

ESTGOH

Escola Superior de Tecnologia e Gestão
de Oliveira do Hospital

esec

ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO



INSTITUTO POLITÉCNICO
DE COIMBRA

Departamento de Comunicação e Ciências Empresariais [ESEC]

Departamento de Gestão [ESTGOH]

Mestrado em Marketing e Comunicação

Atitudes em relação ao consumo de alimentos biológicos

Estudo exploratório numa amostra de consumidores
portugueses

Raquel Simões Marques

Coimbra, 2019

Raquel Simões Marques

Atitudes em relação ao consumo de alimentos biológicos

Estudo exploratório numa amostra de consumidores portugueses

Dissertação de Mestrado em Marketing e Comunicação, apresentada ao Departamento de Comunicação e Ciências Empresariais da Escola Superior de Educação de Coimbra para obtenção do grau de Mestre

Constituição do Júri

Presidente de Júri: Professora Doutora Rosa Maria Campos Sobreira

Arguente: Professora Doutora Alda Dulce Pereira de Sousa Matos

Orientador: Professor Doutor José Pedro Cerdeira Coelho e Silva

AGRADECIMENTOS

A realização deste estudo não teria sido possível sem a ajuda de certas pessoas, às quais gostaria de deixar o meu agradecimento.

Antes de tudo, quero agradecer todo o acompanhamento, o profissionalismo e todas as palavras motivadoras do Professor Doutor José Pedro Silva, agradeço todas as sugestões, os conselhos, pois tudo isto foi determinante para a conclusão deste estudo.

Não poderia deixar de agradecer como é evidente, todo o apoio dos meus pais e da minha irmã que nestes anos de estudo sempre estiveram do meu lado e nunca me deixaram desistir.

Agradeço todo o apoio da minha amiga Ana Rodrigues, pois nunca me deixou desistir deste trabalho e que me incentivou sempre.

À minha família toda, mas em particular à tia Paula, tio Jorge e prima Mariana obrigada por toda a força.

Às minhas amigas Ângela Vidal, Paula Santos e Vera Barbosa, que me acompanharam sempre desde os inícios de vida académica até hoje agradeço todo o apoio.

Aos recentes colegas de trabalho e amigos, MéliSSa, Marisa, Vanessa, Rita e Gustavo agradeço a força.

Obrigada a todas as pessoas que responderam ao questionário, a todos os que contribuíram e me deram apoio neste estudo.

Obrigada a todos!

Atitudes em relação ao consumo de alimentos biológicos

Estudo exploratório numa amostra de consumidores portugueses

RESUMO

As atitudes em relação ao consumo de alimentos biológicos foi o tema escolhido para o presente estudo devido ao fato de o consumo de alimentos biológicos ser um tema bastante atual, pois tem vindo a aumentar ao longo dos anos, em Portugal e no mundo.

O objetivo genérico deste trabalho é contribuir para a produção de conhecimento sobre as atitudes, as preferências, os hábitos e os comportamentos alimentares do consumidor português de alimentos biológicos. A recolha dos dados deste estudo foi realizada através de um inquérito por questionário (*online*), com uma amostra de 324 inquiridos, onde foram aplicadas três escalas: a escala das atitudes dos consumidores em relação aos alimentos orgânicos de McEachern, & McClean (2002), a escala da consciência da saúde de Gould, (1988) e a escala das atitudes em relação à segurança alimentar de Brewer, & Rojas (2008).

Palavras-chave: Alimentos biológicos, Atitudes dos consumidores, Segurança alimentar.

ABSTRACT

The attitudes towards organic food was the theme chosen for the present study due to the fact that the consumption of organic food is a very current theme, since it has been increasing over the years, in Portugal and in the world.

The general objective of this work is to contribute to the production of knowledge about the attitudes, preferences, habits and eating behaviors of the Portuguese consumer of organic foods. Data collection from this study was carried out through a questionnaire survey (online), with a sample of 324 respondents, where three scales were applied: the scale of consumers' attitudes to organic foods from McEachern & McClean (2002), Gould's Health Awareness Scale (1988) and the Scale of Attitudes Regarding Food Security by Brewer & Rojas (2008).

Keywords: Organic food, Consumer attitudes, Food safety.

ÍNDICE GERAL

RESUMO	V
ABSTRACT	VI
ÍNDICE GERAL	VII
I - ABORDAGEM TEÓRICA E REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	1
INTRODUÇÃO	3
CAPÍTULO I.....	5
A emergência da agricultura biológica	5
1.1.A génese da agricultura biológica.....	6
1.2. Objetivos da agricultura biológica	9
1.3. Desenvolvimento da agricultura biológica.....	10
1.4. Preferência por produtos biológicos.....	12
1.5. Vantagens e desvantagens da agricultura biológica	14
1.6. A alimentação	16
1.7. Mudança de hábitos alimentares.....	18
1.8. Novos mercados e novos produtos.....	20
1.9. Movimento <i>Slow Food</i>	23
CAPÍTULO II	25
As atitudes dos consumidores em relação ao consumo de alimentos biológicos.....	25
2.1. Conceito de Atitude.....	26
2.2. A escala das atitudes dos consumidores em relação aos alimentos biológicos.....	27
2.3. A escala da consciência da saúde.....	29
2.4. A escala das atitudes dos consumidores em relação à segurança alimentar.....	30
2.5. Intenções de compra de produtos biológicos	33
II- ESTUDO EMPÍRICO.....	35
Relevância do Estudo.....	36
Objetivos do estudo.....	37
Instrumentos de avaliação.....	38
Procedimentos de recolha e análise estatística de dados	39
Discussões e resultados	51

Reflexões Finais	53
Bibliografia	55
Anexos	63
ANEXO - Questionário	64

Lista de Abreviaturas

ESEC – Escola Superior de Educação de Coimbra

ESTGOH – Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Oliveira do Hospital

DP- Desvio Padrão

M – Média

SPSS - *Statistical Package for Social Sciences*

Índice de Quadros

Quadro 1- Caracterização da amostra (N = 324)	40
Quadro 2- Valores das médias e dos desvios-padrão dos itens das escalas de avaliação das atitudes dos consumidores em relação aos alimentos orgânicos (N=324)	41
Quadro 3- Valores das médias e dos desvios-padrão dos itens da escala consciência da saúde (N=324).	42
Quadro 4- Valores das médias e dos desvios-padrão dos itens da escala segurança alimentar (N=324).	43
Quadro 5- Teste t-Student para a comparação dos valores da média e do desvio-padrão dos subtotais das escalas de avaliação de atitudes em função do Sexo (N=324).	44
Quadro 6- Teste t-Student para a comparação dos valores da média e do desvio-padrão dos subtotais das escalas de avaliação de atitudes em função do da resposta à Questão 04: “Padece de algum tipo de alergia ou de intolerância alimentar?” (N=324).	45
Quadro 7- Teste t-Student para a comparação dos valores da média e do desvio-padrão dos subtotais das escalas de avaliação de atitudes em função do da resposta à Questão 05: “Padece de algum problema de saúde crónico ...(p.ex: diabetes, tensão arterial alta, etc.)?” (N=324).	46
Quadro 8- Teste t-Student para a comparação dos valores da média e do desvio-padrão dos subtotais das escalas de avaliação de atitudes em função do da resposta à Questão 07a: “Pratica com regularidade algum tipo de exercício físico ou desporto para controlar o peso?” (N=324).	47
Quadro 9- Teste t-Student para a comparação dos valores da média e do desvio-padrão dos subtotais das escalas de avaliação de atitudes em função do da resposta à Questão 08: “Estaria disposto a pagar um preço mais alto para consumir as mesmas refeições com alimentos biológicos?” (N=324).	48

Quadro 10- Valores das correlações de Pearson entre as variáveis demográficas de caracterização da amostra e os subtotais das escalas de avaliação das atitudes (N= 324)

49

Quadro 11- Valores das correlações de Pearson entre as questões de investigação e os subtotais das escalas de avaliação das atitudes (N= 324)

50

I - ABORDAGEM TEÓRICA E REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

INTRODUÇÃO

Estudar o comportamento alimentar dos consumidores e o perfil específico do consumidor de alimentos biológicos é um campo de estudos de importância crescente na área do marketing alimentar e do setor da economia alimentar com preocupações de sustentabilidade, de responsabilidade ambiental ou até de consumo ético. Podemos dizer que este estudo é relevante pois existem poucos estudos deste âmbito realizados no nosso país.

O objetivo deste trabalho é a realização de um estudo exploratório, em relação às atitudes dos consumidores portugueses sobre a alimentação de produtos biológicos, através do processo de tradução e adaptação para uma amostra portuguesa de conveniência de alguns instrumentos de avaliação de atitudes concebidos por investigadores de outras nacionalidades (Brewer & Rojas (2008), Gould (1988) e McEachern & McClean (2002)). Para o cumprimento deste objetivo, realizámos um estudo exploratório numa amostra de conveniência (N=324), em que os dados foram recolhidos, com recurso a um questionário administrado por via *online*.

O presente trabalho encontra-se estruturado em duas partes: na primeira parte encontramos o enquadramento teórico e na segunda parte abordamos o estudo empírico, onde é caracterizado o estudo, os seus objetivos, a amostra, a apresentação dos instrumentos de avaliação utilizados, a descrição dos procedimentos realizados, e as técnicas de tratamento e análise de dados. Posteriormente, segue-se a apresentação dos resultados e a discussão dos mesmos. Por fim, são apresentadas as limitações deste estudo, as sugestões para investigações futuras nesta temática e as conclusões alcançadas.

CAPÍTULO I

A emergência da agricultura biológica

1.1.A génese da agricultura biológica

Segundo Lima (2014), para se alimentar, o homem cultiva o solo desde o período do neolítico, embora esse modo de cultivo tenha sofrido alterações até aos dias de hoje em função de inúmeros fatores, alguns dos quais relativos ao tipo de atitudes que foram sendo desenvolvidas em relação aos alimentos e à alimentação. Inicialmente o homem alimentava-se recorrendo à recolção de alimentos naturais, à caça e à pesca. Posteriormente, teve necessidade de produzir, sendo que foi assim que nasceu a agricultura, a pecuária, entre outras atividades económicas associadas à alimentação.

De acordo com a AGROBIO¹ (Associação Portuguesa de Agricultura Biológica), a agricultura biológica é um modo de produção que visa produzir alimentos e fibras têxteis de elevada qualidade, saudáveis, ao mesmo tempo que promove práticas sustentáveis e de impacto positivo no ecossistema agrícola. Assim, através do uso adequado de métodos preventivos e culturais, tais como as rotações, os adubos verdes, a compostagem, as consociações e a instalação de sebes vivas, entre outros, fomenta a melhoria da fertilidade do solo e a biodiversidade (Associação Portuguesa de Agricultura Biológica, 2016).

Ainda segundo Lima (2014), a prática cultural baseada no uso de matéria orgânica e na valorização dos processos biológicos é tão antiga quanto o é a história da agricultura, e persistiu até meados do século XIX. Na década de 1920, a prática de produzir biológico voltou a surgir quando apareceram na Europa os primeiros movimentos contra a adubação química, na sequência do entendimento de que estes químicos contaminariam os alimentos - ao acelerarem o processo de crescimento dos mesmos. Segundo Ehlers (1995), com o fito de contrariar esta abordagem “os sistemas

¹ A AGROBIO, fundada em 1985, é uma instituição pioneira que protagoniza a divulgação da agricultura biológica em Portugal, a qual se constitui como um polo agregador de pessoas de todas as faixas etárias e profissões, que têm em comum preocupações com a qualidade dos alimentos, a saúde, o ambiente e a defesa de uma prática agrícola mais sã.

de agricultura orgânica baseiam-se na rotação de culturas, nos esterco animais, leguminosas, adubação verde, lixo orgânico vindo de fora da fazenda, cultivo mecânico, minerais naturais e aspetos de controlo biológico de pragas para manter a estrutura e produtividade do solo, fornecer nutrientes para as plantas e controlar insetos, ervas daninhas e outras pragas.”

