a esse respeito, deve ser desenvolvida uma investigação mais abrangente.

## Bibliografia

- Afonso, A. B., & Afonso, S. B. (2018). Impostos Especiais de Consumo. Em *Lições de Fiscalidade - Volume I - Princípios Gerais e Fiscalidade Interna* (6ª Edição, p. 662). Edições Almedina, S.A.
- Allais, O., Bertail, P., & Nichle, V. (2010). The effects of a fat tax on French households' purchases: A nutritional approach. *American Journal of Agricultural Economics*, 92(1), 228–245. <https://doi.org/10.1093/ajae/aap004>
- Allais, O., Etilé, F., & Lecocq, S. (2015). Mandatory labels, taxes and market forces: An empirical evaluation of fat policies. *Journal of Health Economics*, 43, 27–44. <https://doi.org/10.1016/j.jhealeco.2015.06.003>
- Alston, J. M., MacEwan, J. P., & Okrent, A. M. (2016). The Economics of Obesity and Related Policy. *Annual Review of Resource Economics*, 8(1), 443–465. <https://doi.org/10.1146/annurev-resource-100815-095213>
- Alston, J. M., & Okrent, A. M. (2017). Fat Taxes and Thin Subsidies as Obesity Policy. Em *The Effects of Farm and Food Policy on Obesity in the United States* (pp. 237–283). Palgrave Macmillan US. [https://doi.org/10.1057/978-1-137-47831-3\\_9](https://doi.org/10.1057/978-1-137-47831-3_9)
- Alvarado, M., Unwin, N., Sharp, S. J., Hambleton, I., Murphy, M. M., Samuels, T. A., Suhrcke, M., & Adams, J. (2019). Assessing the impact of the Barbados sugar-sweetened beverage tax on beverage sales: An observational study. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 16(1), 13. <https://doi.org/10.1186/s12966-019-0776-7>
- An Roinn Sláinte. (2016). Introducing a tax on sugar sweetened drinks - Health Rationale, Options and Recommendations - A Department of Health Working Paper. *Health Working Paper, October*, 42.
- Andreyeva, T., Long, M. W., & Brownell, K. D. (2010). The impact of food prices on consumption: A systematic review of research on the price elasticity of demand for food. Em *American Journal of Public Health* (Vol. 100, Número 2, pp. 216–222). <https://doi.org/10.2105/AJPH.2008.151415>
- Assembleia da República. (2010). Decreto-Lei n.º 73/2010 - Diário da República n.º 118/2010, Série I de 2010-06-21, Aprovou Código dos Impostos Especiais de Consumo (CIEC). *Diário da República*.
- Assembleia da República. (2016). Lei n.º 42/2016 de 28 de dezembro, publicada em Diário da República n.º 248/2016, Série I de 2016-12-28, Aprovação do Orçamento de Estado para o ano 2017. *Diário da República, I* (248), 4875–5107.

- Assembleia da República. (2018). Lei n.º 71/2018 de 31 de dezembro publicada Diário da República n.º 251/2018, Série I de 2018-12-31, Aprovação Orçamento do Estado para 2019. *Diário da República, I* (249), 6039–6260.
- Baker, P., & Brechling, V. (1992). The Impact of Excise Duty Changes on Retail Prices in the UK. *Fiscal Studies*, 13(2), 48–65. <https://doi.org/10.1111/j.1475-5890.1992.tb00173.x>
- Berardi, N., Sevestre, P., Tépaut, M., & Vigneron, A. (2016). The impact of a ‘soda tax’ on prices: evidence from French micro data. *Applied Economics*, 48(41), 3976–3994. <https://doi.org/10.1080/00036846.2016.1150946>
- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (1994). Investigação qualitativa em educação: uma introdução à teoria e aos métodos. Em *Ciências da educação* (Vol. 12). Porto Editora.
- Bonnet, C., & Requillart, V. (2011). Does the EU sugar policy reform increase added sugar consumption? An empirical evidence on the soft drink market. *Health Economics*, 20(9), 1012–1024. <https://doi.org/10.1002/hec.1721>
- Bonnet, C., & Réquillart, V. (2013). Tax incidence with strategic firms in the soft drink market. *Journal of Public Economics*, 106, 77–88. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2013.06.010>
- Brouns, F. (2015). WHO Guideline: «Sugars intake for adults and children» raises some question marks. *Agro Food Industry Hi-Tech*, 26(4), 34–36. <https://doi.org/10.1108/nfs.2008.01738aab.008>
- Brownell, K. D., Farley, T., Willett, W. C., Popkin, B. M., Chaloupka, F. J., Thompson, J. W., & Ludwig, D. S. (2009). The Public Health and Economic Benefits of Taxing Sugar-Sweetened Beverages. *New England Journal of Medicine*, 361(16), 1599–1605. <https://doi.org/10.1056/NEJMp0905723>
- Carmo, H., & Ferreira, M. M. (1998). *Metodologia da Investigação: Guia para Auto-aprendizagem*. Universidade Aberta.
- Carmo, H., & Ferreira, M. M. (2008). *Metodologia da Investigação: Guia para Auto-Aprendizagem 2.ª Edição*. Universidade Aberta.
- Cawley, J., & Frisvold, D. E. (2017). The Pass-Through of Taxes on Sugar-Sweetened Beverages to Retail Prices: The Case of Berkeley, California. *Journal of Policy Analysis and Management*, 36(2), 303–326. <https://doi.org/10.1002/pam.21960>
- Cnossen, Sijbren., Cnossen, & Sijbren. (2005). *Theory and practice of excise taxation: smoking, drinking, gambling, polluting, and driving*. Oxford University Press.
- Colchero, M. A., Popkin, B. M., Rivera, J. A., & Ng, S. W. (2016). Beverage purchases from stores in Mexico under the excise tax on sugar sweetened beverages: Observational study. *BMJ (Online)*, 352. <https://doi.org/10.1136/bmj.h6704>

- Comissão das Comunidades Europeias. (2005). «Promoting healthy diets and physical activity: a European dimension for the prevention of overweight, obesity and chronic diseases». *EU, COM (2005)(637)*, 1–22.
- Comissão Europeia. (2016). Joint Report on Health Care and Long-Term Care Systems & Fiscal Sustainability. Em *European Economy. Institutional Paper* (Vol. 37, Número October). Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2765/680422>
- Conselho das Finanças Públicas. (2016). *Análise da proposta de Orçamento do Estado para 2017*. 1–56.
- Conselho das Finanças Públicas. (2017). *Análise da Proposta De Orçamento Do Estado Para 2018*. 1–68.
- Conselho das Finanças Públicas. (2018). *Análise da proposta de Orçamento do Estado para 2019*. 1–56.
- Cremer, H., Goulão, C., & Roeder, K. (2016). Earmarking and the political support of fat taxes. *Journal of Health Economics*, 50, 258–267. <https://doi.org/10.1016/j.jhealeco.2016.03.005>
- Cutler, D. M. (1995). Cutting costs and improving health: making reform work. *Health affairs (Project Hope)*, 14(1), 161–172. <https://doi.org/10.1377/hlthaff.14.1.161>
- Dobbs, R., Sawers, C., Thompson, F., Manyika, J., Woetzel, J., Child, P., & McKenna, Sorcha Spatharou, A. (2014). Overcoming obesity: An initial economic analysis. Em *McKinsey Global Institute* (Número November, p. 120). McKinsey & Company.
- Eurostat. (2018). Harmonised Index of Consumer Prices (HICP) Methodological manual. Em *União Europeia*. Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2785/68673>
- Finkelstein, E. A. (2010). Impact of Targeted Beverage Taxes on Higher- and Lower-Income Households. *Archives of Internal Medicine*, 170(22), 2028. <https://doi.org/10.1001/archinternmed.2010.449>
- Finkelstein, E. A., Zhen, C., Bilger, M., Nonnemaker, J., Farooqui, A. M., & Todd, J. E. (2013). Implications of a sugar-sweetened beverage (SSB) tax when substitutions to non-beverage items are considered. *Journal of Health Economics*, 32(1), 219–239. <https://doi.org/10.1016/j.jhealeco.2012.10.005>
- Fleischer, V. (2014). Curb your enthusiasm for Pigouvian Taxes. Em *VANDERBILT LAW REVIEW* (Vol. 68, Número 6, pp. 1673–1713).
- Fletcher, J. M., Frisvold, D., & Tefft, N. (2010). Taxing soft drinks and restricting access to vending machines to curb child obesity. *Health Affairs*, 29(5), 1059–1066. <https://doi.org/10.1377/hlthaff.2009.0725>

