



MUDANÇAS, PERSPECTIVAS E TENDÊNCIAS SOCIOESPACIAIS:  
15 ANOS DA FAMAM NO RECÔNCAVO DA BAHIA/BRASIL  
8 A 10 DE NOVEMBRO DE 2018  
FACULDADE MARIA MILZA



## ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL COMO ATRATIVIDADE DE NEGÓCIO: O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DE RESTAURANTES NATURAIS NA PERSPECTIVA DA TEORIA DAS CADEIAS MEIOS - FIM

Uilians Caldas Felipe\*  
João Luiz da Silva Casas\*\*

O mercado de alimentos vem sofrendo diversas mudanças e transformações, dessa forma, às empresas requerem do marketing estratégias que possam promover a satisfação dos consumidores, onde o mercado presencia transformações relacionadas ao comportamento de compra do consumidor, a sua percepção de melhoria dos seus hábitos alimentares, as novas tendências e segmentação de mercado, além da busca pela qualidade de vida. Isso faz com que as organizações desenvolvam produtos e serviços que possam atender as demandas e necessidades dos consumidores. Percebe-se que os consumidores são influenciados a escolher um produto ou serviço por diversos motivos como: a qualidade do que está sendo ofertado, seu custo-benefício, a segurança do produto, o aumento da autoestima, etc. Nesse contexto, este trabalho tem como objetivo analisar os atributos percebidos pelos consumidores de restaurantes de comida natural, por meio da teoria das cadeias Meios-fim. Sendo assim, a pesquisa se demonstra relevante em colaborar para o surgimento de novos negócios correlacionados na área de alimentos naturais, permitindo o aparecimento de mais empreendedores no mercado e contribuindo para o desenvolvimento econômico do país. Ademais, no âmbito social, esse trabalho torna-se relevante, pois auxilia no discernimento da sociedade em entender os fatores que influenciam a decisão de compra dos consumidores de alimentos naturais, levando para os mesmos informações importantes de como as pessoas estão se adaptando às novas tendências do mercado, bem como o seu posicionamento diante dos produtos e de como suas necessidades estão sendo satisfeitas. Quanto aos aspectos metodológicos, essa pesquisa classifica-se como um estudo de caso de caráter descritivo e natureza qualitativa, constituída por uma pesquisa de campo a realizar-se nos restaurantes de comida natural na cidade de Cruz das Almas - BA. Será usada como instrumento de coleta de dados, a entrevista semi-estruturada aplicada aos clientes e consumidores dos restaurantes de comida natural. Quanto aos resultados, espera-se sistematizar a percepção dos consumidores sobre os atributos de comida natural indicando potencialidades de negócios nesse segmento e que tal sistematização possibilite análises e discussões sobre o que está sendo preconizado na teoria e verificar-se sua significação na prática.

**Palavras-chave:** Marketing. Comportamento. Cadeias Meios-fim.

---

\*Graduando em Administração na Faculdade Maria Milza - FAMAM. uilianscaldas@outlook.com.

\*\*Mestre em Gestão de Políticas Públicas e Segurança Social pela Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Professor orientador na Faculdade Maria Milza – FAMAM. casas.joao@gmail.com