

A COMIDA RÁPIDA EM QUESTIONAMENTO: UM ESTUDO SOBRE AS TENDÊNCIAS ATUAIS

JULIANA CURCI SALVADOR

UNOPAR - Universidade Norte do Paraná, LONDRINA - Paraná

Joacy Machado Botelho (Orientador)

UNOPAR - Universidade Norte do Paraná, Londrina - Paraná

Entre as mudanças de hábitos de consumo há sempre tendências crescentes em contraposição a outros decrescentes. Neste último caso, como mostra a pesquisa realizada, está o de consumo de comidas rápidas cada vez mais sob ataque acusadas de causadoras de graves males à saúde. O exemplo mais famoso objeto dos ataques é dos lanches fornecidos pela cadeia McDonald's. Para deixar clara a gravidade do assunto, que não é simples questão de moda passageira, mas de qualidade de vida já que, julgando estar caminhando para uma vida melhor, imitando o "American way of life", as multidões estão, isto sim, enveredando pelo mesmo caminho pouco saudável. Isso é comprovado por notícias de que "os gastos médicos [nos EUA] com as seqüelas da obesidade atingiram 117 bilhões de dólares no ano passado, aproximando-se dos 140 bilhões consumidos para tratar os males do cigarro" (BLECHER, 2003, p.83). No sentido de avaliar a tendência de consumo de comidas fast-food foi realizada uma pesquisa do tipo exploratória com amostra probabilística. Esta pesquisa buscou identificar porque o McDonald's não é mais um mito entre os jovens, e se realmente os jovens estão evitando o lanche. Nesse sentido, busca-se na pesquisa levantar as técnicas de marketing utilizadas pela empresa objeto do estudo de modo a entender seus pontos fortes e fracos. Não obstante a empresa esteja continuamente fazendo alterações na apresentação dos seus lanches, pôde-se comprovar que seguem com os mesmos problemas nutricionais. Para enfrentar os ataques que se têm intensificado estão sendo implementadas algumas mudanças ou tentativas de defesa como é o caso de um Guia Nutricional McDonald's que informa aos consumidores os cuidados com a qualidade de seus alimentos. Nesse guia consta a observação que "os ingredientes básicos da sua refeição são os mesmos que você encontra na sua casa" o que demonstra ter sido objetivo do guia demonstrar que os consumidores é que devem cuidar de sua alimentação. Como o objetivo da pesquisa foi o de estudar tendências a conclusão é que o ponto fraco da cadeia de alimentos estudada, e que vem sendo alvo de inúmeros ataques, continuarão a existir mas agora a empresa está buscando se resguardar dos processos deixando claro aos clientes que a escolha do alimento e da quantidade é deles.

julianacs@pop.com.br; joacy.botelho@unopar.br