Universidad de Navarra

Conducta alimentaria y consumidores (MINEA)

Guía docente 2025-26

PRESENTACIÓN

Breve descripción: Esta asignatura explora la conducta alimentaria del consumidor, analizando cómo come, qué le motiva y cómo percibe los alimentos. Se analizará la fisiología del apetito y la satisfacción, así como la influencia de la información, la innovación de productos basada en el análisis sensorial y las estrategias de mercado. También se abordan aspectos clave como la ética y sostenibilidad en la empresa alimentaria. Así, la asignatura ofrece una visión integral para entender y gestionar la complejidad del comportamiento del consumidor en el sector alimentario y proporciona herramientas clave para entender y anticipar las dinámicas de consumo en un entorno en constante evolución.

- **Titulación**: Máster Universitario en Gestión Sostenible e Innovación Nutricional en Empresas Alimentarias (MINEA)
- **Módulo/Materia**: Módulo I: Innovación en nutrición para el cuidado de la salud /Materia: Nuevas tendencias en nutrición y salud
- **ECTS**: 2
- **Curso, semestre**: 2025-2026
- **Carácter**: Obligatoria
- **Profesorado**: Roncesvalles Garayoa (responsable), Mª Paz de Peña (Catedrática de Nutrición y Bromatología de la Universidad de Navarra), Irina Makarova (Head of Consumer Insights & Market Intelligence de Danone), Eva Almirón (Investigadora del Centro de Investigación en Nutrición de la Universidad de Navarra), Mª Concepción Manrique (Directora del Área de Gastronomía y Nutrición de la Clínica Universidad de Navarra).
- **Idioma**: Español
- **Aula, Horario**: Aula 03. Horario disponible en Google Calendar

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

- RA1. Comprender los últimos avances de investigación en nutrición y salud para aplicarlos al diseño de alimentos y dietas saludables y sostenibles.
- RA5. Analizar los factores que influyen en el comportamiento alimentario y el rol del consumidor en las empresas alimentarias.
- RA12. Utilizar herramientas y aplicaciones avanzadas para la investigación y desarrollo de nuevos productos alimentarios según el marco regulatorio, las normas de calidad de la empresa alimentaria, los Objetivos de Desarrollo Sostenible y los Estándares Europeos de Informes de Sostenibilidad (ESRS).

PROGRAMA

- ¿Por qué comemos como comemos? Claves para entender la conducta alimentaria.
- ¿Qué quiere el consumidor? Percepciones, preferencias y comportamientos.
- ¿Cómo se comunica un alimento? Estrategias de información al consumidor.
- Gestión de las necesidades y expectativas del consumidor cautivo.
- Análisis sensorial y preferencias del consumidor: claves para la innovación y desarrollo de nuevos alimentos.
- Diseño y desarrollo de estudios de mercado para conocer el comportamiento del consumidor.

- Apetito, satisfacción y estado nutricional: claves fisiológicas y conductuales de la alimentación.
- Del plato al consumidor: Explorando la conducta alimentaria desde la práctica.
- Lo que el consumidor no ve: ética y sostenibilidad en las empresas alimentarias.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

- Clases presenciales teóricas: 9h
- Clases presenciales prácticas y talleres: 9h
- Conferencias: 2h
- Trabajo no presencial del estudiante: 27h
- Tutorías: 1h
- Evaluación: 2h

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

- Trabajo y actividades en grupo: 25%
- Participación activa en las clases, trabajo y actividades individuales: 25%
- Prueba de evaluación final: 50%. La prueba constará de preguntas tipo test.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

- Los estudiantes que no aprueben en la convocatoria ordinaria (puntuación mínima de 5 sobre 10), deberán volver a realizar la prueba de evaluación final o presentar las actividades indicadas por la profesora (incluyendo, en caso necesario, un trabajo individual que sustituya al trabajo en grupo).

HORARIOS DE ATENCIÓN

Dra. Roncesvalles Garayoa (rgarayoa@unav.es)

- Concertar cita por correo electrónico.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

- En cada sesión de la asignatura, se facilitarán los recursos correspondientes.