



## A INFLUÊNCIA DO MARKETING E DAS INFORMAÇÕES NUTRICIONAIS DOS PRODUTOS DIET E LIGHT PARA CONSUMIDORES DIABÉTICOS

**Francielli Aparecida Garcia da Costa<sup>1</sup>; Valéria Alcântara Santos Calderelli<sup>2</sup>**

**RESUMO:** Devido ao número crescente de indivíduos se preocupando com a saúde e estética, as indústrias alimentícias de produtos diet e light têm conseguido pelo marketing nutricional aumentar sua clientela. Portanto, tornou-se interessante a pesquisa de como esses produtos podem influenciar os consumidores, especificamente os que possuam a síndrome de Diabetes Mellitus e avaliar seus conhecimentos sobre rotulagem nutricional dos alimentos. Após feita uma revisão bibliográfica com pesquisa de obras, revistas atualizadas e artigos coerentes contendo o assunto tratado como marketing nutricional, rotulagem dos alimentos light e diet e Diabetes Mellitus, haverá uma coleta de dados que será realizada através da aplicação de um questionário. Serão avaliados 100 diabéticos participantes da Associação dos Diabéticos de Maringá (ADIM). O questionário será elaborado a partir de instrumentos utilizados na prática clínica e legislação vigente sobre rotulagem, respeitando o nível socioeconômico e cultural da população pesquisada. Compreende em perguntas fechadas, onde avaliará a influência do marketing na decisão de compra e o conhecimento das informações nutricionais de produtos diet e light pelos consumidores diabéticos. Esse questionário será aplicado aos participantes pela pesquisadora individualmente. Os dados serão tabulados em programa software Excel e avaliados através de análise estatística descritiva por um profissional da área para posterior redação final do trabalho, dessa forma concluindo o alcance dos objetivos da pesquisa e podendo gerar discussões futuras com outros trabalhos de mesmo cunho científico. Espera-se identificar que o marketing dos produtos alimentícios diet e light podem interferir na decisão de compra dos consumidores diabéticos e também constatar que há um maior conhecimento sobre as informações nutricionais dos produtos diet e light pelos mesmos, visto que, nos dias de hoje, as pessoas têm mais acesso às informações de saúde. Acredita-se despertar a esse grupo de pessoas uma maior busca pelo conhecimento dos produtos dietéticos consumidos levando a atitudes e comportamentos adequados que proporcionem melhor qualidade de vida para todos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Diabéticos; marketing nutricional; produtos diet e light.

---

<sup>1</sup> Acadêmica do Curso de Nutrição do Centro Universitário de Maringá – CESUMAR. Programa de Bolsas de Iniciação Científica do Cesumar (PROBIC). [francielli\\_garcia@hotmail.com](mailto:francielli_garcia@hotmail.com)

<sup>2</sup> Orientadora e Docente do Centro Universitário de Maringá – CESUMAR. [valeriocalderelli@hotmail.com](mailto:valeriocalderelli@hotmail.com)