



ConBRepro

X CONGRESSO BRASILEIRO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO



EVENTO
ON-LINE

02 a 04
de dezembro 2020

Panorama do mercado de *junk food* sob a ótica do consumo em período de pandemia: um estudo de caso no distrito de Entre Rios em Guarapuava-PR

Rafael Henrique Mainardes Ferreira

Administração – Centro Universitário Campo Real

Fábio Camargo

Administração - Centro Universitário Campo Real

Queila Barazetti de Jesus

Administração - Centro Universitário Campo Real

Cleverson Daga

Administração - Centro Universitário Campo Real

Adriana Cristina Loli

Administração - Centro Universitário Campo Real

Resumo: O presente trabalho tem como objetivo central verificar se houve aumento de vendas de alimentos denominados como *junk food* em empresas do distrito de Entre Rios - PR que ofereceram o serviço de *delivery* no período pandêmico. Como aspectos metodológicos, contempla-se a abordagem quantitativa com resultados levantados diante de uma pesquisa realizada com uma amostra aproximada de 2% da população da região. Utilizando-se de questionários semiestruturados aplicados aos consumidores da região, foi possível obter maior panorama sobre consumo e instituição de estratégias aplicadas em um período de recessão. Como resultados, foi possível averiguar que houve aumento nas vendas de *junk food* - sendo a maioria destas, entregas via serviço *delivery*. Além disso, observou-se que os consumidores ganharam peso como também diminuíram a frequência com que faziam exercícios. Dessa forma, verifica-se que a pandemia trouxe algumas dificuldades, no entanto, mesmo se mostrando um acontecimento totalmente desafiador para a economia mundial, o serviço *delivery* se mostrou uma grande tática de negócios para preservar/aumentar a lucratividade das empresas, seja em caráter global ou regional, como demonstrado no lócus de pesquisa.

Palavras-chave: Consumo. *Junk food*. Pandemia. Vendas. *Delivery*.

Junk food market overview by the consumption perspective on pandemic period: a case study in the district of Entre Rios in Guarapuava-PR

Abstract: This research aims to verify if there was an increase in sales of *junk food* companies' in Entre Rios - PR district, whose offered delivery services in a pandemic period. As methodological aspects, we consider the quantitative approach with results raised in the face of a survey conducted with a sample of approximately 2% region's population. Using semi-structured questionnaires applied to consumers in the region, it was possible to obtain a greater picture of consumption and

the implementation of strategies applied in a period of recession. As results, it was possible to verify that there was an increase in sales of *junk food* - most of which were delivered at home to the consumers. In addition, it was observed that consumers gained weight as well as decreased the frequency with which they exercised. Thus, the pandemic moment brought some difficulties, however, even if it proves to be a totally challenging event for the world economy, the delivery service proved to be a great business tactic to preserve / increase the profitability of companies, either globally or regional level, as demonstrated in the research locus.

Keywords: Consumption. Junk Food. Pandemic. Sales. Delivery.

1. Introdução

A busca e o mercado por insumos alimentícios sempre foram alvo de conflitos, descobertas e de caráter vital para algumas nações. França *et al.* (2012), afirmam que além de suprir uma das necessidades mais básicas do homem, a alimentação se mostra como uma forma de reunir pessoas e unir costumes quando se trata de campo social, tabus culturais, crenças, etc. Por isso, a alimentação é vista como uma ótima forma de socialização.

Para Mondini e Monteiro (1994) e Oliveira (1997), os hábitos alimentares sofreram mudanças e isso tem sido observado em muitos países. Estas mudanças, estão associadas entre outros fatores, com o sistema de desenvolvimento da distribuição e da produção de gêneros alimentícios, bem como como fenômeno da urbanização, influenciando na saúde das pessoas e em como é seu estilo de vida.

O desenvolvimento da ciência e da tecnologia permitiu que as pessoas entendam a comida moderna, quer estimando as vantagens da comida moderna ou apontando seus defeitos (ABREU *et al.*, 2001; GARCIA, 2003). Com isso, a transição alimentar aconteceu devido a diversas mudanças nos padrões de nutrição tendo relação com as modificações econômicas, sociais e demográficas. Paralelo a isso, deve-se enfatizar a preocupação com a saúde da população, pois com a aceleração da industrialização, o bem estar dos consumidores pode sofrer alterações relevantes (GARCIA, 2003; MONTEIRO, 2000; MONDINI, 2000; OLIVEIRA, 1997).