- Gabinete do Secretário de Estado Adjunto e da Educação. (2021). Despacho n.º 8127/2021, de 17 de agosto de 2021 publicado Diário da República n.º 159/2021, Série II de agosto de 2021. *Diário da República*, 44–49. <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/despacho/8127-2021-169689544>
- Gabinete do Secretário de Estado Adjunto e da Saúde. (2016). Despacho n.º 7516-A/2016 de 2 de junho de 2016 publicado Diário da República n.º 108/2016, Série II de junho de 2016. *Diário da República, II* (6), 18034-(6)-18034-(7). <http://balcaovirtual.cm>
- Gabinetes do Ministro da Agricultura, F. e D., Rural, da Ministra do Mar, dos S., de Estado dos Assuntos Fiscais, das A. L., da Educação, A. e da S. e A. e, Indústria, do C. e das S. de E. da, & Turismo., e do. (2017). Despacho 11418/2017, 2017-12-29 - DRE. *Diário República*, 2, 29595–29598.
- González-Zapata, L. I., Ortiz-Moncada, R., & Alvarez-Dardet, C. (2007). Mapping public policy options responding to obesity: The case of Spain. *Obesity Reviews*, 8 (SUPPL. 2), 99–108. <https://doi.org/10.1111/j.1467-789X.2007.00365.x>
- Griffith, R., O’Connell, M., & Smith, K. (2018). Corrective Taxation and Internalities from Food Consumption. *CESifo Economic Studies*, 64(1), 1–14. <https://doi.org/10.1093/cesifo/ifx018>
- Hagenaars, L. L., Jeurissen, P. P. T., & Klazinga, N. S. (2017). The taxation of unhealthy energy-dense foods (EDFs) and sugar-sweetened beverages (SSBs): An overview of patterns observed in the policy content and policy context of 13 case studies. *Health Policy*, 121 (8), 887–894. <https://doi.org/10.1016/j.healthpol.2017.06.011>
- Haile, A. J. (2009). Sin Taxes: When the State Becomes the Sinner. *SSRN Electronic Journal*, 82 (4), 1041–1070. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1425621>
- Hall, A., Neves, C., & Pereira, A. (2011). Grande maratona do spss - SPSS: grande maratona do spss. Em *Universidade Federal do ABC (UFABC)*.
- Härkänen, T., Kotakorpi, K., Pietinen, P., Pirttilä, J., Reinivuo, H., & Suoniemi, I. (2014). The welfare effects of health-based food tax policy. *Food Policy*, 49(P1), 196–206. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2014.07.001>
- Heien, D. M. (1996). Are higher alcohol taxes justified? Em *Cato Journal* (Vol. 15, Números 2–3, pp. 243–257).
- Hill, M. M., & Hill, A. (1998). A Construção de um questionário. Em *Fundação para a Ciência e a Tecnologia. DINÂMIA - Centro de Estudos sobre a Mudança Socioeconómica*. <https://doi.org/10.1001/archderm.100.2.247>



- Hruby, A., & Hu, F. B. (2015). The Epidemiology of Obesity: A Big Picture. Em *Pharmaco Economics* (Vol. 33, Número 7, pp. 673–689). NIH Public Access. <https://doi.org/10.1007/s40273-014-0243-x>
- Images, G., & Hales, S. (2010). OECD Health Ministerial Meeting Session 2 Healthy Choices. *October, October*, 7–8.
- International Tax and Investment Center, & Oxford Economics. (2013). The Impact of Selective Food and Non-Alcoholic Beverage Taxes. *International Tax and Investment Center, August*, 1–21.
- International Tax and Investment Center, & Oxford Economics. (2016). The Impact of Selective Food and Non-Alcoholic Beverage Taxes. *International Tax and Investment Center*, 1–21.
- James, J., & Kerr, D. (2005). Prevention of childhood obesity by reducing soft drinks. *International Journal of Obesity*, 29, S54–S57. <https://doi.org/10.1038/sj.ijo.0803062>
- Jou, J., & Techakehakij, W. (2012). International application of sugar-sweetened beverage (SSB) taxation in obesity reduction: Factors that may influence policy effectiveness in country-specific contexts. *Health Policy*, 107 (1), 83–90. <https://doi.org/10.1016/j.healthpol.2012.05.011>
- Kelly, T., Yang, W., Chen, C.-S., Reynolds, K., & He, J. (2008). Global burden of obesity in 2005 and projections to 2030. *International Journal of Obesity*, 32, 1431–1437. <https://doi.org/10.1038/ijo.2008.102>
- Kotakorpi, K. (2008). The incidence of sin taxes. *Economics Letters*, 98(1), 95–99. <https://doi.org/10.1016/J.ECONLET.2007.04.012>
- Kuchler, F., Tegene, A., & Harris, J. M. (2005). Taxing snack foods: Manipulating diet quality or financing information programs? *Review of Agricultural Economics*, 27(1), 4–20. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9353.2004.00204.x>
- Le Bodo, Y., Paquette, M.-C., & De Wals, P. (2016). Reasons for Specifically Targeting Sugar-Sweetened Beverages. Em *Taxing Soda for Public Health* (pp. 35–57). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-33648-0\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-319-33648-0_2)
- Lin, B. H., Smith, T. A., Lee, J. Y., & Hall, K. D. (2011). Measuring weight outcomes for obesity intervention strategies: The case of a sugar-sweetened beverage tax. *Economics and Human Biology*, 9(4), 329–341. <https://doi.org/10.1016/j.ehb.2011.08.007>
- Loef, M., & Walach, H. (2012). The combined effects of healthy lifestyle behaviors on all cause mortality: A systematic review and meta-analysis. *Preventive Medicine*, 55(3), 163–170. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2012.06.017>
- Lorenzi, P. (2004). Sin taxes. *Society*, 41(3), 59–65. <https://doi.org/10.1007/BF02690184>

- Lorenzi, P. (2006). The Moral Grounds of Sin Taxes. *Society*, 44(1).
- Lusk, J. L. (2017). Economics and obesity policy. Em *International Journal of Obesity* (Vol. 41, Número 6, pp. 831–834). <https://doi.org/10.1038/ijo.2017.5>
- Lyon, A. B., & Schwab, R. M. (1995). Consumption Taxes in a Life-Cycle Framework: Are Sin Taxes Regressive? *Review of Economics and Statistics*, 77(3), 389–406. <https://doi.org/10.2307/2109902>
- Madden, D. (2015). The poverty effects of a «fat-tax» in Ireland. *Health Economics (United Kingdom)*, 24(1), 104–121. <https://doi.org/10.1002/hec.3006>
- Malhotra, N. K. (2019). Pesquisa de Marketing: Uma Orientação Aplicada (7ª edição). Em São Paulo: Bookman.
- Mankiw, N. G., Weinzierl, M., & Yagan, D. (2009). Optimal Taxation in Theory and Practice The Theory of Optimal Taxation. *Journal of Economic Perspectives—Volume*, 23(4), 147–174.
- Mann, S. (2008). Framing obesity in economic theory and policy. Em *Review of Social Economy* (Vol. 66, Número 2, pp. 163–179). <https://doi.org/10.1080/00346760701668461>
- Marôco, J. (2018). Análise Estatística com o SPSS Statistics. Em *Pêro Pinheiro* (7ª edição).
- Marron, D. B., Gearing, M. E., & Iselin, J. (2015). Should We Tax Unhealthy Foods and Drinks? Em *SSRN*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2703598>
- McMahan, S., Hampl, J., & Chikamoto, Y. (2003). A “Fat” Tax: Knowledge and Attitudes of Snack Food Taxing among College Students. *American Journal of Health Education*, 34(6), 329–336. <https://doi.org/10.1080/19325037.2003.10603573>
- Miao, Z., Beghin, J. C., & Jensen, H. H. (2012). Taxing sweets: Sweetener input tax or final consumption tax? *Contemporary Economic Policy*, 30(3), 344–361. <https://doi.org/10.1111/j.1465-7287.2011.00278.x>
- Miao, Z., Beghin, J. C., & Jensen, H. H. (2013). Accounting for product substitution in the analysis of food taxes targeting obesity. *Health Economics (United Kingdom)*, 22(11), 1318–1343. <https://doi.org/10.1002/hec.2885>
- Ministério das Finanças. (2017). Portaria n.º 32/2017 de 18 de janeiro publicada Diário da República n.º 13/2017, Série I de 2017-01-18, Aprovou a regulamentação do regime de produção, armazenagem e circulação de bebidas não alcoólicas. *Diário da República*, I(4), 460–463.
- Mytton, O., Gray, A., Rayner, M., & Rutter, H. (2007). Could targeted food taxes improve health? *Journal of Epidemiology & Community Health*, 61(8), 689–694. <https://doi.org/10.1136/jech.2006.047746>