Nas práticas de agricultura biológica, não se recorre à aplicação de pesticidas, nem ao uso de adubos químicos de síntese, nem ainda ao recurso de organismos geneticamente modificados. Desta forma, garante-se o direito à escolha do consumidor e é salvaguardada a saúde do consumidor, ao evitar o consumo de resíduos químicos através dos alimentos. É, além disso, salvaguardada a saúde dos produtores, que evitam o contacto com químicos nocivos e preserva-se o ambiente da contaminação de poluentes, cuja atual carga sobre os solos e as águas é, em grande parte, da responsabilidade de sistemas intensivos de agropecuária (Dias, 2015). Neste sentido, e por estas razões, a agricultura biológica é também conhecida como “agricultura orgânica” (Brasil e países de língua inglesa), “agricultura ecológica” (Espanha, Dinamarca) ou “agricultura natural” (Japão).

“A agricultura biológica do século XXI existe em toda a plenitude graças ao trabalho obstinado de um conjunto de pioneiros corajosos que consagraram a sua vida a sulcar o mundo, ensinando, explicando, demonstrando. Milhares de conferências, visitas a quintas, exposições, publicações (livros, revistas, panfletos) foram necessários para desarrumar os preconceitos, os falsos dogmas, os falsos argumentos.” (Rodet, 2004, p.31).

De acordo com a Federação Internacional de Movimentos de Agricultura Biológica (IFOAM), fundada em 1972, a agricultura biológica tem por base a adoção de quatro princípios organizadores das práticas da atividade agrícola: a) Princípio da saúde: A agricultura biológica deve manter e melhorar a qualidade dos solos, assim como a saúde das plantas, dos animais, dos seres humanos e do planeta como um todo, b) Princípio da ecologia: A agricultura biológica deve respeitar os ciclos naturais dos ecossistemas, c) Princípio da justiça: A agricultura biológica deve basear-se em relações justas no que respeita ao ambiente e às oportunidades de vida, d) Princípio da

precaução: A agricultura biológica deve ser gerida de uma forma cautelosa e responsável de modo a proteger o ambiente, a saúde e o bem-estar das gerações atuais e futuras (Mourão, 2007).

1.2. Objetivos da agricultura biológica

Segundo a AGROBIO, os principais objetivos da agricultura biológica são: a) produzir alimentos de alta qualidade e em quantidade suficiente; b) atuar de forma construtiva e equilibrada com os sistemas e ciclos naturais; c) promover e desenvolver ciclos biológicos dentro do sistema de produção, envolvendo microrganismos, flora e fauna do solo, as plantas e os animais; d) manter e/ou aumentar a fertilidade do solo a longo prazo; e) promover o correto uso da água e a gestão racional dos recursos hídricos e da vida neles existente; f) contribuir para a conservação do solo e da água; g) utilizar na medida do possível, recursos renováveis nos sistemas agrícolas organizados localmente; h) trabalhar, na medida do possível, com materiais e substâncias que possam ser reutilizadas ou recicladas, tanto na exploração agrícola como fora dela; i) dar todas as condições de vida aos animais que lhes permitam atingir os aspetos básicos do seu bem-estar; j) minimizar todas as formas de poluição que possam resultar das práticas agrícolas; k) manter a biodiversidade (ou diversidade genética de espécies vegetais, animais e de microrganismos) dos sistemas agrícolas e do meio envolvente, incluindo a proteção dos habitats, de animais e plantas selvagens; l) permitir às pessoas envolvidas na produção biológica uma qualidade de vida conforme a Carta dos Direitos Humanos das Nações Unidas, de maneira a cobrir as suas necessidades básicas e obter um adequado rendimento e satisfação no trabalho realizado; m) considerar o impacto social e ecológico do sistema agrícola; n) produzir produtos não alimentares com base em recursos renováveis e completamente biodegradáveis (não poluentes); o) encorajar os organismos de agricultura biológica (associações, etc) a funcionar em moldes democráticos e com o princípio da separação de poderes e por fim, evoluir no sentido duma cadeia de produção inteiramente “biológica”, que seja ao mesmo tempo socialmente justa e ecologicamente responsável (Ferreira et al., 1998).

Todos estes princípios acima mencionados são fundamentais para a formação das atitudes dos consumidores em relação aos produtos biológicos.

Seguidamente iremos apresentar alguns apontamentos breves sobre o processo de o desenvolvimento da agricultura biológica ao longo dos últimos anos, quer em Portugal, quer no mundo.

1.3. Desenvolvimento da agricultura biológica

A agricultura biológica tem crescido exponencialmente ao longo dos últimos anos, sendo praticada em mais de 160 países. A área cultivada mundialmente em agricultura biológica é de cerca de 37 milhões de hectares. Acrescem 43 milhões de hectares de recolha de plantas silvestres, que são certificadas em agricultura biológica. O mercado de agricultura biológica encontra-se em franco crescimento, tendo sido estimado, em 2010, em 44.5 mil milhões de euros (Nunes & Pereira, 2016). No entanto, o modo de produção biológico ocupa, por enquanto, apenas 6.1% da superfície agrícola utilizada (SAU), distribuída por 2885 produtores. É verdade que a percentagem ainda parece pouca, mas no ano 1994 esta não passava de 0.2%. A nível europeu, Portugal encontra-se à frente da média europeia, que regista uma SAU em modo de produção biológica de 5.7% (Nunes & Pereira, 2016).

Segundo refere Jaime Ferreira, presidente da AGROBIO, “os últimos dados, referentes a 2012, dão conta de uma área cultivada equivalente a 220 mil hectares. Mas aumentou o número de candidaturas aos apoios ao desenvolvimento rural para converter mais 78 mil hectares para o modo biológico” (p.41). Atualmente a agricultura biológica em Portugal vale 22 milhões de euros, e continua em fase de crescimento. Jaime Ferreira afirma também que “este mercado já vale, a nível mundial, mais de 50 mil milhões de euros, o que nos dá uma ideia do interesse e importância destes tipos de cultura” (Ferreira, 2016, citado por Nunes & Pereira, 2016, 41).

De acordo com a Comissão Europeia, ao longo da última década, a superfície de terras agrícolas destinadas à produção de modo biológico na Europa, aumentou em média meio milhão de hectares por ano. Atualmente existem mais de 186000 explorações biológicas em toda a União Europeia (Comissão Europeia, 2018).

Segundo a Federação Internacional de Agricultura Biológica, no final do ano 2013, cerca de 43,1 milhões de hectares de terras agrícolas eram destinadas ao modo de produção biológico. A Austrália é o país com maior área agrícola biológica com 17,2

milhões de hectares, seguidamente a Argentina com 3,2 milhões de hectares e por fim os Estados Unidos da América com 2,2 milhões de hectares (Federação Internacional de Agricultura Biológica,2015).

Face aos dados expostos, podemos sugerir que o modo de produção biológico tem tendência a aumentar ao longo dos próximos anos em todo o mundo, o que evidencia a importância dos estudos sobre as atitudes dos consumidores em relação à aquisição e consumo destes produtos alimentares. Na seção que se segue vamos expor algumas reflexões sobre o assunto a partir de declarações do fundador da AGROBIO.

1.4. Preferência por produtos biológicos

Segundo o fundador da AGROBIO, Jean- Claude Rodet (Associação Portuguesa de Agricultura Biológica, 2016), podem ser definidas 12 boas razões para preferir produtos biológicos. Valor nutritivo: os alimentos provenientes de Agricultura Biológica são cultivados em solos equilibrados, sendo mais ricos em vitaminas, sais minerais, proteínas e glúcidos, proporcionando uma alimentação rica e saudável. Sabor: em solos regenerados e fertilizados com matéria orgânica, as plantas crescem saudáveis e desenvolvem o seu verdadeiro aroma, a sua cor e sabor autênticos, permitindo-nos redescobrir o verdadeiro gosto dos alimentos. Saúde: Na agricultura biológica não são aplicados adubos químicos, nem se pulverizam as plantas com pesticidas de síntese. Os estudos toxicológicos reconhecem a relação existente entre os pesticidas e certas patologias, como o cancro, as alergias, a asma, entre outras. Solo fértil: O solo é a base de toda a cadeia alimentar e a principal preocupação da Agricultura Biológica. Toda a prática agrícola deve ter como objetivo conservar e melhorar a fertilidade do solo, aumentando o seu teor de matéria orgânica. Água pura: A Agricultura Biológica, como utiliza adubos naturais, garante a preservação da pureza da água que bebemos, hoje e para as gerações futuras. Biodiversidade: A diminuição da biodiversidade é um dos principais problemas ambientais de hoje. A Agricultura Biológica perpetua a diversidade das sementes e das variedades locais com grande valor nutritivo e cultural e fomenta a biodiversidade global dos ecossistemas agrícolas. Certificação: Os produtores biológicos seguem um caderno de normas rigoroso, verificado por organismos de controlo e certificação, segundo a legislação europeia de Agricultura Biológica. Mundo rural: A Agricultura Biológica respeita o equilíbrio da natureza e contribui para um ambiente saudável. O equilíbrio entre a agricultura e floresta, as rotações e consociações de culturas, permitem preservar um espaço rural para nós, para os nossos filhos e netos. Dignidade do agricultor: A Agricultura Biológica permite revitalizar os meios rurais e restituir ao agricultor a dignidade e reconhecimento que lhe são merecidos, pelo seu papel de guardião da paisagem, dos ecossistemas agrícolas e primeiro garante da saúde humana. Educação: A Agricultura Biológica é uma excelente "escola prática de educação ambiental". Ela

oferece aos jovens de hoje, decisores de amanhã, um modelo de desenvolvimento sustentável do planeta. Emprego: A Agricultura Biológica cria oportunidades de emprego permanente e gratificante devido às práticas ecológicas e à dimensão das explorações agrícolas, adaptadas à escala humana. Futuro: Os produtores biológicos são audaciosos inovadores que combinam os conhecimentos mais modernos com as práticas e saberes tradicionais, dispensando o uso de todos os produtos poluentes do ecossistema (Associação Portuguesa de Agricultura Biológica, 2016).

Como vimos acima, pode elencar-se um conjunto importante de razões para justificar a preferência pelo consumo de alimentos biológicos, até porque a consciência de que a agricultura tradicional acarreta diversos impactos negativos no ecossistema acrescenta uma justificação crucial para que se mudem os hábitos de consumo de produtos alimentares. No entanto, apesar de factualmente ser possível apontar razões objetivas para a preferência deste tipo de alimentos, a verdade é que a decisão de os adquirir ou não, assim como a decisão de os consumir ou não depende apenas das atitudes dos consumidores, pelo que são estas que devem ser consideradas e estudadas. No essencial, as atitudes podem variar em função de dimensões subjetivas, algumas delas associadas à perceção de vantagens e desvantagens de um determinado produto. No caso, antes de avançar para o estudo de atitudes, é pertinente expor alguns dados sobre vantagens e desvantagens objetivas deste tipo de alimentos.