Tendo em vista esse panorama, a forma de se alimentar têm sofrido diversas alterações, fazendo com que as pessoas encontrem outras maneiras de suprir sua necessidade alimentar. Assim, o fato dos consumidores optarem pela compra de alimentos em comércios resulta no crescimento de hábitos prejudiciais à saúde, visto que na maioria das vezes, são alimentos industrializados, ricos em calorias e com baixa qualidade, como é o caso do *junk food* (PINHEIRO, 2002; SOUZA, 2002; BATISTA-FILHO, 2003; RISSIN, 2003).

Diante do constante crescimento do consumo de *junk food*, e da necessidade de reclusão social durante a pandemia Covid-19, o presente artigo tem por objetivo verificar qual foi o aumento de vendas desse tipo de alimento em empresas do distrito de Entre Rios - Guarapuava-PR - que ofereceram o serviço *delivery* nesse período.

A partir desse contexto, o presente artigo delinea-se diante da pergunta norteadora: com o início do período pandêmico e novas ações restritivas, é possível verificar um aumento no consumo de alimentos não-salutares através da proposta do serviço *delivery*?

A hipótese levantada é que, mesmo havendo um período de dificuldades econômicas durante a pandemia do Covid-19, o serviço *delivery* contribuiu para o aumento de vendas nos estabelecimentos que oferecem comidas como o *junk food*.

Além disso, existe ainda a hipótese de que uma grande porcentagem de pessoas tenha elevado seu peso devido aumento do consumo desses alimentos durante o período pandêmico além da redução das atividades físicas.

2. Percorso histórico do consumo pautado na alimentação

A alimentação é relatada de maneiras bem específicas ao longo da história, a busca e as formas de conseguir o sustento humano foi se aperfeiçoando e adquirindo alguns aspectos de grande particularidade dependendo de onde o indivíduo habitava. Para Giacometti (1989) o homem percorreu o planeta em busca de seus alimentos, iniciando os primeiros tratamentos culturais de cultivo.

Já no século XI os temperos eram utilizados em banquetes para demonstrar riqueza. Nessa época Veneza, Portugal e Espanha financiavam as viagens marítimas tentando descobrir novos centros produtores, visando conseguir e adquirir mais especiarias, o que acabou estabelecendo um frenético comércio no Oriente Médio (MEDVED, 1981). Com esse fluxo intenso de embarcações navegando para novos territórios descobriu-se uma grande diversidade de produtos alimentícios.

Abreu (2001) relata que como essas viagens ocorreriam com muita frequência, em 1492 se teve a descoberta oficial da América por Cristóvão Colombo. Com isso as caravelas do navegante retornam carregadas de novos ingredientes. (GARCIA, 1995; GULA, 1997).

Pekkanivew (1975) declara que no mundo houve vários modelos de consumo em seu desenvolvimento, as raízes foram consumidas com mais frequência pela população de povos onde falava-se a língua inglesa. Também se notou uma variação de consumo em outras partes do mundo, que dependeram do seu desenvolvimento e das suas produções.

Nas áreas mais desenvolvidas verificou-se maior consumo de alimentos vindo de origem animal, açúcar, frutas, vegetais variados e bebidas, já em áreas que iniciava seu desenvolvimento o consumo ocorria dentro do mesmo conjunto alimentar, porém em quantidades bem menores (PEKKANIVEW, 1975).

Até o século XX, descobertas importantes mudaram as formas de se alimentar, novos produtos e a renovação das técnicas agrícolas, diversificaram as opções, também a descoberta da fermentação, contribuíram para a geração de alimentos em escala industrial (ABREU, 2000). Desde então a alimentação vem se modificando e com ela os seus processos de preparação e consumo se adequam cada vez mais a alimentos rápidos, porém sem qualidade nutritiva, como é o caso do *fast food* e *junk food*.

De acordo com o Comitê Nacional dos Estados Unidos (1992), o consumo de alimentos *fast food* vem crescendo gradativamente, razão pela qual a má alimentação tenha aumentado em proporções assustadoras. O Comitê diz ainda que o engrandecimento demográfico, industrialização, e a urbanização, mudaram as formas de consumo colaborando para o desenvolvimento do sedentarismo.