- Mytton, O. T., Clarke, D., & Rayner, M. (2012). Taxing unhealthy food and drinks to improve health. *Bmj*, *344*(may15 2), e2931–e2931. <https://doi.org/10.1136/bmj.e2931>
- Nabais, J. C. (2017). *Direito Fiscal* (10<sup>a</sup> Edição). Edições Almedina S.A.
- Oliveira, E. R. de, & Ferreira, P. (2014). *Métodos de Investigação Da Interrogação à Descoberta Científica - Livraria Vida Económica* (Vida Económica - Editorial SA, Ed.).
- Organização Mundial de Saúde. (2015). Sugars intake for adults and children. Em *Agro Food Industry Hi-Tech* (Vol. 26, Número 4). <https://doi.org/978 92 4 154902 8>
- Organização Mundial de Saúde. (2016). *Report of the commission on ending childhood obesity*. Word Health Organization.
- Organização Mundial de Saúde. (2018). *HEALTH SITUATION IN THE EUROPEAN REGION Introduction*.
- Palma, C. C. (2013). *Novos Desafios da Fiscalidade*. Revista TOC 162. <http://pt.calameo.com/read/0003249812072e15aef35>
- Papoutsis, G. S., Nayga, R. M., Lazaridis, P., & Drichoutis, A. C. (2015). Fat tax, subsidy or both? The role of information and children's pester power in food choice. *Journal of Economic Behavior and Organization*, *117*, 196–208. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2015.06.011>
- Pestana, H., & Gageiro, J. (2014). Análise de Dados para ciências sociais. *Edições Sílabo*, 1240.
- Powell, L. M., & Chaloupka, F. J. (2009). Food prices and obesity: Evidence and policy implications for taxes and subsidies. *Milbank Quarterly*, *87*(1), 229–257. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0009.2009.00554.x>
- Powell, L. M., Chriqui, J. F., Khan, T., Wada, R., & Chaloupka, F. J. (2013). Assessing the potential effectiveness of food and beverage taxes and subsidies for improving public health: A systematic review of prices, demand and body weight outcomes. *Obesity Reviews*, *14*(2), 110–128. <https://doi.org/10.1111/obr.12002>
- República, A. da. (2005). Lei - Lei Constitucional n.º 1/97, de 20 de setembro. *Assembleia da República Portuguesa, VII Revisão Constitucional*, 91. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Ricardo, P., & Guimarães, B. (2007). *Métodos Quantitativos Estatísticos*. IESDE Brasil S.A.
- Roache, S. A., & Gostin, L. O. (2017). The Untapped Power of Soda Taxes: Incentivizing Consumers, Generating Revenue, and Altering Corporate Behavior. *Int J Health Policy Manag*, *6*(9), 489–493. <https://doi.org/10.15171/ijhpm.2017.69>

- Roberto, C. A., Soo, J., & Pomeranz, L. (2015). Regulatory strategies for preventing obesity and improving public health. Em *Managing and Preventing Obesity*.  
<https://doi.org/10.1533/9781782420996.5.277>
- Santos, C. M., & Cordeiro, R. F. (2016). A Introdução das Fat Taxes em Portugal: Algumas Considerações. Estudos 1, <http://www.cedipre.fd.uc.pt/observatorio>, Coimbra, maio de 2016
- Sassi, F., Belloni, A., & Capobianco, C. (2013). The Role of Fiscal Policies in Health Promotion. Em *OECD Health Working Papers* (Número 66). OECD Publishing.  
<https://doi.org/10.1787/5k3twr94kvzx-en>
- Saw, S. M., & Rajan, U. (1997). The Epidemiology of Obesity: A Review. Em *Annals of the Academy of Medicine Singapore* (Vol. 26, Número 4, pp. 489–493).  
<https://doi.org/10.1016/j.gtc.2009.12.014>
- Schwendicke, F., & Stolpe, M. (2017). Taxing sugar-sweetened beverages: Impact on overweight and obesity in Germany. *BMC Public Health*, 17(1), 88.  
<https://doi.org/10.1186/s12889-016-3938-4>
- Sharma, A., Hauck, K., Hollingsworth, B., & Siciliani, L. (2014). The effects of taxing sugar-sweetened beverages across different income groups. *Health Economics (United Kingdom)*, 23(9), 1159–1184. <https://doi.org/10.1002/hec.3070>
- Silver, L. D., Ng, S. W., Ryan-Ibarra, S., Taillie, L. S., Induni, M., Miles, D. R., Poti, J. M., & Popkin, B. M. (2017). Changes in prices, sales, consumer spending, and beverage consumption one year after a tax on sugar-sweetened beverages in Berkeley, California, US: A before-and-after study. *PLoS Medicine*, 14(4).  
<https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1002283>
- Smed, S., Scarborough, P., Rayner, M., & Jensen, J. D. (2016). The effects of the Danish saturated fat tax on food and nutrient intake and modelled health outcomes: An econometric and comparative risk assessment evaluation. *European Journal of Clinical Nutrition*, 70(6), 681–686. <https://doi.org/10.1038/ejcn.2016.6>
- Sornpaisarn, B., Shield, K. D., Osterberg, E., & Rehm, J. (2017). Resource tool on alcohol taxation and pricing policies. *World Health Organization*.
- Tamir, O., Cohen-Yogev, T., Furman-Assaf, S., & Endevelt, R. (2018). Taxation of sugar sweetened beverages and unhealthy foods: A qualitative study of key opinion leaders' views. *Israel Journal of Health Policy Research*, 7(1), 43. <https://doi.org/10.1186/s13584-018-0240-1>
- Thornton, M. (2005). Harm Reduction and Sin Taxes: Why Gary Becker is Wrong. Em *Advances in Austrian Economics* (Vol. 8, pp. 357–376). [https://doi.org/10.1016/S1529-2134\(05\)08014-2](https://doi.org/10.1016/S1529-2134(05)08014-2)

- Thow, A. M. (2015). Fiscal strategies to influence diet and weight management. *Managing and Preventing Obesity*, 289–300. <https://doi.org/10.1533/9781782420996.5.289>
- Thow, A. M., Downs, S. M., Mayes, C., Trevena, H., Waqanivalu, T., & Cawley, J. (2018). Fiscal policy to improve diets and prevent noncommunicable diseases: from recommendations to action. *Bulletin of the World Health Organization*, 96(3), 201–210. <https://doi.org/10.2471/BLT.17.195982>
- Thow, A. M., Jan, S., Leeder, S., & Swinburn, B. (2010). The effect of fiscal policy on diet, obesity and chronic disease: a systematic review. *Bulletin of the World Health Organization*, 88(8), 609–614. <https://doi.org/10.2471/BLT.09.070987>
- Thow, A. M., Quested, C., Juventin, L., Kun, R., Khan, A. N., & Swinburn, B. (2011). Taxing soft drinks in the Pacific: Implementation lessons for improving health. *Health Promotion International*, 26(1), 55–64. <https://doi.org/10.1093/heapro/daq057>
- Vallgård, S., Holm, L., & Jensen, J. D. (2015). The Danish tax on saturated fat: Why it did not survive. *European Journal of Clinical Nutrition*, 69(2), 223–226. <https://doi.org/10.1038/ejcn.2014.224>
- Vasques, S. (1999). *Os Impostos do Pecado - o álcool, o tabaco, o jogo e o fisco*. Livraria Almedina.
- Vasques, S. (2001). *Os Impostos Especiais de Consumo*. Almedina.
- Winstanley, C. (2008). A Healty Food Tax Credit: Movign Away from the Fat Tax and Its Fault-Based Paradigm. *Oregon Law Review*, 86(4), 1151–1200.
- World Cancer Research Fund Internacional. (2018). Use economic tools to address food affordability and purchase incentives. *NOURISHING framework*, 17. <https://doi.org/10.1016/j.ypped.2017.07.013>
- World Cancer Research Fund. (2018). Summary of Strong Evidence on Diet, Nutrition, Physical Activity and Prevention of Cancer. *Lung Pancreas Liver Breast Premenopause Breast Postmenopause Endometrium Prostate Kidney Skin*, 1.
- World Cancer Research Fund, & American Institute for Cancer Research. (2018a). *Body fatness and weight gain and the risk of cancer*.
- World Cancer Research Fund, & American Institute for Cancer Research. (2018b). *Cancer Prevention Recommendations - World Cancer Research Fund - Recommendations and public health and policy implications*.
- World Cancer Research Fund, & American Institute for Cancer Research. (2018c). Non-alcoholic drinks and the risk of cancer. *Continuous Update Project Expert Report 2018*, 64.

Yaniv, G., Rosin, O., & Tobol, Y. (2009). Junk-food, home cooking, physical activity and obesity: The effect of the fat tax and the thin subsidy. *Journal of Public Economics*, 93(5–6), 823–830. <https://doi.org/10.1016/J.JPUBECO.2009.02.004>

## Apêndice I – E-mail difusão de inquérito

Divulgação através da plataforma Google<sup>TM</sup> de e-mail do inquérito por questionário a particulares e empresas ligadas ao ramo alimentar em Portugal.

Boa tarde,

No âmbito de Mestrado em Contabilidade, estou a elaborar um estudo, para a minha Dissertação de Mestrado, no Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro, no contexto do *FAT TAX*, no sentido de investigar a perceção e atitude do consumidor e das empresas acerca do imposto sobre as bebidas não alcoólicas introduzido no nosso Código dos Impostos Especiais de Consumo em 2017.

Dada a importância dos dados para a prossecução do trabalho de investigação, e por forma a garantir a representatividade das respostas, venho pelo presente meio pedir que disponibilize 3 minutos do seu tempo para responder ao questionário que se encontra disponível em:

<https://forms.gle/cgPRWy69MRqng6gm6>

O questionário é anónimo e estará disponível até ao dia 26 de outubro de 2019. Ressaltamos que este questionário está de acordo com o RGPD (Regulamento Geral de Proteção de Dados).

