



**Curso:** 20113: Programa de Pós-graduação em Administração - Mestrado  
Programa de Pós-Graduação em Administração - Esan  
**Disciplina:** 20113062 - Comportamento dos Consumidores de Alimentos  
**Docente(s):** Thelma Lucchese Cheung  
**Oferta:** 2018/2

## EMENTA

O ponto essencial desta disciplina compreende a investigação científica sobre as evoluções dos modelos de comportamento de consumo, privilegiando aspectos de interdisciplinaridade. Com foco nos comportamentos alimentares, pretende-se realizar uma apresentação sobre as evoluções do conceito do marketing no campo alimentar, sobre os estudos do mercado e dos comportamentos de consumo e sobre as inovações em Marketing de alimentos.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Unidade 1.

O Consumidor e as questões nutricionais;  
Principais determinantes do consumo de alimentos;  
Modelos alimentares e variáveis de estudo.

Unidade 2.

Definição de cultura alimentar (enculturação);  
Impacto do dinamismo social na cultura alimentar: globalização (alimentos produzidos em massa), modernização (alimentos processados), urbanização (deslocalização), migração (aculturação);  
Inovação em alimentação: novas tendências de consumo;  
Paradoxo omnívoro: tradição e inovação alimentar.

Unidade 3.

Introdução à análise sensorial: objetivos gerais da análise sensorial, campos de aplicação, percepção fisiológica da análise sensorial;  
Metodologia da análise sensorial: testes de diferenciação, testes de descrição, testes de avaliação;  
Técnicas estatísticas empregadas em estudos do consumo de alimentos (fatorial, cluster, equações estruturais)

## OBJETIVOS

Esta disciplina tem como objetivo principal permitir a compreensão dos comportamentos alimentares a partir de questões de pesquisa relacionadas ao estudo do consumidor e suas características culturais, sociais e econômicas.

Como objetivos específicos, tem-se:

- apresentar diferentes técnicas de coleta e tratamento de dados de consumo;
- realizar apresentações dos resultados de trabalhos publicados em importantes journals acerca dos modelos utilizados para compreender as principais variáveis determinantes dos comportamentos dos consumidores;
- apresentar técnicas de diferenciação, comunicação e posicionamento no mercado de alimentos inovadores.

## AVALIAÇÃO

Apresentação de texto, participação das discussões e produção de um ensaio teórico.

## METODOLOGIA

As aulas são preparadas e apresentadas, devendo os alunos ler e participar das discussões teóricas acerca do assunto da aula. Todos deverão participar das discussões teóricas.



## **BIBLIOGRAFIA**

- HAIR JR., J. F.; GABRIEL, M. L. D. S.; PATEL, V. k. Modelagem de equações estruturais baseada em covariância (cb-sem) com o amos: orientações sobre a sua aplicação como uma ferramenta de pesquisa de marketing. *Revista Brasileira de Marketing – ReMark*, v. 13, n. 2, p. 44 – 55, 2014.
- HAIR JR, Joseph F. *Análise multivariada de dados*. 6. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2009.
- CRONBACH, L. J. Coefficient Alpha and the Internal Structure of Tests. *Psychometrika*, v. 16, n. 3, p. 297 – 334, 1951.
- CUNHA, L. M.; MOURA, A. P.; COSTA-LIMA, R. "Consumers' associations with insects in the context of food consumption: comparisons from acceptors to disgusted." *Insects to feed the world*. Wageningen, Netherlands. 2014.
- DALMORO, M.; VIEIRA, K. M. Dilemas na Construção de Escalas Tipo Likert: o Número de Itens e a Disposição Influenciam nos Resultados? *Revista Gestão Organizacional*, v. 6, n. 3, p. 161 – 174, 2013.
- DEROY, O.; READE, B.; SPENCE, C. The insectivore's dilemma, and how to take the west out of it. *Food Quality and Preference*, v. 44, p. 44 – 55, 2015.
- GALLEN, C., PANTIN-SOHIER, G. E PEYRAT-GUILLARD, D. Les mécanismes cognitifs d'acceptation d'une innovation alimentaire de discontinuité : le cas des insectes en France. *Recherche et Applications en Marketing*, 2018.
- GALLEN, C.; CASES, A. Le role du risque perçu et de l'expérience dans l'achat de vin en ligne. *Association Française du Marketing*, n. 45, p. 59 – 74, 2007.
- VAN HUIS, A. Insects as food in sub-Saharan Africa. *Insect Science and its Application*, 23, 163–185, 2003.
- VAN HUIS, A. Potential of insects as food and feed in assuring food security. *Annual Review of Entomology*, v. 58, p. 563 – 583, 2013.
- VAN HUIS, A. Edible insects are the future? *Proceedings of the Nutrition Society*, v. 75, p. 294 – 305, 2016.
- VERBEKE, W. et al. Why consumers behave as they do with respect to food safety and risk information. *Analytica Chimica Acta*, v. 586, p. 2 – 7, 2007.
- VERBEKE, W. Profiling consumers who are ready to adopt insects as a meat substitute in a Western society. *Food Quality and Preference*, v. 1, n. 39, p. 147-155, 2015.
- PLINER, P.; HOB DEN, K. Development of a scale to measure the trait of food neophobia in humans. *Appetite*, v. 19, n. 2, p. 105–120, 1992.
- RAUDE, J.; FISCHLER, C. *Food Risks and Scares*. Hoboken: John Wiley & Sons, 2014. P. 567-571.