1.5. Vantagens e desvantagens da agricultura biológica

Existem diversas vantagens e desvantagens relativamente ao consumo de produtos provenientes de agricultura biológica, bem como vários benefícios para o meio ambiente, como iremos verificar seguidamente. Relativamente às vantagens considera-se que pelo facto de não serem detetáveis restos de pesticidas na agricultura biológica, a alimentação com produtos biológicos torna-se mais saudável e natural. Com efeito, a produção agricultura biológica é uma produção que utiliza os produtos naturais como uma ferramenta imprescindível no tratamento das explorações, aumentando deste modo a biodiversidade local; a sua produção requer maior mão-de-obra que a produção convencional, pelo que no âmbito local, os benefícios são também evidentes num plano social e económico. Num outro plano, o ambiental, a não utilização de pesticidas contribui para uma melhor qualidade do ar. Devido à utilização de fertilizantes orgânicos de baixa solubilidade, e empregues nas quantidades exatas, diminuiu a contaminação de águas subterrâneas e solos e os produtos derivados de uma produção ecológica, segundo os defensores, são mais ricos a nível nutritivo que os produtos provenientes de explorações convencionais. Em relação às desvantagens, em geral os alimentos ecológicos resultam de uma qualidade inferior no que diz respeito à sua aparência (brilho, tamanho, etc.). No entanto, apesar do aspeto menos atrativo estes produtos contêm o valor nutritivo necessário para a nossa dieta quotidiana. Em alguns casos a sua conservação tem uma durabilidade mais reduzida que os produtos convencionais; são produtos um pouco mais caros devido aos sistemas produtivos serem mais lentos e necessitarem de mais mão-de-obra (Pela Natureza, 2009).

Pelo conjunto destas razões, pode ser pertinente avaliar em que medida os consumidores ponderam subjetivamente ou não estas vantagens e desvantagens dos alimentos biológicos para definirem atitudes favoráveis ou desfavoráveis em relação ao consumo dos mesmos e em relação à maior ou menor disposição de pagarem mais ou menos para os adquirirem e consumirem. Mais uma vez, este ponto de vista

subjetivo dos consumidores sobre os juízos que constroem sobre um produto pode ser definida como uma dimensão importante para a determinação da decisão de adquirir e para a determinação do comportamento de consumo, pelo que é essencial promover a valorização de estudos de investigação neste domínio.

De seguida, iremos mostrar em que medida a alimentação é fundamental para o bem-estar do ser humano e quais os problemas que uma má alimentação pode causar no mesmo.

1.6. A alimentação

A alimentação saudável e nutritiva é fundamental para o bom desenvolvimento físico e intelectual do ser humano. A alimentação é uma das atividades mais importantes a nível económico, biológico e cultural, (Dias, 2015). Segundo a declaração da *First Global Ministerial Conference on Healthy Lifestyles and Noncommunicable disease control*, a promoção de uma alimentação saudável é um ponto de especial atenção para ter uma saúde melhorada (*World Health Organization*, 2011).

De acordo com a Organização Mundial de Saúde, a obesidade representa o excesso de gordura no corpo humano, apresentando assim riscos para a saúde, nomeadamente várias doenças crónicas, por exemplo: diabetes, doenças cardiovasculares e cancro. Em 2016, mais de 1,9 bilhão de adultos com 18 anos ou mais tinham excesso de peso. Destes, mais de 650 milhões de adultos eram obesos. No geral, cerca de 13% da população adulta do mundo (11% dos homens e 15% das mulheres) eram obesos em 2016. A prevalência mundial da obesidade quase triplicou entre 1975 e 2016. A causa fundamental da obesidade e do excesso de peso é um desequilíbrio energético entre as calorias consumidas e as calorias gastas, por exemplo, sedentarismo, a mudança de modos de transporte e o aumento da urbanização (*World Health Organization*, 2018).

Dados do Instituto Nacional de Estatística (INE) referem que em 2014, mais de metade (52.8%) da população portuguesa com 18 ou mais anos, tinha excesso de peso (contra os 50.9% de há uma década atrás). O aumento da obesidade foi o mais expressivo, tendo afetado principalmente as mulheres e a população com idades entre 45 e 74 anos. Na Europa 10 a 13 por cento das mortes têm como causa a obesidade. (Poínhos, et al., 2009, citado por Dias, 2015).

Segundo o último estudo português do Instituto de Saúde Pública da Universidade do Porto (ISPUP), estima-se que, em Portugal, mais de metade da população tenha obesidade ou pré-obesidade. A nível mundial, mais de 50% da população será obesa em 2025, se não forem adotadas medidas em contrário (My Obesidade, 2018).

É estimado que no ano 2035, a diabetes do tipo 2 atinja 592 milhões de pessoas a nível mundial. O ritmo de vida a que as pessoas estão sujeitas hoje em dia, influencia em muito a sua alimentação diária. As refeições pré- preparadas, os congelados e os alimentos consumidos fora de casa (ex: *fast-food*) são algumas das preferências de alimentos que as pessoas procuram, pois com o aumento das horas de trabalho fora de casa torna-se difícil ter tempo para cozinhar as próprias refeições, com qualidade. (Poínhos, et al., 2009, citado por Dias 2015).

Dados da Eurostat (2011), apontam que em Portugal entre 1988 e 2006, os gastos com a alimentação fora de casa aumentaram de 24 para mais de 50%.

De acordo com Leal (2010), nas últimas décadas assistimos a um aumento significativo da alimentação fora do domicílio devido a várias razões (mudanças profissionais, culturais, económicas, entre outras). A principal refeição feita fora do domicílio é o almoço e os serviços mais procurados são os rápidos e práticos, como *self-service* e *fast-food*.

Seguidamente iremos ver de que forma os consumidores têm mudado os seus hábitos alimentares e quais as razões.

1.7. Mudança de hábitos alimentares

Atualmente os consumidores têm procurado melhorar os seus hábitos alimentares. Vários estudos realizados mundialmente apontam para a procura de alimentos saudáveis, naturais e saborosos.

Segundo a *Confédération des industries agroalimentaires de l' U E* (2007) (Proença, 2010), as preocupações com a saúde e a vontade em querer uma melhor qualidade de vida, têm implicado a produção de alterações nos hábitos alimentares das sociedades. Os avanços na tecnologia e o aumento da relação entre saúde e alimentação levou a que a indústria alimentar desenvolvesse diversos produtos (menos calóricos, enriquecidos em fibras, bebidas energéticas, produtos minimamente processados, orgânicos e funcionais), sendo estes mais naturais e com benefícios para a saúde das pessoas (Duarte, 2012; Proença, 2010, citado por Dias, 2015).

Segundo Leal (2010), os consumidores já não têm controlo relativamente à origem dos produtos e alimentos, pois o mercado encontra-se altamente globalizado, sendo que, os alimentos provêm de canais integrados de fornecedores. Contudo, os consumidores estão a começar a interessar-se mais pela origem dos alimentos que consomem, bem como sobre o modo como são produzidos esses alimentos. Por exemplo, o “Programa Origens” é um programa exclusivo das Lojas *Intermarché*² de apoio à produção nacional. Tem como missão apoiar e incentivar a produção nacional, impulsionar o desenvolvimento das economias regionais, criar bases para uma agricultura sustentável e facilitar o acesso dos consumidores a produtos nacionais, de qualidade e a preços baixos. Neste programa estão implicados mais de 300 produtos genuinamente portugueses, mais de 170 produtores locais e mais de 3000 hectares de cultivo.

Os alimentos pouco industrializados e de origem local são agora mais valorizados pelos consumidores (*Food at Home – FAH*) (Barbosa, 2009, Duarte, 2012). Segundo

² Intermarché (2018). Disponível em: <http://www.intermarche.pt/programa-origens> (Acedido em 02 de Fevereiro de 2018).

o Portal da Agricultura Urbana e Periurbana, o projeto “Horta à porta” é um dos exemplos de práticas que várias instituições criaram para a prática de agricultura sustentável em cidades de Portugal, promovendo assim o contacto com a natureza, hábitos saudáveis e sobretudo a criação de alimentos frescos (Dias, 2015).

A crescente preocupação da população em consumir alimentos saudáveis tem vindo a aumentar significativamente. As principais razões para esta preocupação deve-se ao facto de ao ingerir alimentos funcionais, por exemplo: sardinha, sementes de chia, iogurte e *kefir*, estes retardam a evolução de doenças como a diabetes, o cancro e obstipação. Estes alimentos possuem um valor nutritivo elevado e desempenham um papel benéfico na redução de doenças crónicas (Souza et al., 2016).

Seguidamente vamos apresentar uma visão de como os mercados se estão a adaptar à procura em massa de alimentos funcionais e biológicos, com exemplos de algumas superfícies comerciais.

1.8. Novos mercados e novos produtos

Segundo a revista Exame (2016, Janeiro) “ as redes sociais e a *internet* estão cheias de receitas e de imagens de pratos saudáveis, biológicos, orgânicos, livres de glúten ou sem lactose, baseados em superalimentos. Antes, a distinção fazia-se entre os carnívoros e os vegetarianos. Hoje, o tema tornou-se mais complexo e nele reside uma infinidade de dietas alimentares a que os mercados e as marcas estão a tentar dar resposta. Das empresas agrícolas, passando pelas indústrias agroalimentares e acabando nas novas fórmulas de retalho, o apetite por esta fatia do negócio está a aumentar” (p.36). Novos consumidores começam a surgir no mercado agroalimentar, por exemplo o consumidor que só procura produtos biológicos (sem químicos) ou o consumidor que não consome produtos processados. Estes novos consumidores não passaram despercebidos ao mercado agroalimentar, que hoje em dia já tem muita variedade para oferecer. É de salientar que no ano 2006, só existia um supermercado especializado em alimentação biológica (Cooperativa Biocoop), localizada na zona da Grande Lisboa (Nunes & Pereira , 2016).

De acordo com a revista Exame (2016, Janeiro) na atualidade, estas lojas de venda de produtos biológicos aumentou significativamente por todo o país.³ Numa entrevista efetuada pela revista Exame ao Presidente da AGROBIO- Associação Portuguesa de Agricultura Biológica, Jaime Ferreira refere que “outros supermercados biológicos irão ser inaugurados no Porto e em Aveiro. Está outro previsto para Faro” (p.37). Nos supermercados, os espaços dedicados aos produtos biológicos, sem glúten ou lactose, está a crescer, pois os consumidores cada vez procura mais este tipo de alimentos, por exemplo a Área Viva, nas lojas Continente (Nunes & Pereira , 2016).

A marca Compal também inovou criando vários sabores, por exemplo Laranja do Algarve, Pera Rocha do Oeste, Maçã das Beiras e Frutos Vermelhos (ricos em anti-

³ Exemplos de algumas destas lojas são a Miosótis, Maria Granel (localizadas na zona de Lisboa).

oxidantes). Estes novos produtos transmitem ao consumidor uma percepção de natural, saudável e ao mesmo tempo de valorização dos produtos locais.⁴

Pedro Celeste, *marketeer* experimentado e diretor-geral da PC&A – Consultores de Marketing Estratégico afirma que “As marcas estão a corresponder aos desafios do homem e da mulher modernos e a aproveitar esta tendência de querermos ser melhores, vivermos melhor, termos mais qualidade de vida. Têm sabido compreender o mercado. Veja-se os ginásios, a oferta de serviços hoteleiros, os livros sobre bem-estar e autoajuda para uma vida melhor, as telecomunicações que nos ajudam a ser mais eficazes, as redes sociais que nos são conselhos sobre dieta e saúde. Nunca houve tantos nutricionistas ou dietistas como hoje” (Nunes & Pereira, 2016, 37).

De forma a melhorar a alimentação dos portugueses, alterar os hábitos alimentares e inculcar nos jovens o interesse pela agricultura biológica, foi criado um projeto pela Quinta do Arneiro (concelho de Mafra), no qual são distribuídos e comercializados porta a porta, cabazes com produtos frutícolas e hortícolas. Estes cabazes podem ser pequenos, médios ou grandes, consoante a vontade do consumidor, podendo o preço dos mesmos variar entre os vinte e os trinta euros. Segundo o artigo da *Marketeer* (2017, Janeiro), infelizmente os produtos do cabaz ainda não são totalmente provenientes da Quinta do Arneiro, pois não existe clima e terra suficiente para atender aos inúmeros pedidos dos clientes, deste modo a Quinta recorre à importação. Segundo a responsável pela Quinta, os consumidores estão cada vez mais informados sobre a agricultura biológica e querem mesmo alterar os seus hábitos alimentares (Reis, 2017).