3. A consciência alimentar diante do consumo nutricional

A diminuição do consumo de leguminosas e frutas, atrelado à mudança dos hábitos alimentares, resultaram em um fenômeno denominado transição nutricional. Para os autores Garcia (2003), Monteiro (2000), Mondini (2000), Oliveira (1997), isso se deu graças ao modo como as pessoas diversificaram seus pensamentos sobre padrões nutricionais e dietas, atrelados a mudanças sociais e econômicas.

Segundo Lamas e Cadete (2017), essa transformação traz como base alguns fatores como a ampliação da carga de trabalho e adoção de um estilo de vida mais sedentário em função da falta de tempo para o lazer, além de estresse, pressão e competitividade nas relações sociais e profissionais.

Para Fontes *et al.* (2011) hábito alimentar corresponde à adoção de um tipo de prática que tem a ver com costumes estabelecidos tradicionalmente e que atravessam gerações, com as possibilidades reais de aquisição dos alimentos e com uma sociabilidade construída tanto no âmbito familiar e comunitário como compartilhada e atualizada pelas outras dimensões da vida social.

Para que se possa ter noção do tamanho do mercado de comidas expressas, Assadourian (2010) ressalta que a indústria *fast food* movimentou US\$120 bilhões nos Estados Unidos, com cerca de 200.000 restaurantes em funcionamento. Dentre as principais cadeias de restaurantes, metade são lanchonetes baratas que vendem hambúrguer.

Indo de encontro às idéias do *fast food* - que trazem comodidade as pessoas que possuem uma vida mais agitada - aparece o *slow food* com a tentativa de conscientizar os consumidores quanto a uma alimentação mais saudável e um estilo de vida que preze pela qualidade do alimento (ASSADOURIAN, 2010).

O *slow food* é um conceito que aprecia e valoriza o alimento preservando o gosto, tanto no momento da preparação, quanto na degustação. Além disso, o cuidado no momento do cultivo desses alimentos é de extrema importância, visto que se dá através de preparações ecologicamente corretas resultando em produtos orgânicos e integrais (OLIVEIRA, 1997; THEBAUD-MONY, 1997; ANSILIERO, 2006; PINEYRUA, 2006).

Enquanto um estilo de vida vai de encontro aos prazeres que a comida oferece por meio de cuidados com a saúde e bem estar, o outro oferece alimentos rápidos, porém calóricos e com grandes probabilidades de causar danos à saúde, principalmente quando atrelado a falta de exercícios físicos e acompanhamento nutricional.

4. O aumento do consumo de *junk food* em decorrência da pandemia do covid-19

Estudo recente de Athayde *et al.*, (2020) apontaram sobre o aumento do consumo de alimentos hiper calóricos nos quais, são ricos de sal, gorduras, açúcares e carboidratos.

Este comportamento alimentar foi decorrente da pandemia do Covid-19. Com a chegada da quarentena, as pessoas passaram a ficar muito ansiosas e conseqüentemente passaram a optar por ingerir alimentos gordurosos como: doces, chocolate, *junk food* e bebidas alcoólicas. E isso por sua vez, pode acarretar nas pessoas doenças crônicas como pressão alta e diabetes (ATHAYDE *et al.*, 2020).

Através da literatura, foi identificado que os fatores negativos influenciam drasticamente ao consumo de má qualidade. Enquanto os efeitos positivos levam a comida saudável como alimentação caseira, frutas e verduras. A Tabela 1 a seguir demonstra os resultados quantitativos da pesquisa apontada de Athayde *et al.*, (2020).

Tabela 1 – Sentimentos positivos (alegria, tranquilidade, bem-estar, motivação etc.) o que prefere comer e/ou beber

Alimentos	Percentual
Alimentos com alto valor nutritivo	39,90%
Alimentos hiper calóricos	28,90%
Bebidas alcoólicas	12,50%
Bebidas não alcoólicas	8,30%
Nenhum alimento específico	9,40%
Ausência de apetite	1%

Fonte: Athayde *et al.*, (2020)

Dessa forma pode ser verificado que, quando as pessoas estão passando por momentos de alegria, tranquilidade e bem-estar, tendem a optar por alimentos que contêm alto índice nutritivo resultando em 39,9%.

