



XXV ENCONTRO DE JOVENS PESQUISADORES
VII MOSTRA ACADÊMICA DE INOVAÇÃO E TECNOLOGIA

De 17 a 19 de outubro de 2017
Campus-Sede da UCS • Caxias do Sul



A CONFIGURAÇÃO DA IMAGEM DE ALIMENTOS ORGÂNICOS

Nadir Souza Saleri (BIC-UCS), Deonir de Toni (Orientador(a))

A busca por alimentos orgânicos vem crescendo nos últimos anos muito em função da preocupação com a saúde e com o meio ambiente. A partir da revisão da literatura evidenciou-se que a imagem de alimentos orgânicos pode ser configurada a partir de significados hedônicos a partir da dimensão axiomática, simbólica e social e também por significados utilitários a partir da dimensão racional e sensorial. Nesse sentido, este estudo buscou identificar a configuração da imagem de alimentos orgânicos para os seus consumidores, bem como suas motivações para o consumo. Assim, a partir de uma pesquisa com 275 consumidores de alimentos orgânicos através do Método de Configuração da Imagem, evidenciou-se que a imagem central destes consumidores é formada por atributos que dizem respeito a produtos sem agrotóxicos, à saúde, alimentos naturais, uma alimentação mais saudável e que preserva o meio ambiente, fortalecendo assim, uma predominância do significado hedônico. Além disso, observou-se que as motivações para o consumo também estão atreladas à uma preocupação com uma alimentação mais saudável e sem agrotóxicos. Dentre as contribuições desta pesquisa destacam-se três: primeiro uma revisão da literatura em torno da temática da configuração da imagem, em especial, do consumo de alimentos orgânicos; segundo, está na identificação do significado e das dimensões que formam a imagem de alimentos orgânicos e terceira, é a identificação dos distintos segmentos e suas diferentes percepções com relação à predisposição a pagar a mais pelos alimentos orgânicos.

Palavras-chave: Configuração de imagem, alimentos orgânicos, consumo

Apoio: UCS