O sucesso deste estudo depende muito da sua colaboração, que desde já agradeço!

Atentamente

**Ana Cristina Santos**

---

**Ana Cristina Santos**

Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro (ISCA), Universidade de Aveiro | Institute of Accounting and Administration of the University of Aveiro, University of Aveiro  
Estudante de Mestrado em Contabilidade | Master's Student on Accounting  
E-mail: [anapereirasantos@ua.pt](mailto:anapereirasantos@ua.pt)

## Apêndice II - Inquérito sobre o *Fat Tax*

Inquérito sobre o *Fat Tax* - Imposto sobre as gorduras e bebidas açucaradas



Secção 1 de 9

### Inquérito sobre o *Fat Tax* - Imposto sobre as gorduras e bebidas açucaradas

No âmbito de Mestrado em Contabilidade, estou a elaborar um estudo, para a minha Dissertação de Mestrado, no Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro, no contexto do FAT TAX, no sentido de investigar a percepção e atitude do consumidor e das empresas acerca do imposto sobre as bebidas não alcoólicas introduzido no nosso Código dos Impostos Especiais de Consumo em 2017. Dada a importância dos dados para a prossecução do trabalho de investigação, e por forma a garantir a representatividade das respostas, venho pelo presente meio pedir que disponibilize 3 minutos do seu tempo para responder ao questionário que se encontra disponível em: <https://forms.gle/cgPRWy69MRqng6gm6>

O questionário é anónimo e estará disponível até ao dia 26 de outubro de 2019. Ressaltamos que este questionário está de acordo com o RGPD (Regulamento Geral de Proteção de Dados).

O sucesso deste estudo depende muito da sua colaboração, que desde já agradecemos!

Confirmando que li e concordo em participar \*

Sim

Não



## Inquérito sobre o Fat Tax - Imposto sobre as gorduras e bebidas açucaradas

No âmbito de Mestrado em Contabilidade, estou a elaborar um estudo, para a minha Dissertação de Mestrado, no Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro, no contexto do FAT TAX, no sentido de investigar a percepção e atitude do consumidor e das empresas acerca do imposto sobre as bebidas não alcoólicas introduzido no novo Código do Imposto Especial de Consumo em 2017. Dado a importância dos dados para a prossecução do trabalho de investigação, e por forma a garantir a representatividade das respostas, venho pelo presente mais pedir que disponibilize 3 minutos do seu tempo para responder ao questionário que se encontra disponível em: <https://forms.office.com/SRANd3M0D9u4d1m4>

O questionário é anónimo e estará disponível até ao dia 26 de outubro de 2019. Ressaltamos que este questionário está de acordo com o RGPD (Regulamento Geral de Proteção de Dados).

O sucesso deste estudo depende muito da sua colaboração, que desde já agradecemos!

### \*Obrigatório

#### 1. Confirmando que li e concordo em participar \*

Marcar apenas uma oval.

- Sim  
 Não

### Caracterização

Clique em selecionar e escolha uma das opções (consumidor ou empresa do ramo alimentar) para responder a esta inquérito.

#### 2. Consumidor/ Empresa do ramo alimentar \*

Marcar apenas uma oval.

- Consumidor  
 Empresa / Instituição ligada ao ramo alimentar [Avançar para a pergunta 25.](#)

### Caracterização pessoal

#### 3. Sexo \*

Marcar apenas uma oval.

- Femenino  
 Masculino

#### 4. Idade \*

Marcar apenas uma oval.

- Até 25 anos  
 26-35 anos  
 36-45 anos  
 46-55 anos  
 Mais de 55 anos

#### 5. Estado Civil \*

Marcar apenas uma oval.

- Casado  
 União de facto  
 Solteiro, divorciado ou separado judicialmente  
 Viúvo  
 Separado de facto

#### 6. Número de dependentes \*

Marcar apenas uma oval.

- 0  
 1  
 2  
 3 ou mais

7. Entendendo por classes social o grupo socioeconómico ao qual pertence, indique a classe social em que se insere \*

Considerem classe média (8.700€ a 22.300€) / ano.

Marcar apenas uma oval.

- Classe baixa
- Classe média
- Classe alta

8. Indique qual o nível máximo das suas habilitações literárias: \*

Marcar apenas uma oval.

- Menos que o 9º Ano
- 9º Ano Completo (3º Ciclo)
- 12º Ano Completo (Ensino Secundário)
- Licenciatura ou mais

9. Área de profissão \*

Marcar apenas uma oval.

- Nutricionista
- Outras áreas de saúde
- Ramo de alimentação e bebidas
- Outras

10. Área de residência \*

Marcar apenas uma oval.

- Aveiro
- Beja
- Braga
- Bragança
- Castelo Branco
- Coimbra
- Évora
- Faro
- Guarda
- Leiria
- Lisboa
- Portalegre
- Porto
- Santarém
- Setúbal
- Viana do Castelo
- Vila Real
- Viseu
- Região Autónoma da Madeira
- Região Autónoma dos Açores

#### Inquérito sobre o Fat Tax

11. 21 O ano de 2017 ficou marcado pela introdução do imposto Fat Tax que incide sobre bebidas não alcoólicas. Tem conhecimento deste imposto? \*

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

12. 2.2 Indique como tomou conhecimento deste imposto \*

Marcar todos o que for aplicável

- Jornal
- Televisão
- Internet
- Rádio
- Outros

13. 2.3 Em que medida está satisfeito com a tributação das bebidas não alcoólicas? \*

(numa escala de 1 a 5, onde 1 significa "Nada satisfeito" e 5 significa "Extremamente satisfeito")

Marcar apenas uma oval

	1	2	3	4	5	
Nada satisfeito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Extremamente satisfeito

14. 2.4 Como classifica este imposto? \*

(numa escala de 1 a 5, onde 1 significa "Nada justo" e 5 significa "Extremamente justo")

Marcar apenas uma oval

	1	2	3	4	5	
Nada justo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Extremamente justo

15. 2.5 Na sua opinião, este imposto é semelhante ou distinto dos restantes Estados Membros da União Europeia? \*

Marcar apenas uma oval

- imposto semelhante
- imposto distinto
- não tenho opinião/não sei responder

16. 2.6 Na sua perspectiva, este imposto devia aumentar, diminuir ou manter-se? \*

Marcar apenas uma oval

- Aumentar muito
- Aumentar
- Manter-se
- Diminuir
- Diminuir muito

17. 2.7 A maioria das pessoas afirma que, apesar de potenciar a redução da obesidade e ser benéfico à saúde da população, este imposto limita-se a uma política de arrecadação de receita fiscal. \*

Marcar apenas uma oval por linha

	Discordo totalmente	Discordo	Não discordo nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
Concorda com esta afirmação?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. 2.8 A receita deste imposto está canalizada para o sistema nacional de saúde, para financiamento do combate a doenças provocadas pelo consumo de alimentos ricos em gorduras e açúcares. \*

Marcar apenas uma oval por linha

	Discordo totalmente	Discordo	Não discordo nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
Concorda com este destino?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. 2.9 Na sua opinião, a receita arrecadada do imposto deve ser aplicada \*

*Marcas apenas uma vez por linha*

	Sim	Não	Não tenho opinião formada
Sistema Nacional de Saúde	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Subsídios e incentivos ao consumo de alimentos saudáveis e em programas de educação em saúde	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Programas de educação em saúde	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. 2.10 Caso queira, deixe-nos sugestões de outros destinos a serem dados pela receita obtida do imposto. A sua opinião é importante nesta investigação!

\_\_\_\_\_

21. 2.11 Indique o grau de concordância com as seguintes frases relativas à finalidade do imposto Fat Tax \*

*Marcas apenas uma vez por linha*

	Discordo totalmente	Discordo	Não discordo nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
Reduzir a despesa na saúde pública	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Criar justiça social	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reduzir a obesidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reduzir o défice público	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Potenciar benefícios na saúde	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Financiar as despesas públicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Redistribuição de riqueza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estabilização macro-económica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Influência na alocação de recursos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. 2.12 Qual o nível de probabilidade de evasão fiscal que considera existir neste imposto. \*

*Marcas todas a que for aplicável.*

- Muito baixa
- Baixa
- Média
- Alta
- Muito alta

**Fat Tax e a saúde**

23. 3.1 Considere que o consumo excessivo de bebidas não alcoólicas aumenta o risco de \*

*Marcas apenas uma vez por linha*

	Discordo totalmente	Discordo	Não discordo nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
Excesso de peso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diabetes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cáries dentárias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outras doenças	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

24. 3.2 Considera que o consumo de grandes quantidades de fast foods e outros alimentos processados ricos em gordura, amidos ou açúcares aumenta o risco de \*

Marcar apenas uma oval por linha.