Em Lisboa, podemos encontrar o primeiro supermercado “Go Natural” (criado pela Sonae MC), com mais de 4000 artigos, sendo que cerca de 70% dos mesmos são produtos biológicos e de produção nacional. O objetivo da “Go Natural” é promover a saúde e o bem-estar às pessoas que visitam a loja, pois os produtos que têm disponíveis são bastante saudáveis e nutritivos, para além de que os preços dos produtos são acessíveis, garantem. Deste modo, e para satisfazer todo o tipo de clientes, o

⁴ Compal (2016). Disponível em: <http://www.compal.pt> (Acedido em 02 de Fevereiro de 2016).

supermercado tem produtos para intolerantes e alérgicos alimentares, bem como suplementos e nutrição desportiva. A loja contém ainda um restaurante de comida saudável, no seu interior (Almeida, 2017).

As televisões e as redes sociais são fundamentais para esta divulgação de oferta de produtos orgânicos. Muitos são os programas passados em horário nobre que têm um espaço onde falam nutricionistas a dar dicas do que se deve ou não comer e que até explicam e fazem receitas em direto, mostrando alternativas possíveis. Foi através destes meios de comunicação que foram introduzidos na alimentação dos portugueses alguns produtos como, as bagas goji, as sementes de papoila, a quinoa, a chia, a linhaça e o açaí. A procura por alimentos biológicos também pode ser causada pelo aumento das alergias alimentares, sobretudo nas crianças, por este motivo muitos médicos recomendam o consumo de alimentos provenientes de agricultura biológica (Nunes & Pereira , 2016).

1.9. Movimento *Slow Food*

Segundo Domingos (2015), o Movimento *Slow Food* (“comida lenta”), foi fundado por Carlo Petrini em 1986, em Itália, de modo a protestar contra o estilo de vida acelerado e contra a abertura de mais um restaurante *fast food* da cadeia Mac Donald’s, em Roma. Para Carlo Petrini, a criação de mais um restaurante de *fast food* colocava em causa a identidade, tradição e cultura italianas. Este movimento tem como objetivos promover a educação do gosto, melhorar a qualidade das refeições e uma produção que valorize o produto, o produtor e o meio ambiente. A alimentação saudável, a melhor qualidade de vida, a valorização e proteção da biodiversidade alimentar e a responsabilidade ambiental e social são os grandes conceitos do Movimento *Slow Food* (MSF). O MSF acredita que a gastronomia está claramente ligada à política, à agricultura e ao ambiente entre outras coisas.

Segundo Domingos (2015), o Manifesto do Movimento foi assinado em 1989, e desde então o MSF tem vindo a crescer como organização mundial, onde são apoiadas e celebradas as tradições alimentares de mais de 150 países. O MSF é uma associação internacional sem fins lucrativos, com milhares de associados em todo o mundo, e apresenta-se como uma estrutura flexível e democrática.

Esta organização pretende preservar o direito universal ao prazer, através da alimentação, por isso recorre à promoção de produtos locais de qualidade “bons, limpos e justos” (princípios da cultura ecogastronómica). O elemento “bom” significa saboroso e apetitoso, fresco, capaz de estimular e satisfazer os sentidos de cada pessoa. O elemento “limpo” significa ser sustentável, ou seja, o produto não polui e não coloca a Terra em défice ecológico. Por fim, o elemento “justo” significa o respeito pela justiça social, significando assim que os envolvidos no processo (desde a produção até à comercialização e consumo), sejam respeitados e remunerados adequadamente (Domingos, 2015).

Resumidamente, o modo de produção biológico tem vindo a aumentar ao longo dos anos e tem tendência a crescer, pois é baseado em práticas sustentáveis e de impacto positivo no ecossistema agrícola e produz alimentos de elevada qualidade nutricional. Os consumidores à escala mundial estão cada vez mais preocupados com a sua alimentação e querem garantir que consomem produtos de qualidade nutricional e que não prejudiquem a sua saúde. Para isso procuram no mercado alimentos biológicos e alimentos funcionais.

As superfícies alimentares também estão muito atentas a esta incrível mudança e por isso têm procurado informar os seus clientes sobre a qualidade e origem dos seus produtos. Por exemplo no site do McDonald's Portugal notamos uma forte preocupação em mostrar ao consumidor o quão fresco são os produtos que vende, o leite e a manteiga que usam na confeção dos menus são de origem açoreana, o *ketchup* é do Ribatejo e utilizam o pão rústico (McDonald's, 2018).

CAPÍTULO II

As atitudes dos consumidores em relação ao consumo de alimentos biológicos

2.1. Conceito de Atitude

Atitude significa a predisposição ou tendência para responder de forma favorável ou desfavorável a um objeto, pessoa, instituição ou acontecimento. As atitudes incluem uma dimensão cognitiva (correspondente aos pensamentos e crenças), uma dimensão afetiva (referente às emoções) e uma dimensão comportamental (relativa à preparação para a ação). Apesar das atitudes se associarem a comportamentos, nem sempre um comportamento supõe uma atitude, nem sempre uma atitude gera um comportamento consistente. A atitude é intenção, o comportamento é ação (Gregório, 2002).

A atitude é adquirida ou formada através da educação ou da estruturação da personalidade ao longo dos anos e em constante confronto com a cultura e o meio ambiente, e é esse meio ambiente que a pode ir modificando ao longo dos anos. As atitudes permitem um rápido processamento do significado atribuído às situações, selecionando informação relevante para a manutenção (Pires et al., 2009).

Por outras palavras, como a atitude é uma intenção de se comportar de uma certa forma, a intenção pode ou não ser consumada, dependendo da situação ou das circunstâncias. Mudanças nas atitudes de uma pessoa podem demorar muito para causar mudanças de comportamento que, em alguns casos, podem nem chegar a ocorrer (Gregório, 2002).

Podemos concluir que as atitudes referem-se a um objeto social, às ações de uma pessoa ou a uma situação ou a um acontecimento. Estas são aprendidas, logo são modificadas.

2.2. A escala das atitudes dos consumidores em relação aos alimentos biológicos

Segundo McEachern e McClean (2002), apesar do aumento acentuado de compra de alimentos biológicos, o estudo das motivações de compra para este tipo de produtos é ainda reduzida. A nível ético, a escolha dos produtos alimentares biológicos, varia de indivíduo para indivíduo, de indústria para indústria e de país para país.

Ao efetuar um estudo com o objetivo de determinar em que medida as crenças éticas dos consumidores escoceses influenciam as perceções, as crenças, as atitudes e as decisões de compra de produtos lácteos biológicos, McEachern e McClean (2002), concluíram que no fator “segurança alimentar”, ao efetuar a produção de leite de forma convencional, a segurança do produto (neste caso, o leite), é comprometida, ou seja a segurança alimentar do leite é menor do que se produzir o mesmo de forma biológica. Concluíram também que os consumidores estão dispostos a pagarem mais por um produto produzido de forma biológica do que por um produto produzido de forma convencional. No fator “normas orgânicas”, concluíram que os alimentos biológicos são percebidos pelos consumidores como sendo produzidos de uma forma mais ética, pois entendem que o meio ambiente é beneficiado, bem como a melhoria do bem-estar dos animais. No fator “ética alimentar”, concluíram-se que os consumidores consideravam ser importante apoiar a produção local dos produtos alimentares, e que não são favoráveis à utilização de qualquer tipo de hormonas na alimentação dos animais para aumentar a produção de leite.

Concluindo, segundo os resultados obtidos com este estudo parece ser evidente que os consumidores tendem a perceber os produtos lácteos produzidos de forma convencional, como uma opção de alto risco. Esta perceção por parte dos consumidores é influenciada pelo aumento das informações que os meios de comunicação social expõem sobre os malefícios da produção agrícola convencional que acarreta tantos problemas como a degradação do meio ambiente, e por consequência a destruição da saúde da população, devido à utilização de químicos. Desta forma é atribuída a importância de fazer uma alimentação rica em nutrientes, ou seja, consumindo alimentos de origem biológica (McEachern & McClean, 2002).

No estudo de Lopes (2016), sobre os fatores determinantes na compra de vinho em Portugal, conclui-se que o consumidor de vinho biológico está disposto a pagar mais do que o consumidor de vinho convencional. Neste estudo apurou-se também que a maioria dos consumidores acreditam que consumir vinho biológico faz melhor à saúde do que consumir vinho convencional.

Num estudo elaborado por Monteiro et al., (2012), concluiu-se que o consumidor está atento às causas ambientais, mas não se pode afirmar que é um consumidor com consciência ecológica nas suas práticas de consumo, pois um consumidor com consciência ecológica procura informações sobre o processo de produção de um determinado produto, bem como as premissas ecológica da empresa ou da organização envolvida, mas também pratica essa atitude. Conclui-se então que ainda não é possível afirmar que os consumidores tenham essa consciência, porém acredita-se que eles preferem as empresas ou marcas que tenham ou demonstrem uma preocupação ambiental nas suas práticas.

Outro estudo elaborado por Rodrigues et al., (2009), mostra que os consumidores preferem consumir produtos biológicos pois preocupam-se com a saúde e têm noção que um produto biológico oferece melhor qualidade, maior número de nutrientes e melhor sabor.

No presente estudo sobre as atitudes dos consumidores em relação aos alimentos biológicos adaptou-se a escala de McEachern, M. G., & McClean, P. (2002), onde podemos verificar três dimensões: Segurança alimentar, nos itens 1-8, Padrões orgânicos nos itens 9 – 13 e por fim as Exigências éticas nos itens 14 – 16.

2.3. A escala da consciência da saúde

Para Gould (1988), os cuidados com a saúde e o consumo de produtos ou serviços voltados a esse objetivo foram temas que mereceram trabalhos importantes no comportamento do consumidor. Ao analisar vários estudos deste autor, verificamos que indivíduos com maior consciência saudável recorrem mais à medicina e monitoram mais seguidamente a sua saúde.

Num estudo elaborado por Oliveira (2008), constatamos que ao longo dos anos verifica-se que cada vez mais existe uma maior preocupação com a saúde, sendo que os alimentos funcionais têm um papel importante na diminuição de risco de doenças. Este estudo mostra que os inquiridos se preocupam se preocupam em ter uma alimentação saudável e estar em boa forma física.

No presente estudo sobre as atitudes dos consumidores em relação aos alimentos biológicos adaptou se também a escala de Gould (1988) na dimensão da consciência da saúde. Na escala original, as respostas são codificadas numa escala de likert de 0 - 4, em que: 0 = *Statement does not describe you at all*, 1 = *Statement describes you a little*, 2 = *Statement describes you about fifty-fifty*, 3 = *Statement describes you fairly well*, 4 = *Statement describes you very well*. Esta escala de codificação das respostas pode ser substituída por uma escala de likert de 7 pontos, em que 1 corresponde a discordo totalmente e 7 a concordo totalmente. Os valores das respostas dadas aos itens são somados para produzir um resultado final na escala d consciência da saúde. Nesta escala, com a análise factorial, foram identificados 4 factores: “Overall Alertness” (HA – itens 5, 6), “Self-consciousness” (HCSC – itens 1, 2, 3), “Involvement” (HI – itens 4, 9), “Self-monitoring” (HSM – itens 7, 8).

