

Ferreira VA, Florença S, Guiné RPF. (2025) Insetos comestíveis: percepções de marketing, aspectos econômicos e sociais entre cidadãos de diferentes países. Anais do 14º Congresso Brasileiro de Saúde Coletiva, Vol 3, 2025 - 221988.

<https://proceedings.science/cbsc/abrascao-2025/trabalhos/insetos-comestiveis-percepcoes-de-marketing-aspectos-economicos-e-sociais-entre?lang=pt-br>

# Anais 2025

Anais do Congresso Brasileiro de Saúde Coletiva  
**Anais do 14º Congresso Brasileiro de Saúde Coletiva**  
ISSN: 2965-2154

 [Login](#)



14. CONGRESSO BRASILEIRO DE SAÚDE COLETIVA

- Apresentação
- Comissões
- Normas de Publicação
- Programação
- Premiações
- Moções
- Temas
- Autores
- Trabalhos**
- Comentários e interação
- Contato
- Edições anteriores
- Repositório Completo

## INSETOS COMESTÍVEIS: PERCEPÇÕES DE MARKETING, ASPECTOS ECONÔMICOS E SOCIAIS ENTRE CIDADÃOS DE DIFERENTES PAÍSES.

FERREIRA, Vanessa Alves FLORENÇA, Sofia GUINÉ, Raquel de Pinho Ferreira  
Vol 3, 2025 - 221988  
Pôster Eletrônico

 [COMO CITAR ESSE TRABALHO?](#)

### Resumo

Apresentação/Introdução Os insetos comestíveis (IC) têm sido, nos últimos anos, recomendados como um alimento nutritivo de proteína animal com enormes vantagens ambientais em relação a outras fontes de proteína animal para consumo humano. Deste modo, estudos que visam investigar a perspectiva do consumidor têm se tornado mais proeminentes em todo o mundo. Objetivos Este estudo teve como objetivo examinar as percepções de participantes de diferentes países sobre a comercialização e os impactos econômicos e sociais dos insetos comestíveis (IC). Metodologia O estudo foi realizado por meio de um questionário, e os dados foram coletados no Brasil, Croácia, Grécia, Letônia, Líbano, Lituânia, México, Polônia, Portugal, Romênia, Sérvia, Eslovênia, Espanha e Turquia. O número final de respostas recebidas foi de 7.222 participantes. Para o tratamento dos resultados, diferentes técnicas estatísticas foram utilizadas: análise fatorial, confiabilidade interna pelo alfa de Cronbach, análise de cluster, ANOVA para testar diferenças entre grupos e testes qui-quadrado. Resultados Os resultados obtidos confirmaram a validade da escala. Constatou-se que os participantes expressaram um nível excepcionalmente alto de concordância com aspectos como a dificuldade em encontrar ICs à venda, o conhecimento atuando como um forte motivador para o consumo de ICs e o papel de personalidades e influenciadores no aumento da vontade de consumir ICs. Por fim, constatou-se que praticamente todas as variáveis sociodemográficas estavam significativamente associadas às percepções (país, sexo, educação, ambiente de vida e renda), mas não a idade. Conclusões/Considerações Em conclusão, as percepções sobre a comercialização de IC foram investigadas e revelaram diferenças entre amostras originárias de diferentes países. Além disso, as características sociodemográficas dos participantes estavam fortemente associadas às suas percepções.

### Eixo Temático

- Eixo 02 - Alimentação e Nutrição em Saúde Coletiva

 [Compartilhe suas ideias ou dúvidas com os autores!](#)