	Discordo totalmente	Discordo	Não discordo nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
Excesso de peso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Obesidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diabetes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cáries dentárias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Câncer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outras doenças	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

25. 3.3 O que é para si mais importante? \*

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nunca	Raramente	Frequentemente	Muito frequente	Sempre
O preço do produto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O modo higiénico de embalamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Não conter açúcares/calorias adicionados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Com menos açúcares/calorias adicionados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sabor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De abertura fácil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De fácil transporte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Etiquetagem de alerta sobre a quantidade de açúcar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Campanhas publicitárias acerca do produto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pack embalagem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

26. 3.4 Considera que este imposto deve ser alargado a outros produtos menos nutritivos e ricos em gorduras saturadas? \*

Marcar apenas uma oval.

- Sim  
 Não  
 Não tenho opinião/Não sei responder

27. 3.5 Na sua opinião, este imposto devia incidir em alguns destes alimentos? \*

Indique apenas as que considere mais importantes.

Marcar todas as que for aplicável.

- Hamburgueses, salgadinhos  
 Comida pré-preparada  
 Batatas fritas  
 Snacks  
 Queijos  
 Produtos feitos de farinha branca, como pão, massas e pizzas  
 Bolos, doces, biscoitos e outros alimentos de padaria  
 Confeitaria (doces)  
 Não tenho opinião/Não sei responder

28. 4.1 O que considera mais importante quando compra bebidas não alcoólicas \*

Marcar apenas uma oval por linha.

	Sem importância	Pouco importante	Indiferente	Importante	Muito importante
Preço baixo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Promoção	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oferta de produto absente/variada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produto com menos açúcares/calorias (ex: light)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Categorias semelhantes menos afectadas pelo imposto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formatos menores (ex: embalagem a granel ou de menor capacidade)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marcas com preços mais reduzidos (ex: marcas de distribuição)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produtos de qualidade mais elevada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

29. 4.2 Que medidas suplementares é que considera mais importantes \*  
(para escala de 1 a 5, onde 1 significa "não importante" e 5 significa "muito importante")

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Redução destes produtos nas escolas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Redução de máquinas de vending	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Implementação de mais dispensadores de água nas escolas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atividades físicas de promoção de saúde	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Isenção de imposto nas bebidas mais saudáveis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

30. 4.3 Após a introdução do imposto, alterou o seu consumo/compra de bebidas não alcoólicas \*

Marcar apenas uma oval.

- Sim  
 Não  
 Talvez

31. 4.4 Qual o critério de escolha na compra de bebidas não alcoólicas \*

Marcar apenas uma oval por linha.

	Raramente	Pouco frequente	Frequentemente	Muito frequentemente	Sempre
Categorias semelhantes menos afectadas pelo imposto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formatos/embalagens menores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marcas com preços mais reduzidos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opções com menos açúcares/calorias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade melhor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pack promocional (ex: leve 4 pague 3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

32. 4.5 Indique qual o produto que consome/compra mais vezes.\*

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nunca	Raramente	Frequentemente	Muito frequentemente	Sempre
Água	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Água aromatizada/frutada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produto semelhante mais económico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produto semelhante mas com menos teor de açúcar (light)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suco(s) à base de fruta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bebida Premium / Mixta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Concentrados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outros não especificados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

33. 4.6 Verificou nos últimos dois anos um aumento do preço das suas bebidas não alcoólicas habituais?\*

Marcar apenas uma oval.

- Sim  
 Não  
 Não sei responder

34. 4.7 Entre as muitas opções possíveis, sabe quais as categorias de produtos associadas às bebidas não alcoólicas?\*

Marcar apenas uma oval por linha.

	Sim	Não	Talvez
Águas aromatizadas ou frutadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Colas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suco(s) de fruta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Refrigerantes de sumo (laranja, ananás, limão, etc)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bebidas de extractos de limão-limão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bebidas à base de chá	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tónicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Élter (bebidas mais amargas)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bebidas energéticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Instituição ligada ao ramo alimentar

Gratificação de empresa - CNE

35. Sector de actividade CAE\*

Marcar apenas uma oval.

- 46342 - Comércio por grosso de bebidas não alcoólicas. Avançar para a pergunta 26.  
 4711 - Comércio a retalho em estabelecim. não espec. com predominância de produtos alimentares, bebidas ou tabaco. Avançar para a pergunta 26.  
 4725 - Comércio a retalho de bebidas, em estabelecimentos especializados. Avançar para a pergunta 26.  
 Dúta. Avançar para a pergunta 26.

Avançar para a pergunta 26

Fat Tax

36. 2.1 Como classifica este imposto?\*

(uma escala de 1 a 5, onde 1 significa "não justo" e 5 significa "extremamente justo")

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5
Nada justo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Extremamente justo					

37. 2.2 Na sua opinião, este imposto é semelhante ou distinto dos restantes Estados Membros da União Europeia? \*

Marcar apenas uma oval.

- Imposto semelhante
- Imposto distinto
- não tenho opinião/não sei responder

38. 2.3 Na sua perspectiva, este imposto devia aumentar, diminuir ou manter-se? \*

Marcar apenas uma oval.

- Aumentar muito
- Aumentar
- Manter-se
- Diminuir
- Diminuir muito

39. 2.4 A maioria das pessoas afirma que, apesar de potenciar a redução da obesidade e ser benéfico à saúde da população, este imposto limita-se a uma política de arrecadação de receita fiscal. \*

Marcar apenas uma oval por linha.

	Discordo totalmente	Discordo	Não discordo nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
Concorda com esta afirmação?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

40. 2.5 Indique o grau de concordância com as seguintes frases relativas à finalidade do imposto Fat Tax. \*

Marcar apenas uma oval por linha.

	Discordo totalmente	Discordo	Não discordo nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
Reduzir a despesa na saúde pública	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crear justiça social	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reduzir a obesidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reduzir o défice público	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Potenciar benefícios na saúde	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Financiar as despesas públicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Redistribuição da riqueza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estabilização macro-económica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Influência na atenuação de recursos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

41. 2.6 Qual o impacto deste imposto na sua empresa? \*

Marcar apenas uma oval.

- Negativo
- Neutro
- Positivo
- Ainda não avaliado



42. 2.7 Que procedimento / medida tomou ou tenciona tomar para contrariar o efeito da tributação \*

*Marcar apenas uma oval por linha*

	Nunca	Raramente	Frequentemente	Muito frequente	Sempre
Desenvolvimento de novas embalagens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alteração de capacidade de embalagem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desenvolvimento de bebidas Premium	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desenvolvimento de novos produtos semelhantes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reformulação de composição do produto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desenvolvimento de novas estratégias de publicidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reformulação de rotulagem identificativa de percentagem de açúcares e matérias gordas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

43. 2.8 Face ao desenvolvimento de novos produtos, indique o grau de frequência tomada para cada opção \*

*Marcar apenas uma oval por linha*

	Nunca	Raramente	Frequentemente	Muito frequente	Sempre
Utilização de produtos / alimentos mais baratos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Substituição de açúcares	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Redução de quantidade de açúcar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilização de produtos / alimentos de qualidade superior	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Embalagem de capacidade mais reduzida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Embalagem promocional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nova embalagem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nova estratégia de publicidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rotulagem identificativa de percentagem de açúcares e matérias gordas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

44. 2.9 Qual o nível de probabilidade de evasão fiscal que considera existir neste imposto. \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Muito baixa
- Baixa
- Média
- Alta
- Muito alta

45. 2.10 Que medidas suplementares é que considera mais importantes \*

*(numa escala de 1 a 5, onde 1 significa "Muito importante" e 5 significa "Muito importante")*

*Marcar apenas uma oval por linha*

	1	2	3	4	5
Redução de certos produtos nas escolas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Redução de máquinas de vending	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Implementação de água limpa nas escolas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atividades físicas de promoção de saúde	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

46. 2.11 Que outras soluções considera relevantes para melhorar a saúde dos cidadãos? A sua opinião é importante para a nossa investigação!

---



---



---



---

Obrigada pela sua participação!