2.4. A escala das atitudes dos consumidores em relação à segurança alimentar

Num estudo sobre a avaliação das atitudes dos consumidores e a segurança dos alimentos, Brewer e Rojas (2008) concluíram que metade dos 400 consumidores entrevistados considerou os seus alimentos muito seguros, ou seja, ocorreu uma diminuição de 10% desde 2002, relativamente às questões químicas, os resíduos de pesticidas, hormonas nas aves de capoeira, carne e em conservantes.

Os objetivos deste estudo foram os de analisar as atitudes gerais dos consumidores sobre a segurança dos alimentos, para avaliar as suas atitudes em relação a organismos geneticamente modificados, irradiação e BSE (*Bovine Spongiform Encephalopathy*), mais conhecida como a doença das vacas loucas. Segundo o *International Food Information Council* (2006), quase três quartos dos consumidores estão confiantes na segurança do abastecimento alimentar dos Estados Unidos da América (Brewer & Rojas, 2008).

Relativamente às questões químicas, nesta categoria incluem-se os aditivos alimentares, corantes, resíduos de pesticidas nos alimentos, hormonas na carne e nas aves de capoeira, conservantes, irradiação e nitritos. Neste estudo 45% dos consumidores estavam bastante preocupados com as hormonas na carne (Brewer & Rojas, 2008).

Relativamente às questões de saúde, nesta categoria incluem-se colesterol, calorias, gordura, carbo-hidratos e vitaminas dos alimentos. Neste estudo, 49 % dos consumidores estavam mais interessados com a gordura ou o conteúdo de colesterol e 25% com o teor de hidratos de carbono e de baixas calorias (Brewer & Rojas, 2008).

Relativamente às questões microbiológicas, nesta categoria incluem-se os alimentos refrigerados, alimentos preparados, contaminação microbiológica, saneamento dos restaurantes, doença das vacas loucas, cozedura completa de carne e alimentos geneticamente modificados. Neste estudo, os consumidores estavam mais preocupados com o saneamento básico do restaurante e a carne a ser cuidadosamente

cozinhada, seguido de contaminação microbiológica e de doença das vacas loucas na carne de bovino. A preocupação com questões microbiológicas foi substancialmente mais elevadas do que em anteriores estudos, possivelmente devido a consciência dos recentes surtos de doenças de origem alimentar. Neste estudo, embora os consumidores demonstrem estar cada vez mais preocupados com a qualidade microbiológica e questões regulamentares, a prioridade para financiamento de mais inspetores para verificar as empresas de distribuição de comida pronta e instalações de fabrico não foi superior (Brewer & Rojas, 2008).

A segurança alimentar é uma preocupação dos consumidores, da indústria alimentar e das agências reguladoras. Para evitar preocupações do nível de segurança alimentar, os consumidores estão dispostos a deixar de consumir certos tipos de alimentos, ou estão dispostos a pagar mais por outros que lhes transmitam segurança (Shin et al., 1992, citado por Brewer & Rojas, 2008).

Ao analisar este estudo, podemos afirmar claramente que os consumidores estão preocupados com questões de segurança alimentar e mostram-se interessados em saber mais sobre os malefícios dos pesticidas e conseqüentemente as doenças transmitidas ao ser humano por via destes químicos, doenças do gado, entre outros assuntos ligados à saúde (Brewer & Rojas, 2008).

Através de um estudo elaborado por (Michaelidou & Hassan, 2008) em que foi analisado a consciência de saúde, a segurança alimentar, a preocupação e a ética sobre as atitudes e intenções de compra em relação aos produtos biológicos é possível verificar que a segurança alimentar é o fator mais importante na altura do consumidor tomar a atitude de optar por preferir produtos biológicos, do que propriamente a consciência de saúde.

No estudo sobre o perfil, hábitos e atitudes do consumidor de carne bovina mirandesa, elaborado por Oliveira et al. (2014), verificamos que os consumidores afirmam que o sabor e a segurança alimentar são as características mais importantes. Constatase também que os consumidores estão dispostos a pagar mais por uma carne bovina mirandesa do que a convencional, pelo facto de a carne mirandesa lhes conceder mais segurança e melhor sabor.

Outro estudo português elaborado por Cunha e Moura (2008), sobre a perceção do risco alimentar revelou que os principais problemas que mais preocupam os portugueses são o consumo de gorduras, o consumo de sal em excesso, os pesticidas usados na agricultura, o consumo de álcool, comer em excesso e consumir alimentos com bactérias.

No presente estudo sobre as atitudes em relação aos alimentos biológicos, adaptou-se a escala de Brewer & Rojas (2008) na dimensão das atitudes dos consumidores em relação à segurança alimentar. As áreas de avaliação desta escala são as questões relativos a químicos que podemos verificar nos itens 35, 37, 40, 41, 42, 46, questões relativas à saúde, nos itens 32, 34, 36, 38, 44 e questões relativas a microbiológicas que encontramos nos itens 27, 28, 29, 30, 31, 33, 39, 43, 45.

2.5. Intenções de compra de produtos biológicos

Num estudo sobre o impacto das motivações éticas e a segurança alimentar, (Pino, Peluso & Guido, 2012) concluíram que existem diferentes determinantes de intenções de compra. As motivações éticas afetam a intenção de compra dos consumidores habituais. As preocupações com a segurança alimentar influenciam a intenção de compra dos consumidores ocasionais.

Podemos verificar que neste estudo são cada vez mais os consumidores que se preocupam e que têm consciência dos riscos para a saúde da ingestão de produtos não biológicos, bem como os produtos alimentares geneticamente modificados (Pino et al., 2012). Devido à consciência e percepção do benefício do consumo de produtos alimentares biológicos, a expansão do mercado de alimentos biológicos continua em clara expansão, com uma taxa média de 20% anualmente (Pino et al., 2012).

Num estudo sobre as motivações e intenções de compra de alimentos biológicos elaborado por (Nasir & Karakaya, 2014), indica que o consumo socialmente responsável, orientação para a saúde, utilitário e padrões de consumo hedônicos são preditores significativos de intenção de compra de alimentos orgânicos e ao consumo de controlo para as variáveis demográficas. Além disso, a responsabilidade ambiental atua como um fator moderador na relação entre o comportamento de consumo socialmente responsável e a intenção de compra.

Neste estudo, a influência mediadora da variável (idade), foi relevante, já que se verificou que afetou a intenção de compra de alimentos biológicos, contrariamente a estudos anteriores que revelavam que a idade, o sexo, a educação e a renda têm pouco ou nenhum impacto sobre a compra de alimentos biológicos (Nasir & Karakaya, 2014, p. 302).

O consumo de alimentos biológicos está relacionado com o prazer e o gosto, mas também com o valor desses mesmos alimentos para o consumidor utilitarista. Neste estudo é reforçado ainda que o hedonismo é fundamental na determinação de compras desses alimentos (Nasir & Karakaya, 2014).

De realçar também que mais uma vez este estudo pode comprovar que a preocupação com a saúde e a segurança alimentar são os indicadores principais na decisão de compra de alimentos biológicos. A responsabilidade ambiental e socialmente responsável são também motivações fortes para a compra de alimentos biológicos (Nasir & Karakaya, 2014).

Sintetizando as problemáticas apresentadas acima, podemos afirmar que a agricultura biológica tem crescido exponencialmente ao longo dos últimos anos, sendo praticada em mais de 160 países. Como vimos, o modo de produção biológico tem tendência a aumentar ao longo dos próximos anos em todo o mundo, o que evidencia a importância dos estudos sobre as atitudes dos consumidores em relação à aquisição e consumo destes produtos alimentares. Enumeram-se várias razões para justificar a preferência pelo consumo de alimentos biológicos, pois existe a consciência de que a agricultura tradicional acarreta diversos impactos negativos no ecossistema, deste modo é um dado mais que válido para que se mudem os hábitos de consumo de produtos alimentares.

A crescente preocupação da população em consumir alimentos saudáveis, naturais e saborosos tem vindo a aumentar significativamente, apesar da taxa de obesidade a nível mundial ainda ser bastante alta.

A decisão de adquirir ou não produtos biológicos, assim como a decisão de os consumir ou não depende apenas das atitudes dos consumidores, pelo que são estas que devem ser consideradas e estudadas. No essencial, as atitudes podem variar em função de dimensões subjetivas, algumas delas associadas à perceção de vantagens e desvantagens de um determinado produto.

De seguida iremos apresentar o estudo empírico elaborado tendo em conta todas estas problemáticas, sendo este assente em três escalas: escala das atitudes dos consumidores, escala da consciência da saúde e a escala da segurança alimentar.

II- ESTUDO EMPÍRICO

Relevância do Estudo

O consumo de alimentos biológicos, é um tema bastante atual, pois tem vindo a aumentar ao longo dos anos, em Portugal e no mundo. Consideramos assim que estudar as atitudes em relação ao comportamento alimentar dos consumidores e o perfil específico do consumidor de alimentos biológicos é um campo de estudos de importância crescente na área do marketing alimentar e do sector da economia alimentar com preocupações de sustentabilidade, de responsabilidade ambiental ou até de consumo ético.

Este estudo tem como objetivo genérico contribuir para a produção de conhecimento sobre as atitudes, as preferências e, os hábitos que influenciam os comportamentos alimentares do consumidor português de alimentos biológicos. Mais concretamente pretendemos identificar alguns instrumentos de avaliação das atitudes dos consumidores em relação a estes temas, para depois proceder à realização de estudos exploratórios de adaptação desses instrumentos a amostras de conveniência formadas por consumidores portugueses e assim iniciar a análise de algumas questões relativas, por exemplo, à caracterização de comportamentos de compra de alimentos biológicos, de preferência por determinados locais de compra, de decisão pelo consumo de alimentos biológicos, das motivações inerentes às decisões de compra desses alimentos, da perceção do valor dos alimentos biológicos, do estilo de vida, entre outros.

Atualmente os consumidores estão a reorganizar os seus hábitos alimentares. Vários estudos realizados mundialmente apontam para a procura crescente de alimentos saudáveis, naturais e saborosos. Esta preocupação com a alimentação é fundamental para a promoção da saúde das pessoas, pelo que apresenta uma relevância social e política importante.

Os alimentos pouco industrializados e de origem local são agora mais valorizados pelos consumidores (*Food at Home – FAH*) (Dias, 2015).

Como foi referido anteriormente, a problemática relativa à preferência pelo consumo de alimentos biológicos é bastante atual, mas também é muito complexa.

A realização de um estudo acerca do perfil atitudinal dos compradores e consumidores de alimentos biológicos em Portugal é relevante pois existem poucos estudos deste âmbito realizados no nosso país.

Segundo a declaração da *First Global Ministerial Conference on Healthy Lifestyles and Noncommunicable disease control*, a promoção de uma alimentação saudável é um ponto de especial atenção para ter uma saúde melhorada. Uma alimentação de fraca qualidade favorece o surgimento de diversas doenças. Os avanços na tecnologia e o aumento da relação entre saúde e alimentação levou a que a indústria alimentar desenvolvesse diversos produtos (menos calóricos, enriquecidos em fibras, bebidas energéticas, produtos minimamente processados, orgânicos e funcionais), sendo estes mais naturais e com mais benefícios para a saúde das pessoas (World Health Organization, 2011).

Objetivos do estudo

Com este trabalho pretendeu-se atingir dois tipos de objetivos. Por um lado, proceder à realização de um estudo exploratório, sobre as atitudes dos consumidores portugueses em relação à alimentação com produtos biológicos, a partir das escalas de avaliação de atitudes de McEachern e McClean (2002), de Gould (1988) e de Brewer e Rojas (2008), traduzidas e adaptadas para português por Cerdeira (2016 a, b, c) e, por outro, avaliar a eventual relação entre as atitudes dos consumidores em relação aos alimentos biológicos e o comportamento de consumo dos mesmos.