Enquanto os alimentos com alto índice de gordura ficam na segunda opção com 28,9%, em seguida as bebidas alcoólicas representando 12,5%.

Tabela 2 – Sentimentos negativos (estresse, raiva, ansiedade, incerteza etc.) o que prefere comer e/ou beber

Alimentos	Percentual
Alimentos hiper calóricos	57,80%
Alimentos com alto valor nutritivo	9,90%
Bebidas alcoólicas	11%
Bebidas não alcoólicas	6,50%
Nenhum alimento específico	6%
Ausência de apetite	8,80%

Fonte: Athayde *et al.*, (2020)

Tratando-se dos sentimentos negativos, que podem ser: ansiedade, incerteza, fatores esses, decorrentes da pandemia do Covid-19, nos quais, influenciaram para o aumento do consumo da amostra estudada pelos autores Athayde *et al.*, (2020) no qual resultou em 57,8% e os alimentos com alto valor nutritivo passaram a ter a sua representatividade em 9,9% apenas.

Dessa forma, pode ser observado, segundo os apontamentos de Athayde *et al.*, (2020) que os fatores negativos influenciam muito mais do que os fatores positivos, segundo a pesquisa apontada. Além disso foi evidenciado ainda neste estudo que, as pessoas passaram a comprar mais alimentos neste período de isolamento social.

Neste sentido, de acordo os estudos de *Consumer insights* da Kantar - líder mundial de dados, *insights* e consultoria - identificou-se um aumento considerável do consumo de sanduíches e lanches no período da quarentena. Este estudo teve como amostra de 1.500 pessoas e os resultados foram atribuídos no período de março a abril, onde obteve a elevação de 34% do consumo de lanches, isso porque, essa alimentação é mais ágil, para o preparo e consumo (KANTAR, 2020).

Ainda, segundo os dados de Kantar (2020) devido ao fato de os restaurantes terem que atender *delivery*, isto foi intensificado e ganhou força no período de isolamento social, no qual passou a fazer parte da rotina diária da população.

Dessa forma, foi verificado que, os brasileiros pediam comida para entregar, representando 53% da amostra que fazia isso durante a quantidade de 3 dias da semana. Além disso, pode-se verificar que este comportamento, pode ser uma tendência, pois 20% dos entrevistados responderam que mesmo após do Covid-19, ainda irão continuar pedindo comida *delivery*.

Outro fator relevante apontado por Kantar (2020) foi que no final do mês de março, a demanda em padarias, teve uma retração fora do lar, porém as pessoas, passaram a levar para casa os alimentos, que anteriormente comiam dentro das padarias. Este fator, pode ter sido decorrente da maioria das empresas terem passado para atividades em *home office*.

5. Metodologia

Entende-se por metodologia a disciplina que inclui pesquisa, compreensão e avaliação de diversos métodos de execução de pesquisas acadêmicas. Quando aplicado, estuda, retrata e avalia métodos de pesquisa e tecnologias que podem acumular e processar informações, com o objetivo de resolver problemas de pesquisa (PRODANOV, 2013; FREITAS 2013).

O método de pesquisa quantitativa utilizado neste trabalho, contribuiu para os resultados alcançados, pois, segundo os autores Silva (2005) e Simon (2005), esse mecanismo

normalmente traz um problema muito claro, assim como informações e teorias sobre objetos de conhecimento, que são entendidas aqui como o foco da pesquisa e/ou o que as pessoas querem estudar.

O presente estudo foi realizado no Distrito de Entre Rios - município de Guarapuava - no período entre 7 a 19 de setembro de 2020 e a coleta das informações aconteceram através de uma pesquisa realizada utilizando a plataforma gratuita Google Formulários®. Por meio desse objeto, construiu-se um documento integrando 20 questões de múltipla escolha, levando em consideração o ponto de vista dos consumidores de *junk food* da região, em relação a sua experiência durante a pandemia do Covid-19.