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

### Apêndice III – Tabelas de frequências

**Tabela 59 – Caracterização Consumidores - Sexo**

<i>Sexo</i>		
	N	%
Feminino	115	71,0%
Masculino	47	29,0%

**Tabela 60 - Caracterização Consumidores -Idade**

<i>Idade</i>		
	N	%
<25	53	32,7%
26-35	41	25,3%
36-45	34	21,0%
46-55	20	12,3%
>55	14	8,6%

**Tabela 61 - Caracterização Consumidores – Estado civil**

<i>Estado Civil</i>		
	N	%
Casado	65	40,1%
União de facto	16	9,9%
Solteiro, divorciado ou separado judicialmente	79	48,8%
Viúvo	1	0,6%
Separado de facto	1	0,6%

**Tabela 62 - Caracterização Consumidores - Dependentes**

<i>Dependentes</i>		
	N	%
0	99	61,1%
1	27	16,7%
2	30	18,5%
3	6	3,7%

**Tabela 63 - Caracterização Consumidores – Classe social**

<i>Classe Social</i>		
	N	%
1	24	14,8%
2	128	79,0%
3	10	6,2%

**Tabela 64 - Caracterização Consumidores – Nível de educação**

<i>Nível Educação</i>		
	N	%
< 9º Ano	3	1,9%
9º Ano	2	1,2%
12º Ano/Ens. Sec	30	18,5%
Licenciatura >	127	78,4%

**Tabela 65 – Caracterização Consumidores - Área profissional**

<i>Área Profissional</i>		
	N	%
Outras áreas saúde	24	14,8%
Ramo alimentação e bebidas	4	2,5%
Outras	134	82,7%

**Tabela 66 - Caracterização Consumidores - Localização**

<i>Região</i>		
	N	%
Aveiro	65	40,1%
Beja	2	1,2%
Braga	10	6,2%
Castelo Branco	4	2,5%
Coimbra	14	8,6%
Évora	1	0,6%
Faro	3	1,9%
Leiria	4	2,5%
Lisboa	16	9,9%
Porto	24	14,8%
Região Autónoma da Madeira	2	1,2%
Santarém	2	1,2%
Setúbal	5	3,1%
Viana do Castelo	5	3,1%
Viseu	5	3,1%

**Tabela 67 – Análise meio de comunicação divulgação do imposto**

*Q 2.2*

	N	%
	2	1,2%
Internet	15	9,3%
Internet, Outros	1	0,6%
Internet, Rádio	1	0,6%
Jornais	4	2,5%
Jornais, Internet	4	2,5%
Jornais, Televisão	10	6,2%
Jornais, Televisão, Internet	18	11,1%
Jornais, Televisão, Internet, Outros	3	1,9%
Jornais, Televisão, Internet, Rádio	5	3,1%
Jornais, Televisão, Internet, Rádio, Outros	1	0,6%
Jornais, Televisão, Rádio	2	1,2%
Outros	23	14,2%
Televisão	54	33,3%
Televisão, Internet	11	6,8%
Televisão, Internet, Outros	1	0,6%
Televisão, Internet, Rádio	5	3,1%
Televisão, Outros	2	1,2%

**Tabela 68 – Comparação de imposto - Portugal e Estados Membros**

*Tabela Q. 2.5*

	N	%
Imposto semelhante	35	21,6%
Imposto distinto	17	10,5%
Não tenho opinião/não sei responder	110	67,9%

*Q 2.5 Na sua opinião, este imposto é semelhante ou distinto dos restantes Estados Membros da União Europeia?*

**Tabela 69 – Análise da percepção consumidor sobre destino da receita do imposto**

	Q 2.11.1		Q 2.11.2		Q 2.11.3		Q 2.11.4		Q 2.11.5	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Discordo total-mente	18	11,1%	25	15,4%	9	5,6%	24	14,8%	7	4,3%
Discordo	28	17,3%	52	32,1%	16	9,9%	33	20,4%	12	7,4%
Não discordo nem concordo	37	22,8%	<b>55</b>	<b>34,0%</b>	19	11,7%	<b>53</b>	<b>32,7%</b>	21	13,0%
Concordo	<b>63</b>	<b>38,9%</b>	25	15,4%	<b>86</b>	<b>53,1%</b>	44	27,2%	<b>87</b>	<b>53,7%</b>
Concordo total-mente	16	9,9%	5	3,1%	32	19,8%	8	4,9%	35	21,6%
Total	162	100,0%	162	100,0%	162	100,0%	162	100,0%	162	100,0%

	Q 2.11.6		Q 2.11.7		Q 2.11.8		Q 2.11.9	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Discordo total-mente	19	11,7%	44	27,2%	32	19,8%	20	12,3%
Discordo	32	19,8%	43	26,5%	38	23,5%	25	15,4%
Não discordo nem concordo	39	24,1%	<b>53</b>	<b>32,7%</b>	<b>57</b>	<b>35,2%</b>	<b>68</b>	<b>42,0%</b>
Concordo	<b>59</b>	<b>36,4%</b>	18	11,1%	30	18,5%	42	25,9%
Concordo total-mente	13	8,0%	4	2,5%	5	3,1%	7	4,3%
Total	162	100,0%	162	100,0%	162	100,0%	162	100,0%

*Q 2.11 Indique o grau de concordância com as seguintes frases relativas à finalidade do imposto Fat Tax: reduzir a despesa na saúde pública (opção 1); criar justiça social (opção 2); reduzir a obesidade (opção 3); reduzir o déficit público (opção 4); potencializar benefícios na saúde (opção 5); financiar as despesas públicas (opção 6); redistribuição da riqueza (opção 7); estabilização macroeconômica (opção 8); influência na afetação de recursos (opção 9).*

**Tabela 70 – Preferência do consumidor na compra de BNA**

		Q 3.3.1	Q 3.3.2	Q 3.3.3	Q 3.3.4	Q 3.3.5	Q 3.3.6	Q 3.3.7	Q 3.3.8	Q 3.3.9	Q 3.3.10
Nunca	N	3	2	3	3	0	15	11	11	31	20
	%	1,9%	1,2%	1,9%	1,9%	0,0%	9,3%	6,8%	6,8%	19,1%	12,3%
Raramente	N	16	19	28	22	5	66	52	25	66	56
	%	9,9%	11,7%	17,3%	13,6%	3,1%	40,7%	32,1%	15,4%	40,7%	34,6%
Fre-quentemente	N	76	52	59	51	52	56	61	62	49	59
	%	46,9%	32,1%	36,4%	31,5%	32,1%	34,6%	37,7%	38,3%	30,2%	36,4%
Muito frequente	N	45	49	48	58	57	17	29	39	11	21
	%	27,8%	30,2%	29,6%	35,8%	35,2%	10,5%	17,9%	24,1%	6,8%	13,0%
Sempre	N	22	40	24	28	48	8	9	25	5	6
	%	13,6%	24,7%	14,8%	17,3%	29,6%	4,9%	5,6%	15,4%	3,1%	3,7%
Total	N	162	162	162	162	162	162	162	162	162	162
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Q 3.3 O que é para si mais importante: O preço do produto (opção 1) O modo higiénico de embalagem (opção 2) Não conter açúcares/calorias adicionadas (opção 3) Com menos açúcares/calorias adicionadas (opção 4) Sabor (opção 5) De abertura fácil (opção 6) de fácil transporte (opção 7), etiquetagem de alerta sobre a quantidade de açúcar (opção 8), Campanhas publicitárias acerca do produto (opção 9) e Pack embalagem (opção 10).

**Tabela 71 – Análise alterações consumo BNA após fat tax**

Q 4.3

	N	%
Sim	24	14,8%
Não	118	72,8%
Talvez	20	12,3%

Q 4.3 Após a introdução do imposto, alterou o seu consumo/compra de bebidas não alcoólicas?

**Tabela 72 - Relação do conhecimento do imposto com os produtos tributados**

	Q 4.7.1	Q 4.7.2	Q 4.7.3	Q 4.7.4	Q 4.7.5	Q 4.7.6	Q 4.7.7	Q 4.7.8	Q 4.7.9
	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Sim	67	134	73	131	77	60	78	68	106
Não	45	18	56	17	34	65	41	35	32
Talvez	50	10	33	14	51	37	43	59	24

	Q 4.7.1	Q 4.7.2	Q 4.7.3	Q 4.7.4	Q 4.7.5	Q 4.7.6	Q 4.7.7	Q 4.7.8	Q 4.7.9
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Sim	41,4%	82,7%	45,1%	80,9%	47,5%	37,0%	48,1%	42,0%	65,4%
Não	27,8%	11,1%	34,6%	10,5%	21,0%	40,1%	25,3%	21,6%	19,8%
Talvez	30,9%	6,2%	20,4%	8,6%	31,5%	22,8%	26,5%	36,4%	14,8%

*Q 4.7. Entre as muitas opções possíveis, sabe quais as categorias de produtos associadas às BNA? Águas aromatizadas ou frutadas (opção 1); Colas (opção 2); Sumos de fruta (opção 3); Refrigerantes de sumo (laranja, ananás, limão, etc) (opção 4); Bebidas de extractos de lima-limão (opção 5); Bebidas à base de chá (opção 6); Tónicas (opção 7); Bitter (bebidas mais amargas) (opção 8); Bebidas energéticas (opção 9).*



**Tabela 73 – Comparação imposto fat tax (empresas) - Portugal e Estados Membros**

<i>Q 2.2</i>	
	N %
Imposto semelhante	5 45,5%
Não tenho opinião/não sei responder	6 54,5%