Para o efeito, procedeu-se à identificação de alguns instrumentos de medida das atitudes dos consumidores em relação aos alimentos biológicos com o objetivo de proceder à realização de um estudo de adaptação do instrumento a uma amostra portuguesa. Na sequência, procurou-se desenvolver uma série de pequenos estudos exploratórios de análise do quanto as atitudes dos consumidores de alimentos

biológicos variam em função de variáveis sócio-demográficas (sexo, idade, dimensão agregado familiar, área residência, habilitações, profissão, rendimentos, etc.) e de variáveis comportamentais (aquisição de alimentos biológicos, frequência mercados ou de restaurantes específicos, etc.) ou de variáveis atitudinais (por exemplo, em relação à prática de desporto, à saúde, à ecologia, ao ambiente, etc.).

Instrumentos de avaliação

O método escolhido para a recolha de dados é o inquérito por questionário, de modo a facilitar a recolha de informações.

Este questionário foi dividido em cinco partes. A primeira parte do questionário é referente a questões para recolha de dados sociodemográficos: idade, sexo, estado civil, dimensão do agregado familiar, habilitações literárias, ocupação profissional e rendimento mensal.

A segunda parte do questionário remete-nos para a avaliação das opiniões e crenças gerais sobre a alimentação, usando para o efeito os 16 itens da escala de atitudes dos consumidores em relação aos alimentos biológicos de McEachern e McClean (2002), os quais avaliam 3 dimensões: segurança alimentar (8 itens), padrões orgânicos (5 itens) e exigências éticas (3 itens) e os 9 itens da escala de consciência da saúde de Gould (1988), os quais avaliam as atitudes do sujeito em relação ao seu estado de saúde. As respostas são codificadas numa escala de *Likert*. A escala original, é de cinco pontos, em que 1 corresponde a “discordo fortemente” e 5 corresponde a “concordo fortemente”, no entanto para este estudo optou-se por utilizar uma escala com 7 pontos de modo a facilitar a interpretação e avaliação dos inquiridos. Deste modo, 1 corresponde a “discordo fortemente” e 7 corresponde a “concordo fortemente”.

Na terceira, a questão número 26 foi formulada em pergunta fechada, de modo a avaliar a perceção dos sujeitos sobre a segurança dos alimentos consumidos, seguindo-

se um conjunto de 20 itens extraídos da escala de atitudes genéricas em relação à segurança alimentar de Brewer e Rojas (2008), os quais avaliam as preocupações dos sujeitos em relação aos químicos (6 itens), em relação à preservação da saúde (4 itens), em relação aos agentes micro-biológicos (9 itens) e em relação às práticas enganosas (1 item), envolvendo questões do tipo. Por exemplo: “Carne bem ou mal cozinhada” e “Alimentos geneticamente modificados”. Nesta parte foi usada novamente uma escala de *Likert*, mas de 5 pontos, em que 1 corresponde a “não me preocupo” e 5 “preocupo-me fortemente”.

A quinta parte do questionário refere-se aos comportamentos ou hábitos de consumo de refeições fora de casa, onde as questões são maioritariamente formuladas em perguntas fechadas, de modo a simplificar a obtenção e codificação das respostas, havendo apenas duas questões de resposta aberta.

Procedimentos de recolha e análise estatística de dados

Os participantes neste estudo responderam ao inquérito por questionário via *online* através da plataforma *Google Forms*, com os dados a serem recolhidos ao longo do mês de Agosto de 2016. Este questionário foi divulgado através da rede social *Facebook*, de modo a atingir um maior número de participantes. Foi partilhado por várias páginas de agricultura biológica, por exemplo, na Agrobio, Maria Granel, Miosótis, Biocoop, Bioescolha, entre outras.

O tratamento estatístico dos dados do inquérito por questionário foram analisados quantitativamente através do programa *SPSS (Statistical Package for Social Sciences)*.

Amostra

A amostra deste estudo é uma amostra de conveniência, como se pode verificar no Quadro 1, e é constituída por 324 inquiridos. Dos 324 inquiridos, 258 são do sexo

feminino (79.6%) e 66 do sexo masculino (20.4%), com idades compreendidas entre os 16 e os 81 anos ($M=36.92$; $DP= 12.29$), 160 dos inquiridos é casado ou vive em união de facto (49.4%) e 228 são profissionalmente ativos (70.4%). Relativamente ao rendimento mensal 133 inquiridos (41.0%) recebem entre os 500 e 1000 euros. No que diz respeito à dimensão do agregado familiar, 102 inquiridos (31.5%) afirma que são 3 membros.

Quadro 1- Caracterização da amostra ($N = 324$)

<i>Características</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
Sexo		
Masculino	66	20.4
Feminino	258	79.6
Estado civil		
Solteiro	135	41.7
Casado/União de facto	160	49.4
Divorciado/Separado	29	8.9
Dimensão agregado familiar		
1 membro	33	10.2
2 membros	91	28.1
3 membros	102	31.5
4 membros	80	24.7
5 membros	17	5.2
6 membros	1	.3
Habilitações académicas		
Ensino Básico	23	7.1
Ensino Secundário	72	22.2
Ensino Superior	229	70.7
Ocupação profissional		
Estudante	41	12.6
Profissional no activo	228	70.4
Desempregado	41	12.7
Reformado	14	4.3
Rendimento mensal		
Inferior a 500€	70	21.6
Entre 500 - 1.000€	133	41.0
Entre 1.001 – 1.500€	71	21.9
Entre 1.501 – 2.000€	27	8.3
Mais de 2.001€	23	7.1

Resultados

Relativamente às estatísticas descritivas da Escala das Atitudes dos Consumidores em Relação aos Alimentos Orgânicos (Quadro 2), na amostra de 324 inquiridos a média mais alta foi no item 15, “ Não é aceitável usar hormonas para aumentar a produção de leite nos animais” (M=6.54; DP= 1.09) e no item 14, “É importante adquirir alimentos produzidos nas localidades” (M=6.43; DP= 1.03).

A média mais baixa foi no item 01, “Os alimentos de consumo mais frequente são pouco seguros para comer” (M=4.02; DP=1.98) e no item 06, “Os consumidores estão dispostos a pagar mais para consumirem produtos orgânicos” (M=4.34; DP=1.65).

Quadro 2- Valores das médias e dos desvios-padrão dos itens das escalas de avaliação das atitudes dos consumidores em relação aos alimentos orgânicos (N=324)

	M	DP
01) Os alimentos de consumo mais frequente são pouco seguros para comer.	4.02	1.98
02) A agricultura biológica fornece alimentos mais seguros.	6.23	1.11
03) Os consumidores querem mais produtos orgânicos.	5.39	1.45
04) Vale a pena pagar um pouco mais por alimentos orgânicos.	5.78	1.43
05) A produção de alimentos orgânicos beneficia mais o meio ambiente do que a produção agrícola industrial.	6.32	1.20
06) Os consumidores estão dispostos a pagar mais para consumirem produtos orgânicos.	4.34	1.65
07) Os produtos orgânicos lácteos têm um sabor melhor do que os produtos lácteos não orgânicos.	4.95	1.40
08) Os alimentos orgânicos proporcionam mais benefícios para os consumidores.	6.35	1.09
09) A produção de alimentos orgânicos segue padrões éticos mais exigentes.	5.72	1.36
10) As grandes superfícies deviam vender mais produtos orgânicos de consumo frequente.	6.25	1.17
11) Os alimentos orgânicos não são apenas uma questão de moda.	5.85	1.72
12) Os sistemas de produção de alimentos orgânicos garantem melhor o bem estar animal.	5.97	1.26
13) Os alimentos orgânicos não usam ingredientes geneticamente modificados.	5.78	1.51
14) É importante adquirir alimentos produzidos nas localidades.	6.43	1.03
15) Não é aceitável usar hormonas para aumentar a produção de leite nos animais.	6.54	1.09
16) Quando se compram alimentos orgânicos, a referência ao país de origem é importante.	6.40	1.10

Relativamente à Escala Consciência da Saúde, (Gould, 1988), verificamos (Quadro 3) que a média mais alta é no item 17, “Preocupo-me com a minha saúde” (M=6.67; DP=

.66). De um modo geral podemos concluir que os inquiridos têm consciência do estado da sua saúde, pois os valores médios são altos.

Quadro 3- Valores das médias e dos desvios-padrão dos itens da escala consciência da saúde (N=324).

	M	DP
17) Preocupo-me com a minha saúde (Self-Consc).	6.67	.66
18) Tenho uma boa noção do meu estado de saúde (Self-Consc).	6.25	.95
19) Estou atento aos sinais que possam indiciar problemas de saúde (Self-Consc).	6.29	.92
20) Faço exames médicos com frequência (Inv).	5.47	1.57
21) Vigio as mudanças do meu estado de saúde (Over Alertn).	5.94	1.20
22) Normalmente, tenho consciência do estado da minha saúde (Over Alertn).	6.16	.94
23) No decorrer do dia a dia tenho noção do meu estado de saúde (Self-Monit).	6.01	1.02
24) Ao longo do dia, dou atenção à forma como me sinto fisicamente (Self-Monit).	5.93	1.06
25) Estou empenhado em preservar a minha saúde (Inv).	6.42	.95

Acerca da Escala Atitudes em Relação à Segurança Alimentar (Brewer & Rojas, 2008), a análise dos valores da média e do desvio-padrão dos itens 27 – 46 do questionário (Quadro 4), nas questões relativas a microbiológicos, a média mais alta é a referente ao item 45, “Alimentos geneticamente modificados” (M=4.09; DP=1.12). Nas questões relativas à saúde, a média mais alta é a referente ao item 38, “Teor de gordura ou de colesterol nos alimentos consumidos nas refeições” (M=3.57; DP=1.21). A área de preocupação mais expressiva é a química (M=4.28; DP=1.01), em que “Resíduos de pesticidas nos alimentos” é bastante preocupante para os inquiridos.

Quadro 4- Valores das médias e dos desvios-padrão dos itens da escala segurança alimentar (N=324).

	M	DP
01) Condições sanitárias dos restaurantes. (Mb)	4.06	.96
02) Condições de conservação dos alimentos (enlatados, secos, salgados, etc.) (Mb)	3.98	1.03
03) Alimentos pasteurizados (leite, sumos, etc.). (Mb)	3.88	1.16
04) Alimentos previamente congelados ou refrigerados. (Mb)	3.94	1.04
05) Preparação inadequada de refeições em casa. (Mb)	3.84	1.25
06) Qualidade das vitaminas em alimentos processados industrialmente. (Sd)	3.78	1.21
07) Contaminação microbiológica de alimentos frescos. (Mb)	3.95	1.12
08) Percentagem de carboidratos em determinados tipos de alimentos. (Sd)	3.15	1.26
09) Resíduos de pesticidas nos alimentos. (Q)	4.28	1.01
10) Conteúdo calórico das refeições. (Sd)	3.05	1.20
11) Resíduos de hormonas nos produtos lácteos, na carne ou nas aves de capoeira. (Q)	3.98	1.17
12) Teor de gordura ou de colesterol nos alimentos consumidos nas refeições. (Sd)	3.57	1.21
13) Carne bem ou mal cozinhada. (Mb)	3.81	1.20
14) Uso de aditivos ou de conservantes nos alimentos. (Q)	4.06	1.04
15) Uso de irradiação na conservação de alimentos. (Q)	3.77	1.29
16) Presença de nitritos nas carnes salgadas ou fumadas. (Q)	3.70	1.39
17) Contaminação da carne pela doença das “vacas loucas” ou outras similares. (Mb)	3.83	1.37
18) Presença ingredientes nos alimentos geradores de alergias. (Prt Eng)	3.60	1.38
19) Alimentos geneticamente modificados. (Mb)	4.09	1.12
20) Intensificadores de sabor, corantes artificiais e aditivos nos alimentos. (Q)	4.02	1.09

Como se pode verificar no Quadro 5, foi utilizado o teste t-Student, de modo a comparar possíveis diferenças nos valores da média e do desvio-padrão dos subtópicos das escalas de avaliação de atitudes em função do sexo. Ao analisar o Quadro 5, de um modo geral constatamos que não existem diferenças significativas relativamente ao sexo dos inquiridos, exceto nas áreas “Preocupação com questões relativas à saúde” e “Preocupação com Práticas Enganosas”, onde verificamos que o sexo feminino é mais preocupado do que o sexo masculino. Na área da “Preocupação com questões relativas à saúde”, o sexo feminino apresenta a média mais alta (M=13.86; DP=3.71), comparativamente ao sexo masculino (M=12.35; DP= 4.04) e na área da “Preocupação

com Práticas Enganosas” o sexo feminino (M=3.70; DP=1.36) e o masculino (M=3.24; DP=1.40).

