

**É MELHOR SOBRAR DO QUE FALTAR: UMA ANÁLISE DOS ANTECEDENTES DO
DESPERDÍCIO ALIMENTAR DOMÉSTICO**

ERIELEM ARAÚJO DO NASCIMENTO
UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA (UFPB)

STEPHANIE INGRID SOUZA BARBOZA
UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA (UFPB)

É MELHOR SOBRAR DO QUE FALTAR: UMA ANÁLISE DOS ANTECEDENTES DO DESPERDÍCIO ALIMENTAR DOMÉSTICO

Introdução

considerando que o desperdício acontece por toda cadeia de suprimentos fazendo-se necessário para a prevenção e redução do desperdício de alimentos. Torna-se necessário entender as principais causas de forma sistemática ao longo da cadeia de suprimento de alimentos, assim como melhorar a comunicação e fomentar uma nova percepção sobre a comida entre todos os envolvidos na cadeia de suprimentos. Diante disso, o marketing social pode atuar nessa problemática com objetivo de transformar o comportamento desses envolvidos, afim de desenvolver um sistema alimentar mais sustentável.

Problema de Pesquisa e Objetivo

o presente estudo busca, a partir de um modelo de hipóteses, analisar os fatores que influenciam o desperdício alimentar no nível doméstico considerando perspectiva de marketing social, uma vez que o assunto desperdício de alimentos através das lentes de diferentes áreas de conhecimento, como de saúde e marketing, é um fator importante para políticas públicas, campanhas de marketing social e demais ações dirigidas ao combate do desperdício (Quested, Marsh, Stunell & Parry, 2013).

Fundamentação Teórica

Diante desses apontamentos, é adequado uma avaliação de forma conjunta dos fatores que influenciam o desperdício alimentar no âmbito doméstico em um único modelo de relação. Para esse fim, foi realizado um levantamento dos estudos já realizados nessa direção (Neff, Spiker & Truant, 2015; Hebrok, Heidenstrom, 2019; Porpino et al., 2018; Pellegrini et al., 2019) os quais deram origem as hipóteses do modelo estrutural desta pesquisa.

Metodologia

A partir da definição das escalas do instrumento de pesquisa foi construído um questionário com o acréscimo de algumas questões de identificação e descrição da amostra. Obteve-se um total de 423 respostas, no qual foram identificados e excluídos 16 casos duplicados, correspondente a 3,8% das respostas, restando 407 respostas que possibilitaram a análise dos resultados e realização do estudo. Os procedimentos estatísticos que foram utilizados para interpretação dos dados da pesquisa ocorreram no software Spss e WarpPLS.

Análise dos Resultados

De acordo com os resultados apresentados, observou-se que cinco das nove hipóteses foram confirmadas. Dentre as hipóteses confirmadas estão a H2 que previa a influência da cultura da fatura alimentar nos hábitos alimentares, uma outra hipótese que alcançou confirmação foi a H4b, que trata da percepção do impacto do desperdício alimentar no orçamento e sua influência nos hábitos alimentares, como também, a hipóteses H5b que previa a percepção do impacto do desperdício alimentar no orçamento familiar como influenciadora do próprio desperdício.

Conclusão

No que se refere as implicações teóricas, a pesquisa trata de uma abordagem pioneira no Brasil, por analisar o fenômeno do desperdício alimentar doméstico a luz do marketing social. Esta permitiu uma compreensão mais aprofundada do fenômeno do desperdício alimentar doméstico, trazendo esclarecimentos a respeito dos fatores que influenciam o desperdício nesse contexto, o que se configura uma informação importante para construção de ações de marketing social que visem a redução do desperdício.

Referências Bibliográficas

Gordon, R., McDermott, L., Stead, M., & Angus, K. (2006). The effectiveness of social marketing interventions for health improvement: what's the evidence?. *Public health*, 120(12), 1133-1139.
Hebrok, M., & Heidenstrøm, N. (2019). Contextualising food waste prevention-Decisive moments within everyday practices. *Journal of Cleaner Production*, 210, 1435-1448.
Rundle-Thiele, S., David, P., Willmott, T., Pang, B., Eagle, L., & Hay, R. (2019). Social marketing theory development goals: an