**Tabela 74– Análise finalidade fat tax**

		Q 2.5.1	Q 2.5.2	Q 2.5.3	Q 2.5.4	Q 2.5.5	Q 2.5.6	Q 2.5.7	Q 2.5.8	Q 2.5.9
Discordo totalmente	N	1	3	1	3	1	2	2	2	2
	%	9,10%	27,30%	9,10%	27,30%	9,10%	18,20%	18,20%	18,20%	18,20%
Discordo	N	3	3	3	1	1	0	5	2	2
	%	27,30%	27,30%	27,30%	9,10%	9,10%	0,00%	<b>45,50%</b>	18,20%	18,20%
Não discordo nem concordo	N	1	3	1	1	1	1	2	2	4
	%	9,10%	27,30%	9,10%	9,10%	9,10%	9,10%	18,20%	18,20%	<b>36,40%</b>
Concordo	N	6	2	6	6	7	7	1	5	3
	%	<b>54,50%</b>	18,20%	<b>54,50%</b>	<b>54,50%</b>	<b>63,60%</b>	<b>63,60%</b>	9,10%	<b>45,50%</b>	27,30%
Concordo totalmente	N	0	0	0	0	1	1	1	0	0
	%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	9,10%	9,10%	9,10%	0,00%	0,00%
Total	N	11	11	11	11	11	11	11	11	11
	%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

*Q 2.5 Indique o grau de concordância com as seguintes frases relativas à finalidade do imposto fat tax: reduzir a despesa na saúde pública (opção 1); criar justiça social (opção 2); reduzir a obesidade (opção 3); reduzir o défice público (opção 4); potenciar benefícios na saúde (opção 5); financiar as despesas públicas (opção 6); redistribuição da riqueza (opção 7); estabilização macroeconómica (opção 8); influência na afetação de recursos (opção 9).*

**Tabela 75 – Impacto do fat tax nas empresas portuguesas**

<i>Q 2.6</i>	
	N %
Negativo	5 45,5%
Neutro	6 54,5%

## Apêndice IV – Tabelas de contingência

**Tabela 76 – Análise de seleção de qualidades BNA e nível de educação**

		Nível Educação					Total
		< 9º Ano	9º Ano	12º Ano/Ens. Sec	Licenciatura >		
Q 4.1.1	Sem importância	N	1	0	2	7	10
		%	0,6%	0,0%	1,2%	4,3%	6,2%
	Pouco importante	N	0	0	4	17	21
		%	0,0%	0,0%	2,5%	10,5%	13,0%
	Indiferente	N	0	2	2	27	31
		%	0,0%	1,2%	1,2%	16,7%	19,1%
	Importante	N	1	0	17	61	79
		%	0,6%	0,0%	10,5%	37,7%	48,8%
	Muito importante	N	1	0	5	15	21
		%	0,6%	0,0%	3,1%	9,3%	13,0%
Q 4.1.2	Sem importância	N	0	1	1	3	5
		%	0,0%	0,6%	0,6%	1,9%	3,1%
	Pouco importante	N	0	0	6	12	18
		%	0,0%	0,0%	3,7%	7,4%	11,1%
	Indiferente	N	1	0	4	21	26
		%	0,6%	0,0%	2,5%	13,0%	16,0%
	Importante	N	1	1	13	69	84
		%	0,6%	0,6%	8,0%	42,6%	51,9%
	Muito importante	N	1	0	6	22	29
		%	0,6%	0,0%	3,7%	13,6%	17,9%
Q 4.1.3	Sem importância	N	0	0	3	5	8
		%	0,0%	0,0%	1,9%	3,1%	4,9%
	Pouco importante	N	0	0	6	16	22
		%	0,0%	0,0%	3,7%	9,9%	13,6%
	Indiferente	N	1	1	8	44	54
		%	0,6%	0,6%	4,9%	27,2%	33,3%
	Importante	N	0	1	10	52	63
		%	0,0%	0,6%	6,2%	32,1%	38,9%
	Muito importante	N	2	0	3	10	15

	%	1,2%	0,0%	1,9%	6,2%	9,3%
Q 4.1.4	Sem importância	N 0	1	1	8	10
	%	0,0%	0,6%	0,6%	4,9%	6,2%
	Pouco importante	N 0	0	6	5	11
	%	0,0%	0,0%	3,7%	3,1%	6,8%
	Indiferente	N 1	0	2	16	19
	%	0,6%	0,0%	1,2%	9,9%	11,7%
	Importante	N 0	1	11	65	77
	%	0,0%	0,6%	6,8%	40,1%	47,5%
	Muito importante	N 2	0	10	33	45
	%	1,2%	0,0%	6,2%	20,4%	27,8%
Q 4.1.5	Sem importância	N 0	1	4	10	15
	%	0,0%	0,6%	2,5%	6,2%	9,3%
	Pouco importante	N 1	0	8	20	29
	%	0,6%	0,0%	4,9%	12,3%	17,9%
	Indiferente	N 1	0	8	52	61
	%	0,6%	0,0%	4,9%	32,1%	37,7%
	Importante	N 0	1	8	37	46
	%	0,0%	0,6%	4,9%	22,8%	28,4%
	Muito importante	N 1	0	2	8	11
	%	0,6%	0,0%	1,2%	4,9%	6,8%
Q 4.1.6	Sem importância	N 0	0	4	9	13
	%	0,0%	0,0%	2,5%	5,6%	8,0%
	Pouco importante	N 1	1	9	26	37
	%	0,6%	0,6%	5,6%	16,0%	22,8%
	Indiferente	N 0	0	10	55	65
	%	0,0%	0,0%	6,2%	34,0%	40,1%
	Importante	N 2	0	6	33	41
	%	1,2%	0,0%	3,7%	20,4%	25,3%
	Muito importante	N 0	1	1	4	6
	%	0,0%	0,6%	0,6%	2,5%	3,7%
Q 4.1.7	Sem importância	N 1	0	0	7	8
	%	0,6%	0,0%	0,0%	4,3%	4,9%
	Pouco importante	N 1	1	7	18	27
	%	0,6%	0,6%	4,3%	11,1%	16,7%
	Indiferente	N 0	0	5	41	46
	%	0,0%	0,0%	3,1%	25,3%	28,4%
	Importante	N 0	1	15	49	65
	%	0,0%	0,6%	9,3%	30,2%	40,1%
	Muito importante	N 1	0	3	12	16
	%	0,6%	0,0%	1,9%	7,4%	9,9%

Q 4.1.8 Sem importância	N	0	0	0	2	2
	%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	1,2%
Pouco importante	N	0	1	4	2	7
	%	0,0%	0,6%	2,5%	1,2%	4,3%
Indiferente	N	1	0	3	17	21
	%	0,6%	0,0%	1,9%	10,5%	13,0%
Importante	N	0	1	19	71	91
	%	0,0%	0,6%	11,7%	43,8%	56,2%
Muito importante	N	2	0	4	35	41
	%	1,2%	0,0%	2,5%	21,6%	25,3%

*Q 4.1. O que considera mais importante quando compra bebidas não alcoólicas: Preços baixos (opção 1); Promoção (opção 2); Oferta de produto atraente/variada (opção 3); Produto com menos açúcares/calorias (ex. lights) (opção 4); Categorias semelhantes menos afetadas pelo imposto (opção 5); Formatos menores (ex: embalagens e grupagens de menor capacidade) (opção 6); Marcas com preços mais reduzidos (ex: marcas de distribuição) (opção 7) e Produtos de qualidade mais elevada (opção 8).*

**Tabela 77 - Análise critérios de escolha BNA e Nível de Educação**

		Nível Educação				Total
		< 9º Ano	9º Ano	12º Ano/Ens. Sec	Licenciatura >	
Q 4.4.1	Raramente	1	0	12	39	52
		0,6%	0,0%	7,4%	24,1%	32,1%
	Pouco frequente	0	0	9	46	55
		0,0%	0,0%	5,6%	28,4%	34,0%
	Frequentemente	1	2	5	27	35
		0,6%	1,2%	3,1%	16,7%	21,6%
	Muito frequentemente	1	0	1	10	12
		0,6%	0,0%	0,6%	6,2%	7,4%
	Sempre	0	0	3	5	8
		0,0%	0,0%	1,9%	3,1%	4,9%
Q 4.4.2	Raramente	1	0	10	35	46
		0,6%	0,0%	6,2%	21,6%	28,4%
	Pouco frequente	0	1	9	49	59
		0,0%	0,6%	5,6%	30,2%	36,4%
	Frequentemente	1	1	7	33	42
		0,6%	0,6%	4,3%	20,4%	25,9%
	Muito frequentemente	1	0	2	8	11
		0,6%	0,0%	1,2%	4,9%	6,8%
	Sempre	0	0	2	2	4
		0,0%	0,0%	1,2%	1,2%	2,5%
Q 4.4.3	Raramente	1	0	4	20	25
		0,6%	0,0%	2,5%	12,3%	15,4%
	Pouco frequente	1	1	7	29	38
		0,6%	0,6%	4,3%	17,9%	23,5%
	Frequentemente	0	1	8	46	55
		0,0%	0,6%	4,9%	28,4%	34,0%
	Muito frequentemente	1	0	5	22	28
		0,6%	0,0%	3,1%	13,6%	17,3%
	Sempre	0	0	6	10	16
		0,0%	0,0%	3,7%	6,2%	9,9%
Q 4.4.4	Raramente	0	0	4	10	14
		0,0%	0,0%	2,5%	6,2%	8,6%
	Pouco frequente	0	1	3	16	20
		0,0%	0,6%	1,9%	9,9%	12,3%