Os meios utilizados para a coleta das informações foram redes sociais e pesquisa de campo, por intermédio do envio de um *link* que ficou aberto a respostas durante duas semanas. Para isso, realizou-se primeiramente, um estudo em relação a população local. Segundo o IBGE (2000), a cidade de Guarapuava possuía 155.161 habitantes e em 2020 possuía 182.644, já o distrito de Entre Rios no ano de 2000 possuía 8.962 habitantes. Na ausência de dados publicados para o ano de 2020 na região distrital, foi realizada uma prospecção utilizando proporcionalidade que mostrou o resultado de aproximadamente 10.550 habitantes. Sendo assim, a amostra utilizada para a pesquisa aplicada foi de 241 respondentes que equivalem a aproximadamente 2% da população de Entre Rios.

Apresentando 5% de margem de erro, onde, este trata-se do índice que afere a máxima de erro dos resultados da pesquisa com base na amostra selecionada, e 95% de intervalo de confiança que são usados para indicar a confiabilidade de uma estimativa, ambos trazem importância ao estudo devido a confiabilidade, pois quanto maior o intervalo de confiança, maior a credibilidade dos resultados de uma pesquisa em relação aos valores reais da população pesquisada.

Para a obtenção dos dados apresentados nesse documento, foram adotados como procedimentos técnicos a pesquisa bibliográfica, em conjunto com citações de trabalhos acadêmicos, além de um estudo de campo exploratório, portanto, o estudo se caracteriza como pesquisa quantitativa. O estudo exploratório baseou-se em um questionário criado na ferramenta Google Formulários®.

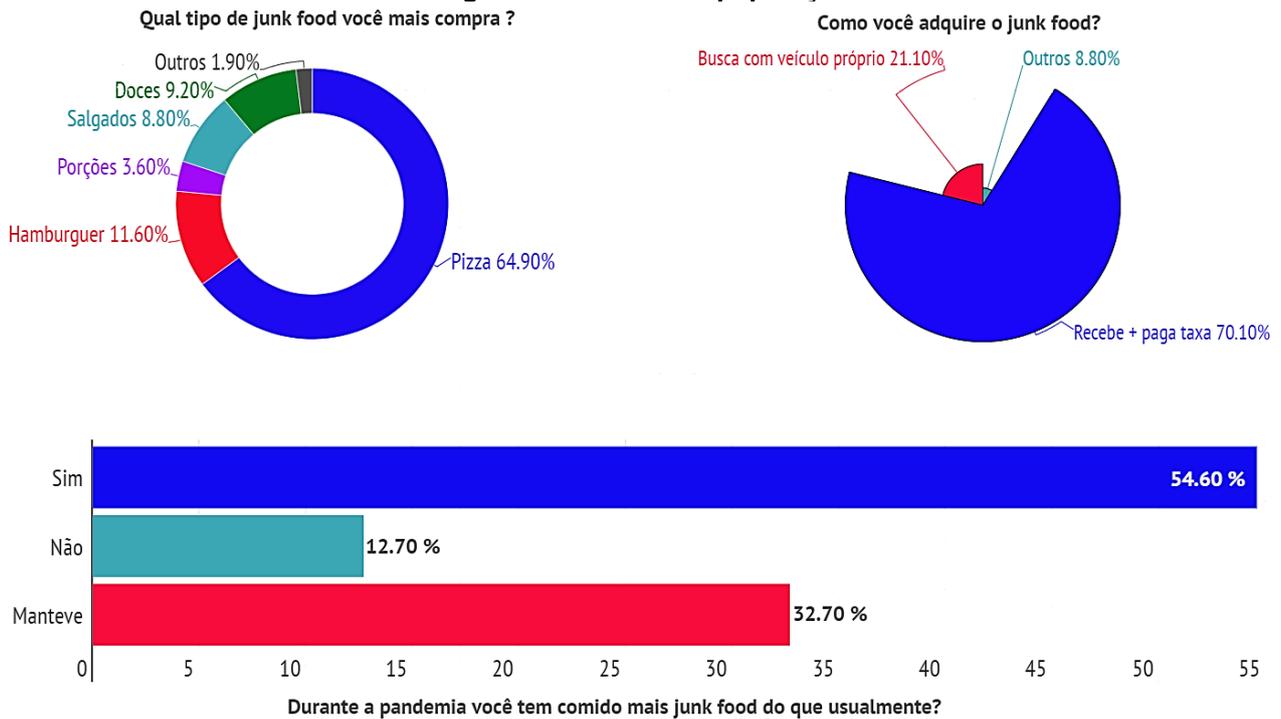
A busca das informações foi feita por meio de questionários e pesquisas descritivas que trazem diferentes variáveis e buscam descobrir a relação entre elas. Através de técnicas de análise, esses dados são exibidos por meio de gráficos e/ou tabelas com o intuito de especificar as variáveis mais importantes e em seguida desenvolver as formas complexas do problema. (FACHIN, 2003; LAKATOS, 2011; RICHARDSON, 1999).

