

UMA ANÁLISE DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR, EM RELAÇÃO A ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL NO VALE DO PARANHANA.

Área temática: Publicidade e Propaganda

Forma de apresentação: Oral

Resultado do trabalho: Parcial

Graciela Silva de Souza⁶; Carolina Rispoli Leal⁷

RESUMO:

O comportamento do consumidor em relação aos alimentos saudáveis tem como importância avaliar e entender quais fatores influenciam o consumidor e o processo de compra de um determinado alimento, pois várias causas podem vir a induzi-lo, tais como: o ambiente onde vive, o grupo de amigos, o trabalho, ou seja, todos os lugares onde frequenta, podendo desta forma estimulá-lo a tal comportamento. Esta pesquisa tem como objetivo analisar o comportamento desse consumidor de alimentação saudável no Vale do Paranhana. O método que será utilizado é o de uma pesquisa exploratória-descritiva, classificada com uma combinação das perspectivas quali-quantitativa. Para Gil (2008), este modelo de pesquisa permite uma maior familiaridade entre o pesquisador e o tema pesquisado, visto que este ainda é pouco conhecido e explorado, permitindo também que o pesquisador faça a descrição das características de uma população, fenômeno ou de uma experiência. Zanella (2011, p. 95), afirma “o método quantitativo preocupa-se com representatividade numérica, isto é, com a medição objetiva e a quantificação dos resultados”. Segundo a mesma autora (2011, p. 99), “o método qualitativo, preocupa-se em conhecer a realidade segundo a perspectiva dos sujeitos participantes da pesquisa, sem medir ou utilizar elementos estatísticos para análise dos dados”. Os dados serão classificados em tabelas, mostrando o percentual das ações e hábitos alimentares saudáveis, considerando as seguintes categorias: alimentação saudável, preferência, cardápio, planejamento e controle.

Palavras-Chaves: Comportamento do Consumidor. Alimentação Saudável. Marketing.

Referências:

SOLOMON Michael R. O Comportamento do consumidor: Comprando, Possuindo e Sendo. 11 ed. São Paulo: Bookman, 2016.

PHILIPPI, Sonia Tucunduva, Pirâmide dos alimentos: fundamentos básicos da nutrição, 2. ed Barueri, SP: Manole, 2014.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. Administração de marketing. 14 ed. São Paulo: Atlas 2012

⁶ Acadêmica das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. gracielasouza@sou.faccat.br

⁷ Professora Orientadora das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. carolina@faccat.br