	Frequentemente	1	1	11	49	62
		0,6%	0,6%	6,8%	30,2%	38,3%
	Muito frequentemente	0	0	6	35	41
		0,0%	0,0%	3,7%	21,6%	25,3%
	Sempre	2	0	6	17	25
		1,2%	0,0%	3,7%	10,5%	15,4%
Q 4.4.5	Raramente	0	0	0	6	6
		0,0%	0,0%	0,0%	3,7%	3,7%
	Pouco frequente	1	0	2	5	8
		0,6%	0,0%	1,2%	3,1%	4,9%
	Frequentemente	0	2	7	45	54
		0,0%	1,2%	4,3%	27,8%	33,3%
	Muito frequentemente	1	0	13	41	55
		0,6%	0,0%	8,0%	25,3%	34,0%
	Sempre	1	0	8	30	39
		0,6%	0,0%	4,9%	18,5%	24,1%
Q 4.4.6	Raramente	1	0	3	18	22
		0,6%	0,0%	1,9%	11,1%	13,6%
	Pouco frequente	1	0	9	23	33
		0,6%	0,0%	5,6%	14,2%	20,4%
	Frequentemente	0	2	8	47	57
		0,0%	1,2%	4,9%	29,0%	35,2%
	Muito frequentemente	1	0	6	21	28
		0,6%	0,0%	3,7%	13,0%	17,3%
	Sempre	0	0	4	18	22
		0,0%	0,0%	2,5%	11,1%	13,6%

*Q 4.4 Qual o critério de escolha na compra de bebidas não alcoólicas: Categorias semelhantes menos afetadas pelo imposto (opção 1); Formatos/embalagens menores (opção 2); Marcas com preços mais reduzidos (opção 3); Opções com menos açúcares/calorias (opção 4); Qualidade melhor (opção 5); Pack promocional (ex: leve 4 pague 3) (opção 6).*

**Tabela 78 – Análise frequências de compra de BNA**

		Nível Educação				
		< 9º Ano	9º Ano	12º Ano/Ens. Sec	Licenciatura >	Total
Q 4.5.1	Nunca	0	0	0	2	2
		0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	1,2%
	Raramente	0	0	0	6	6
		0,0%	0,0%	0,0%	3,7%	3,7%
	Frequentemente	1	2	1	6	10
		0,6%	1,2%	0,6%	3,7%	6,2%
	Muito frequentemente	1	0	8	42	51
0,6%		0,0%	4,9%	25,9%	31,5%	
Sempre	1	0	21	71	93	
	0,6%	0,0%	13,0%	43,8%	57,4%	
Q 4.5.2	Nunca	1	0	8	45	54
		0,6%	0,0%	4,9%	27,8%	33,3%
	Raramente	1	0	17	60	78
		0,6%	0,0%	10,5%	37,0%	48,1%
	Frequentemente	0	2	3	16	21
		0,0%	1,2%	1,9%	9,9%	13,0%
	Muito frequentemente	0	0	2	3	5
0,0%		0,0%	1,2%	1,9%	3,1%	
Sempre	1	0	0	3	4	
	0,6%	0,0%	0,0%	1,9%	2,5%	
Q 4.5.3	Nunca	1	0	5	35	41
		0,6%	0,0%	3,1%	21,6%	25,3%
	Raramente	1	0	14	43	58
		0,6%	0,0%	8,6%	26,5%	35,8%
	Frequentemente	0	1	5	34	40
		0,0%	0,6%	3,1%	21,0%	24,7%
	Muito frequentemente	1	1	5	12	19
0,6%		0,6%	3,1%	7,4%	11,7%	
Sempre	0	0	1	3	4	
	0,0%	0,0%	0,6%	1,9%	2,5%	
Q 4.5.4	Nunca	1	0	5	28	34
		0,6%	0,0%	3,1%	17,3%	21,0%
	Raramente	1	0	11	40	52

		0,6%	0,0%	6,8%	24,7%	32,1%
	Frequentemente	0	0	6	35	41
		0,0%	0,0%	3,7%	21,6%	25,3%
	Muito frequentemente	1	2	4	20	27
		0,6%	1,2%	2,5%	12,3%	16,7%
	Sempre	0	0	4	4	8
		0,0%	0,0%	2,5%	2,5%	4,9%
Q 4.5.5	Nunca	1	0	0	11	12
		0,6%	0,0%	0,0%	6,8%	7,4%
	Raramente	0	0	15	39	54
		0,0%	0,0%	9,3%	24,1%	33,3%
	Frequentemente	1	0	7	41	49
		0,6%	0,0%	4,3%	25,3%	30,2%
	Muito frequentemente	1	2	8	29	40
		0,6%	1,2%	4,9%	17,9%	24,7%
	Sempre	0	0	0	7	7
		0,0%	0,0%	0,0%	4,3%	4,3%
Q 4.5.6	Nunca	1	0	12	72	85
		0,6%	0,0%	7,4%	44,4%	52,5%
	Raramente	0	0	14	44	58
		0,0%	0,0%	8,6%	27,2%	35,8%
	Frequentemente	1	1	2	6	10
		0,6%	0,6%	1,2%	3,7%	6,2%
	Muito frequentemente	1	1	2	5	9
		0,6%	0,6%	1,2%	3,1%	5,6%
	Sempre	0	0	0	0	0
		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Q 4.5.7	Nunca	1	0	9	54	64
		0,6%	0,0%	5,6%	33,3%	39,5%
	Raramente	0	0	17	48	65
		0,0%	0,0%	10,5%	29,6%	40,1%
	Frequentemente	1	1	3	16	21
		0,6%	0,6%	1,9%	9,9%	13,0%
	Muito frequentemente	0	0	1	8	9
		0,0%	0,0%	0,6%	4,9%	5,6%
	Sempre	1	1	0	1	3
		0,6%	0,6%	0,0%	0,6%	1,9%
Q 4.5.8	Nunca	0	0	13	51	64
		0,0%	0,0%	8,0%	31,5%	39,5%



Raramente	2	0	11	44	57
	1,2%	0,0%	6,8%	27,2%	35,2%
Frequentemente	0	1	5	24	30
	0,0%	0,6%	3,1%	14,8%	18,5%
Muito frequentemente	1	0	1	6	8
	0,6%	0,0%	0,6%	3,7%	4,9%
Sempre	0	1	0	2	3
	0,0%	0,6%	0,0%	1,2%	1,9%

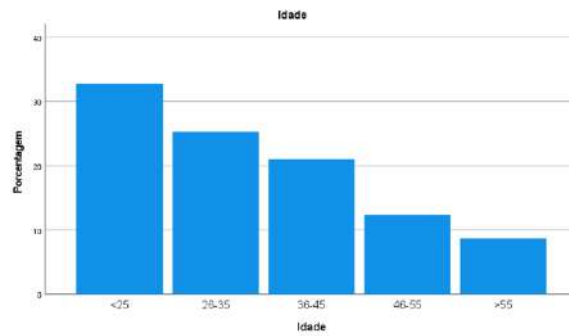
Q 4.5 Indique qual o produto que consome/compra mais vezes: água (opção 1); água aromatizada / frutada (opção 2); produto semelhante mais económico (opção 3); produto semelhante, mas com menor teor de açúcar (light) (opção 4); sumos à base de fruta (opção 5); bebida premium / mixers (opção 6); concentrados (opção 7); outros não especificados (opção 8).

**Tabela 79 – Análise do conhecimento aumento preços BNA e nível de educação**

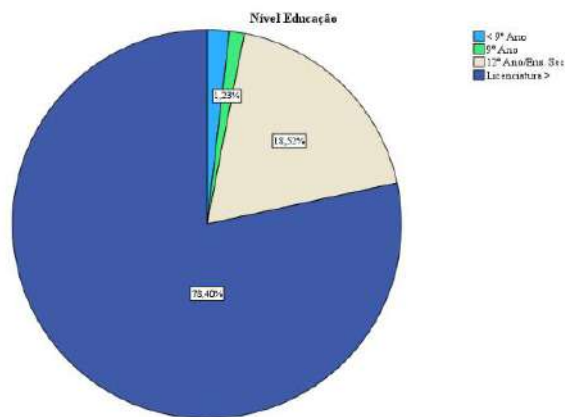
		Nível Educação				Total
		< 9º Ano	9º Ano	12º Ano/Ens. Sec	Licenciatura >	
Q 4.6 Sim	N	1	0	20	60	81
	N %	0,6%	0,0%	12,3%	37,0%	50,0%
Não	N	1	0	4	42	47
	N %	0,6%	0,0%	2,5%	25,9%	29,0%
Não sei responder	N	1	2	6	25	34
	N %	0,6%	1,2%	3,7%	15,4%	21,0%

## Apêndice V - Gráficos

**Gráfico 24 – Caracterização dos indivíduos inquiridos - Idade**



**Gráfico 25 - Análise nível de educação**



**Gráfico 26 - Análise área profissional**