6. Apresentação e análise dos resultados

Para maior entendimento do estudo sobre os hábitos dos consumidores de Entre Rios - PR, o presente artigo ilustra através de infográficos, as informações e dados coletados durante a pesquisa. Estes, foram elaborados via programa virtual e gratuito Infogram® e auxiliam na visualização dos dados evidenciados em cada questão.

A Figura 1 demonstra quais são os hábitos da população em relação ao consumo de *junk food* durante a pandemia e qual a forma de adquirir esses alimentos.

Figura 1 – Hábitos da população

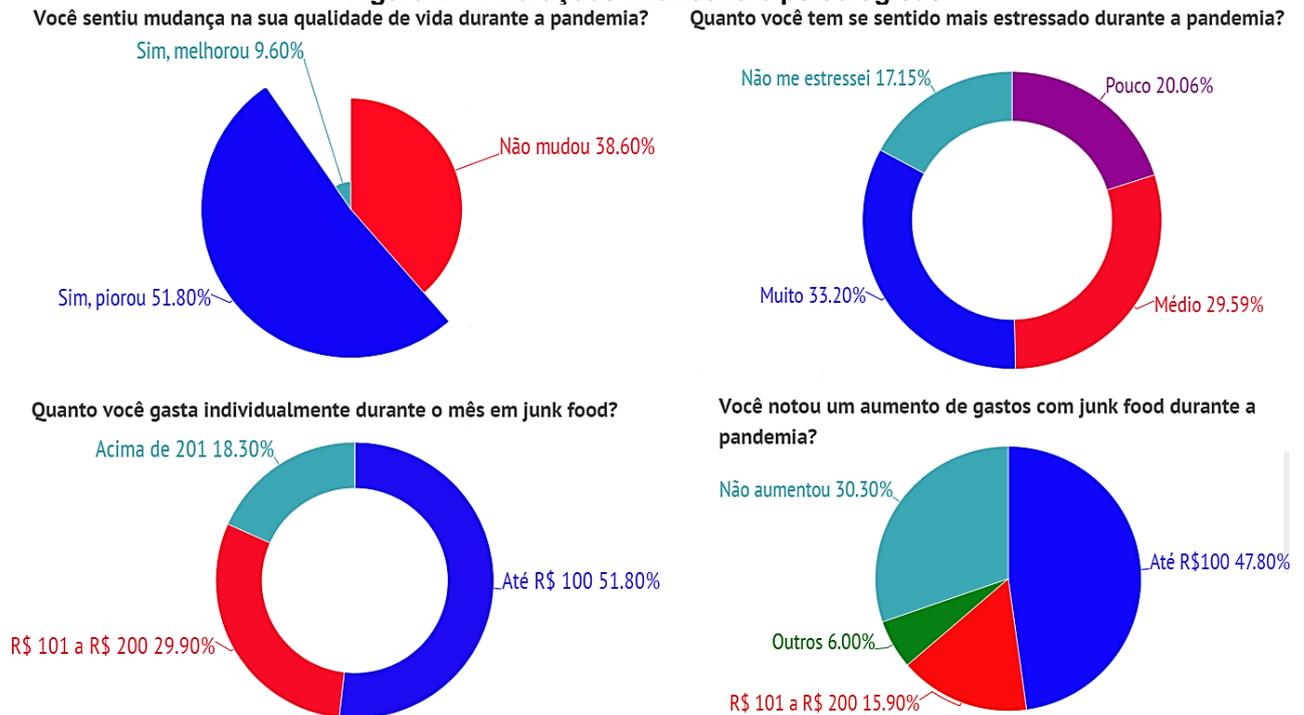


Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Na Figura 1, acima, percebe-se que 64,9% da população preferem pizza à outras opções de *junk food*, e que 70,1% dessas pessoas adquirem esses produtos através do serviço *delivery*. Outro fato importante dessa pesquisa é que 54,6% tem comido mais *junk food* do que usualmente, reforçando a hipótese apresentada no início deste trabalho.