Quadro 5- Teste *t-Student* para a comparação dos valores da média e do desvio-padrão dos subtotais das escalas de avaliação de atitudes em função do Sexo (N=324).

	Sexo	N	M	DP	<i>t</i>	<i>p</i>
SubTotal Segurança Alimentar	Masc	66	42.67	8.11	-.953	<i>n.s.</i>
	Fem	258	43.57	6.52		
SubTotal Padrões Orgânicos	Masc	66	29.17	5.59	-.788	<i>n.s.</i>
	Fem	258	29.69	4.55		
SubTotal Exigência Ética	Masc	66	18.97	2.56	-1.454	<i>n.s.</i>
	Fem	258	19.47	2.50		
Total Atitudes Alimentos Orgânicos	Masc	66	90.80	14.82	-1.124	<i>n.s.</i>
	Fem	258	92.73	11.74		
Total Consciência Saúde	Masc	66	53.95	8.48	-1.560	<i>n.s.</i>
	Fem	258	55.46	6.58		
Total Preoc quest Micro-biológicos	Masc	66	34.77	6.21	-.849	<i>n.s.</i>
	Fem	258	35.54	6.67		
Total Preoc quest Químicas	Masc	66	23.15	6.12	-1.076	<i>n.s.</i>
	Fem	258	23.98	5.41		
Total Preoc com a Saúde	Masc	66	12.35	4.04	-2.902	.004**
	Fem	258	13.86	3.71		
Total Preoc Práticas Enganosas	Masc	66	3.24	1.40	-2.413	.016*
	Fem	258	3.70	1.36		
Total Segurança Alimentar	Masc	66	73.52	15.02	-1.734	<i>n.s.</i>
	Fem	258	77.08	14.38		

* $p < .05$, ** $p < .01$

Seguidamente no Quadro 6, foi utilizado o teste *t-Student*, de modo a comparar possíveis diferenças nos valores da média e do desvio-padrão dos subtotais das escalas de avaliação de atitudes em função da resposta à questão 50 do questionário “Padece de algum tipo de alergia ou de intolerância alimentar?”. Ao analisar o Quadro 6, verificamos que quem respondeu “sim” no questionário, ou seja, quem tem alergias ou intolerâncias alimentares preocupa-se mais com a segurança alimentar, (M=45.90; DP=5.83), comparativamente com quem respondeu “não” (M=42.69; DP=6.98). Relativamente às atitudes em relação aos alimentos orgânicos quem respondeu “sim” apresenta uma média mais alta (M= 96.00; DP=11.23), relativamente a quem respondeu “não” (M=91.33; DP=12.57). Por fim, nas preocupações com as práticas

enganosas, verifica-se o mesmo, quem tem alergias ou intolerâncias alimentares é mais preocupado, (M=78.27; DP=13.67), do que quem não tem (M=3.48; DP=1.41).

Quadro 6- Teste *t-Student* para a comparação dos valores da média e do desvio-padrão dos subtotais das escalas de avaliação de atitudes em função da resposta à Questão 04: “*Padece de algum tipo de alergia ou de intolerância alimentar?*” (N=324).

	Q4) Alergia ou intolerância?	N	M	DP	<i>t</i>	<i>p</i>
SubTotal Segurança Alimentar	Sim	70	45.90	5.83		
	Não	254	42.69	6.98	3.519	.000**
SubTotal Padrões Orgânicos	Sim	70	30.43	4.23		
	Não	254	29.35	4.89	1.684	.093
SubTotal Exigência Ética	Sim	70	19.67	2.85		
	Não	254	19.29	2.41	1.133	n.s.
Total Atitudes Alimentos Orgânicos	Sim	70	96.00	11.23		
	Não	254	91.33	12.57	2.815	.005**
Total Consciência Saúde	Sim	70	55.70	7.08		
	Não	254	55.00	7.01	.734	n.s.
Total Preoc Micro-biológicos	Sim	70	36.31	6.25		
	Não	254	35.13	6.65	1.336	n.s.
Total Preoc Químicas	Sim	70	24.31	4.98		
	Não	254	23.67	5.72	.858	n.s.
Total Preoc com a Saúde	Sim	70	13.57	3.97		
	Não	254	13.55	3.79	.047	n.s.
Total Preoc Práticas Enganosas	Sim	70	4.07	1.16		
	Não	254	3.48	1.41	3.245	.001**
Total Segurança Alimentar	Sim	70	78.27	13.67		
	Não	254	75.82	14.78	1.247	n.s.

* $p < .05$, ** $p < .01$

Como se pode verificar no Quadro 7, foi utilizado o teste *t-Student*, de modo a comparar possíveis diferenças nos valores da média e do desvio-padrão dos subtotais das escalas de avaliação de atitudes em função da resposta à questão 51 do questionário “*Padece de algum problema de saúde crónico que introduza cuidados específicos nos seus hábitos alimentares (por exemplo, diabetes, tensão arterial alta, etc.)?*”. Ao analisar o Quadro 7, verificamos que quem padece de algum problema de saúde

crónico, tem mais consciência de saúde do que aqueles que não têm, (M=56.83; DP=7.13) para quem respondeu “sim” e (M=54.79; DP=6.95) para os que responderam “não”.

Quadro 7- Teste *t-Student* para a comparação dos valores da média e do desvio-padrão dos subtotais das escalas de avaliação de atitudes em função do da resposta à Questão 05: “*Padece de algum problema de saúde crónica ... (p.ex: diabetes, tensão arterial alta, etc.)?*” (N=324).

	Q4) Doença crónica?	N	M	DP	<i>t</i>	<i>p</i>
SubTotal Segurança Alimentar	Sim	58	43.57	6.65		
	Não	266	43.35	6.93	.224	n.s.
SubTotal Padrões Orgânicos	Sim	58	29.19	4.34		
	Não	266	29.67	4.87	-.687	n.s.
SubTotal Exigência Ética	Sim	58	19.62	2.44		
	Não	266	19.32	2.53	.837	n.s.
Total Atitudes Alimentos Orgânicos	Sim	58	92.38	11.57		
	Não	266	92.33	12.63	.029	n.s.
Total Consciência Saúde	Sim	58	56.83	7.13		
	Não	266	54.79	6.95	2.014	.045*
Total Preoc Micro-biológicos	Sim	58	36.21	7.43		
	Não	266	35.21	6.37	1.050	n.s.
Total Preoc Químicas	Sim	58	24.38	5.35		
	Não	266	23.68	5.61	.862	n.s.
Total Preoc com a Saúde	Sim	58	14.78	3.78		
	Não	266	13.29	3.78	2.718	.007**
Total Preoc Práticas Enganosas	Sim	58	3.91	1.25		
	Não	266	3.54	1.40	1.891	.059
Total Segurança Alimentar	Sim	58	79.28	15.39		
	Não	266	75.71	14.33	1.693	.091

* $p < .05$, ** $p < .01$

O Quadro 8, mostra-nos também que foi utilizado o teste *t-Student*, de modo a comparar possíveis diferenças nos valores da média e do desvio-padrão dos subtotais das escalas de avaliação de atitudes em função da resposta à questão 53 do questionário “Pratica com regularidade algum tipo de exercício físico ou desporto para controlar o

peso?”. Quando analisamos, atestamos que quem pratica exercício físico com regularidade tem mais consciência de saúde do que aqueles que não praticam, veremos (M=56.46; DP=6.25) para os que praticam exercício e (M=53.97; DP=7.47) quem não pratica. Neste quadro realçamos também que os que praticam exercício físico com regularidade tem mais preocupações com a sua saúde, (M=14.09;DP=3.71) e (M=13.06;DP=3.87) os que responderam “não”.

Quadro 8- Teste *t-Student* para a comparação dos valores da média e do desvio-padrão dos subtotais das escalas de avaliação de atitudes em função do da resposta à Questão 07a: “Pratica com regularidade algum tipo de exercício físico ou desporto para controlar o peso?” (N=324).

	Q7a) Desporto?	N	M	DP	<i>t</i>	<i>p</i>
SubTotal Segurança Alimentar	Sim	154	43.39	6.53	.009	n.s.
	Não	170	43.38	7.18		
SubTotal Padrões Orgânicos	Sim	154	29.71	4.35	.481	n.s.
	Não	170	29.46	5.14		
SubTotal Exigência Ética	Sim	154	19.46	2.52	.618	n.s.
	Não	170	19.29	2.51		
Total Atitudes Alimentos Orgânicos	Sim	154	92.56	11.39	.315	n.s.
	Não	170	92.13	13.33		
Total Consciência Saúde	Sim	154	56.46	6.25	3.237	.001**
	Não	170	53.97	7.47		
Total Preoc Micro-biológicos	Sim	154	35.69	6.62	.788	n.s.
	Não	170	35.11	6.54		
Total Preoc Quimicas	Sim	154	24.16	5.34	1.089	n.s.
	Não	170	23.49	5.76		
Total Preoc com a Saúde	Sim	154	14.09	3.71	2.433	.016*
	Não	170	13.06	3.87		
Total Preoc Práticas Enganosas	Sim	154	3.71	1.34	1.361	n.s.
	Não	170	3.51	1.41		
Total Segurança Alimentar	Sim	154	77.66	14.30	1.537	n.s.
	Não	170	75.17	14.74		

* $p < .05$, ** $p < .01$

Seguidamente, o Quadro 9, exhibe que foi também utilizado o teste *t-Student*, de modo a comparar possíveis diferenças nos valores da média e do desvio-padrão dos subtotais das escalas de avaliação de atitudes em função da resposta à questão 55 do questionário “Estaria disposto a pagar um preço mais alto para consumir as mesmas refeições com alimentos biológicos?”. Ao analisar a média e o desvio-padrão verificamos que a média mais alta corresponde em todas as áreas à resposta “sim”, ou seja, deste modo de um modo geral as pessoas estão dispostas a pagar mais. Por exemplo, na área da

segurança alimentar, para a resposta “sim” é (M=44.93; DP=5.91) e “não” (M=36.58; DP=6.72) e na área das preocupações químicas, para a resposta “sim” (M=24.75; DP=4.94) e “não” (M=19.68; DP=6.29).

Quadro 9 - Teste *t-Student* para a comparação dos valores da média e do desvio-padrão dos subtotais das escalas de avaliação de atitudes em função do da resposta à Questão 08: “*Estaria disposto a pagar um preço mais alto para consumir as mesmas refeições com alimentos biológicos?*” (N=324).