A Figura 2 a seguir expressa os dados coletados em relação às alterações dos gastos com esse tipo de alimento e como os respondentes tem se sentido durante a reclusão social.

Figura 2 – Alterações financeira e psicológicas



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

A Figura 2 nos mostra que 51,80% dos respondentes sentiram mudanças negativas durante a pandemia, o que explica o fato de 33,20% da população indicar que ficou muito estressado(a) nesse período. O infográfico mostra ainda, que 51,80% das pessoas gastam até R\$ 100,00 com *junk food* e que 47,80% dos moradores que colaboraram com essa pesquisa, passaram a gastar até R\$ 100,00 a mais no consumo desses produtos.

7. Considerações finais

É visível, diante da literatura, que a estrutura corporal, saúde e hábitos de vida estão amplamente atrelados aos estilos alimentares, sendo responsável, inclusive, pela designação protetiva de doenças ou até pela causa delas. (CASCAPERA JR., 2012).

Diante do panorama exposto, partindo do objetivo de mensurar qual foi o aumento de vendas de *junk food* nas empresas da região de Entre Rios, que ofereceram o serviço de *delivery* durante o período pandêmico, percebe-se, através dos resultados, que o consumo cresceu consideravelmente.

Nesse contexto, é possível considerar as hipóteses iniciais como verdadeiras, visto que o serviço *delivery* foi a modalidade mais utilizada na aquisição dos alimentos, além da população afirmar que houve aumento de peso devido à maior ingestão desses produtos.

Embora exposto os resultados, o trabalho apresentou limitações, como: a dificuldade de obter respostas no formulário de questões aplicado a população, devido à falta de interesse dos respondentes. Para possibilidades futuras de pesquisa, sugere-se um estudo de caso com o mesmo objetivo em localidades com população mais volumosas e que ofereçam maiores números de resposta.

Para atender a demanda da população e se reinventar durante uma das épocas em que a economia mais foi prejudicada, muitas empresas aderiram ao serviço *delivery* como forma de manter sua receita e se manter no mercado. Por mais assustador que esse cenário pandêmico tenha se apresentado, os administradores das empresas da região de Entre Rios, estiveram atentos a essa mudança, e por isso conseguiram contornar as dificuldades impostas nesse momento de crise.

Referências

ABREU, E. S.; VIANA, I. C.; MORENO, R. B., et al. **Alimentação mundial: uma reflexão sobre a história**. Saúde e Sociedade; 2001. 10 (2):3-14.

ANSILIERO, G. **O movimento Slow Food: a relação entre o homem, alimento e meio ambiente**. 2006. 54 f. Monografia (Especialização em Gastronomia e Segurança Alimentar) - Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

ASSADOURIAN, E. **Ascensão e Queda das Culturas de Consumo** In: INSTITUTE, The Wordwatch. 2010- Estado do mundo- transformando culturas: do consumismo a sustentabilidade. Bahia: UMA, 2010, p.3. Acesso em: 14 julho. 2020.

ATHAYDE, Bianca de; PEREIRA, Eduardo Grudka; FRÖHLICH, Luana Santana. **A influência dos sentimentos no comportamento alimentar de adultos durante o período de distanciamento social da Covid-19**. 2020. 2 f. TCC (Doutorado) - Curso de Nutrição, Universidade Feevale, Novo Hamburgo, 2020.

BATISTA FILHO, M.; RISSIN, A. **A transição nutricional no Brasil: tendências regionais e temporais**. Cad. Saúde Pública. 2003, vol.19.

CADETE, M. M. M.; LAMAS, I. **Do desejo à ação: fatores que interferem na abordagem nutricional para mudança de hábito alimentar**. Revista de Enfermagem, Recife, p. 2432-2444, 08 jul. 2020. Mensal.

CASCAPERA JUNIOR, Rubens. **Saúde mais saudável: viva mais e melhor**. 1ª ed. São Paulo: Intelítera Editora, 2012.

COMITÉ NACIONAL DE LOS ESTADOS UNIDOS. **La nutrición: los lazos entre alimentación, salud y desarrollo**. Washington D.C. 1992. [Documento preparado para la Teleconferencia del Dia Mundial de la Alimentación, 16 de octubre de 1992]

ÉPOCA. **Como as capitais mais afetadas pela covid-19 reduziram contágio**. 2020. Disponível em: <https://epoca.globo.com/brasil/como-as-capitais-mais-afetadas-pela-covid-19-reduziram-contagio-24560269>. Acesso em: 12 set. 2020.

FACHIN, O. **Fundamentos de metodologia**. 4. ed. São Paulo. Saraiva, 2003.

FONTES, G. A. V; MINAYO, M. C. S; FREITAS, M. C. S. **Sobre o campo da Alimentação e Nutrição na perspectiva das teorias compreensivas**. Ciência & Saúde Coletiva, Rio de Janeiro, v. 16, p. 327-345, 20 maio 2010. Mensal.

França, F. C. O; Mendes, A. C. R.; Andrade I. S.; Ribeiro I. S.; Pinheiro I. B., **Mudanças dos hábitos alimentares provocados pela industrialização e o impacto sobre a saúde do brasileiro**. Anais do I Seminário Alimentação e Cultura na Bahia, (2012).

GARCIA, R. W. D. **Reflexos da globalização na cultura alimentar: considerações sobre as mudanças na alimentação urbana**. Revista de Nutrição, Campinas, out./dez., 2003.

GARCIA, R.W.D. **Notas sobre a origem da culinária: uma abordagem evolutiva**. Campinas. Rev. Nutr. PUCCAMP 8(2):231-44, 1995.

GIACOMETTI, D.C. **Ervas condimentares e especiarias**. São Paulo, Ed. Nobel, 1989. p.11-43.

GULA: **59 receitas saborosas com tomate**. São Paulo, Ed. Trad. setembro, 1997. p.5.

IBGE. **Sinopse do censo demográfico**. 2000. Disponível em: <https://censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=29&uf=41>. Acesso em: 07 out. 2020.

KANTAR. **Isolamento social transforma o comportamento de consumo**. 2020. Disponível em: <https://www.kantarworldpanel.com/br/Releases/Isolamento-social-transforma-o-comportamento-de-consumo>. Acesso em: 12 set. 2020.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MEDVED, E. **The world of food**. Lexington, Ed. Ginn and Company, 1981.

MINISTÉRIO DA SAÚDE (MS). **Sobre a doença COVID-19**. 2020. Disponível em: <https://coronavirus.saude.gov.br/sobre-a-doenca#o-que-e-covid>. Acesso em: 12 set. 2020.

MONTEIRO, C. A.; MONDINI, L.; COSTA R. B. L. **Mudanças na composição e adequação nutricional da dieta alimentar nas áreas metropolitanas do Brasil (1988-1996)**. Revista de Saúde Pública, v. 34, n. 3, p.251-58, 2000.

OLIVEIRA, S. P.; THEBAUD-MONY, A. **Consumo alimentar: abordagem multidisciplinar**. Revista da Saúde Pública, v.31, n.2, p. 201-208, 1997.

OLIVEIRA, S.P. **Changes in food consumption in Brazil**. Archivos Latinoamericanos de Nutricion, v.47, n. 2 (supl.1), p.22-24, 1997.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE (OPAS). **Folha informativa COVID-19**. 2020. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19>. Acesso em: 12 set. 2020.

PEKKANIVEW, M. **World food consumption patterns**. In: RECHAIGL Jr., M. Man, food and nutrition. Ohio, Ed. CRC Press, 1975. p.16-33.

PINEYRUA, D. G. F. **Regionalismo Alimentar: identificação de grupos consumidores que valorizam o prazer e as tradições alimentares**. Campo Grande: Departamento de Economia e Administração. – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 2006, 117p. Dissertação de mestrado.

PINHEIRO, K. **História da Alimentação**. Universitas Ciências da saúde; 2001. 3:173-190.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E.C. **Metodologia do trabalho científico** [recurso eletrônico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico – 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999.

SILVA, D. & SIMON, F. O. **Abordagem quantitativa de análise de dados de pesquisa: construção e validação de escala de atitude**. Cadernos do CERU, (2005), 11-27.

SOUZA, M. D. C. A.; HARDT, P. P. **Evolução dos hábitos alimentares no Brasil**. Brasil alimentos, agosto, 2002.