	Q8)Pagar mais?	N	M	DP	<i>t</i>	<i>p</i>
SubTotal Segurança Alimentar	Sim	264	44.93	5.91	9.629	.000**
	Não	60	36.58	6.72		
SubTotal Padrões Orgânicos	Sim	264	30.51	4.15	8.062	.000**
	Não	60	25.48	5.20		
SubTotal Exigência Ética	Sim	264	19.63	2.27	3.910	.000**
	Não	60	18.25	3.17		
Total Atitude Alimentos Orgânicos	Sim	264	95.07	10.57	9.341	.000**
	Não	60	80.32	12.94		
Total Consciência Saúde	Sim	264	55.67	6.39	2.807	.005**
	Não	60	52.88	9.02		
Total Preoc Micro-biológicos	Sim	264	35.89	6.43	2.908	.004**
	Não	60	33.18	6.81		
Total Preoc Químicas	Sim	264	24.75	4.94	6.793	.000**
	Não	60	19.68	6.29		
Total Preoc com a Saúde	Sim	264	13.81	3.65	2.612	.009**
	Não	60	12.40	4.36		
Total Preoc Prática Enganosas	Sim	264	3.69	1.34	2.330	.020*
	Não	60	3.23	1.50		
Total Segurança Alimentar	Sim	264	78.14	13.47	4.781	.000**
	Não	60	68.50	16.59		

* $p < .05$, ** $p < .01$

No que diz respeito às correlações Pearson entre as variáveis demográficas de caracterização da amostra e os subtotais das escalas de avaliação das atitudes (Quadro 10), verifica-se que existem correlações significativas na maioria das variáveis de investigação. Analisando verifica-se que quanto maior o rendimento mensal, maior as preocupações com a segurança alimentar (.178). Quanto maior o agregado, menor a preocupação com a segurança alimentar (-.123) e padrões orgânicos (-.123). Quanto

maior a idade, maior a segurança alimentar (.220), os padrões orgânicos (.171) e a exigência ética (.193). No Quadro 11, verificamos os valores das correlações Pearson entre as questões de investigação e os subtotais das escalas de avaliação das atitudes. Assim concluímos que quem se preocupa com a saúde, faz menos refeições fora de casa (-.098), quem tem preocupações com a utilização de produtos químicos, faz menos refeições fora de casa (-.145), quem pratica exercício físico ou desporto, não se preocupa com a sua alimentação, talvez por fazer desporto só para perder peso. As pessoas que estão dispostas a pagar mais, preocupam-se com a com a segurança alimentar (.294), com os padrões orgânicos (.230) e com os químicos (.255).

Quadro 10- Valores das correlações de Pearson entre as variáveis demográficas de caracterização da amostra e os subtotais das escalas de avaliação das atitudes ($N= 324$)

	Idade	Dimensão Agregado	Rend Mensal	1	2	3	4	5	6	7	8
Idade	-										
Dimensão Agregado		-									
Familiar	.186**										
Rendimento Mensal	.441**	-.086	-								
1) Segurança Alimentar	.220**	-.123*	.178**	-							
2) Padrões Orgânicos	.171**	-.123*	.092	.739**	-						
3) Exigência Ética	.193**	-.085	.193**	.514**	.501**	-					
4) Consciência Saúde	.034	-.003	.111*	.125*	.226**	.196**	-				
5) Preocupações Micro-biológicos	.088	.039	.076	.215**	.182**	.144**	.279**	-			
6) Preocupações Químicas	.286**	-.030	.119*	.405**	.350**	.285**	.347**	.622**	-		
7) Preocupações com a Saúde	.170**	.078	.119*	.141*	.098	.108	.364**	.573**	.570**	-	
8) Preocupações Práticas Enganosas	.105	.040	.024	.156**	.069	.166**	.213**	.536**	.561**	.433**	-

* $p < .05$, ** $p < .01$

Quadro 11- Valores das correlações de Pearson entre as questões de investigação e os subtotais das escalas de avaliação das atitudes ($N= 324$)

	Q1	Q2	Q7b	Q9	1	2	3	4	5	6	7	8
Q1) Habitualmente, quantas vezes por mês consome refeições fora de casa?	-											
Q2) Habitualmente, quanto gasta por pessoa em refeições fora de casa?	.068	-										
Q7b) Exercício físico ou desporto (horas)?	.094	.038	-									
Q9) Quanto é que estaria disposto a pagar a mais?	.062	.080	.141	-								
1) Segurança Alimentar	.006	.076	-.085	.294**	-							
2) Padrões Orgânicos	-.013	-.034	-.182*	.230**	.739**	-						
3) Exigência Ética	-.004	.087	-.294**	-.048	.514**	.501**	-					
4) Consciência Saúde	-.141*	.016	-.147	.010	.125*	.226**	.196**	-				
5) Preocupação Micro-biológicos	-.031	-.050	.069	.082	.215**	.182**	.144**	.279**	-			
6) Preocupação Químicas	-.145**	.000	.049	.255**	.405**	.350**	.285**	.347**	.622**	-		
7) Preocupação com a Saúde	-.098	-.010	.082	.043	.141*	.098	.108	.364**	.573**	.570**	-	
8) Preocupação com Práticas Enganosas	.038	.026	.082	.078	.156**	.069	.166**	.213**	.536**	.561**	.433**	-

* $p < .05$, ** $p < .01$

Discussões e resultados

Relativamente às estatísticas descritivas da primeira escala concluímos que a agricultura biológica fornece alimentos mais seguros e não é aceitável usar hormonas para aumentar a produção de leite nos animais. Também concluímos que é importante adquirir alimentos produzidos nas localidades e que os consumidores estão dispostos a pagar mais para consumirem produtos biológicos.

Podemos verificar que no Quadro 5, as mulheres preocupam-se mais com a saúde do que os homens bem como nas práticas enganosas, ou seja, as mulheres não se deixam enganar.

No Quadro 6 quando comparados os valores de média e desvio-padrão nas diversas escalas em relação a ter alergias ou intolerâncias alimentares verifica-se nesta amostra que as pessoas com alergias alimentares têm mais preocupações com a segurança alimentar, atitudes mais favoráveis com alimentos biológicos e preocupam-se mais com práticas enganosas.

O Quadro 7 mostra que quem declara ter doença crónica, tende a ter uma maior consciência e preocupação do seu estado de saúde.

No Quadro 8, quem declara praticar exercício com regularidade tem maior consciência e preocupação com o seu estado de saúde.

No Quadro 9, todas as pessoas que declararam que sim mencionaram todas as categorias.

No Quadro 10 verificamos que as preocupações com a segurança alimentar aumenta com a idade. Qualquer produto alimentar que valorize a segurança alimentar tende a estar mais associado a consumidores mais velhos. Tal como qualquer produto ou serviço associado a alimentos com padrões orgânicos tende a ser mais procurado por pessoas mais velhas. Quanto maior a dimensão do agregado familiar, menor a preocupação com a segurança alimentar e padrões orgânicos. Quanto maior o rendimento mensal, maior as atitudes sobre a segurança alimentar, ética e consciência de saúde.

De um modo geral constatamos que a maior parte das variáveis teóricas (Segurança Alimentar, Padrões Orgânicos, Exigência Ética, Atitudes perante Alimentos Orgânicos, Consciência de Saúde, Preocupações Micro-biológicas, Preocupações Químicas, Preocupações com a Saúde e Preocupações com Práticas Enganosas), apresentam entre si correlações significativas, o que quer dizer que as preocupações com o consumo de alimentos biológicos tendem a estar associadas a uma consciência do seu estado de saúde e com preocupações mais fortes com a qualidade dos alimentos.

O quadro 11 traduz que as pessoas que revelam maior disposição para pagar mais valorizam as atitudes em relação ao incremento da segurança alimentar. Quando analisadas as correlações dos padrões orgânicos com o número de horas de prática de exercício físico, identificamos duas correlações negativas significativas com os padrões orgânicos e com as exigências éticas. Este dado traduz alguma estranheza, sugere-se então que se realize novos estudos de modo a explorar o significado desta relação. Quando analisadas as correlações de quanto estaria disposto a pagar mais verificamos três correlações significativas, são elas a segurança alimentar, os padrões orgânicos e as preocupações químicas.

Em suma, o objetivo geral deste estudo exploratório parece-nos que foi atingido, porque nesta amostra por conveniência conseguiram-se avaliar as atitudes dos consumidores portugueses sobre a alimentação de produtos biológicos.

Reflexões Finais

Este estudo permitiu analisar, de forma exploratória, as atitudes em relação ao consumo de alimentos biológicos. É importante considerar algumas limitações metodológicas a este estudo.

Este estudo foi realizado com recurso a um questionário via (*online*), distribuído através de uma rede de contactos pessoais e em páginas da temática de alimentos biológicos. Assim, será importante existirem mais estudos relacionadas com esta temática que abordem outras faixas etárias mais específicas (jovens, idosos) como também ser direccionado a pessoas com doenças crónicas.

Consideramos também que sendo a alimentação biológica um tema relativamente recente e em constante crescimento, precisam ser melhor estudadas as temáticas da rotulagem, confeção de alimentos, alimentos funcionais e alimentos processados.

Bibliografia

Almeida, F. (2017). *Pela democratização do biológico*. Revista Marketeer 246 (1), (p. 40-42).

Associação Portuguesa de Agricultura Biológica (2016). *12 razões para preferir biológico*. Disponível em: <http://www.agrobio.pt/pt/12-razoes-para-preferir-biologico.T203.php> (Acedido em 02 de Fevereiro de 2016).

Barbosa, L., (2009). Tendências da alimentação contemporânea. *Juventude, consumo & educação*. Porto Alegre: ESPM.

Brewer, M. S., & Rojas, M. (2008). *Consumer attitudes toward issues in food safety*. Journal of Food Safety, 28, (p.1-22).

Comissão Europeia (2018). *Agricultura Biológica*. Disponível em: https://ec.europa.eu/agriculture/organic/organic-farming_pt (Acedido em 09 de Setembro de 2018).

Cunha, L. M., Moura, A.P. (2008). *Consumidor português face à segurança alimentar*. Segurança e Qualidade Alimentar, 4, (p.46-49).

De Lima, E.F. (2014). Agricultura sustentável: origem e perspectivas. *Revista Sociedade & Natureza*, 12 (23), (p.213-227).

Dias, R. R., & Afonso, J. C. (Coord.) (2015). *Marketing agroalimentar. Fundamentos e estudos de caso* (p.23-42. Porto: Vida Económica.

Domingos, C. (2015). Movimento *Slow Food* in R.R. Dias & J. C. Afonso (Coord.), *Marketing agroalimentar. Fundamentos e estudos de caso* (p.23-42). Porto: Vida Económica.

Duarte, F. (2012). *Consumo alimentar: regresso ao passado?* Disponível em: https://www.gulbenkian.pt/mediaRep/gulbenkian/files/institucional/FTP_files/pdfs/P_GDesenvolvimentoHumano/pgDH_FuturoAlimentacao_PT.pdf (Acedido em 09 de Setembro de 2017).

Ehlers, E. (1995). *Possíveis veredas da transição à agricultura sustentável. Agricultura sustentável*. Jaguariúna/SP, 2(2), (p.12-21).

Eurostat (2011). *Household Budget Surveys- European Commission*. Disponível em: <https://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/themes> (Acedido em 14 de Agosto de 2017).

Federação Internacional de Agricultura Biológica (2015). *Press release: global organic market at 72 billion us dollars with 43 million hectares of organic agricultural land worldwide*. Disponível em: <https://www.ifoam.bio/en/news/2015/02/05/press-release-global-organic-market-72-billion-us-dollars-43-million-hectares> (Acedido a 08 de Setembro de 2018).

Ferreira, J., Strecht, A., Ribeiro, J. R., Soeiro, A., & Cotrim, G. (1998). *Manual de agricultura biológica*. Edição Agrobio, Lisboa.

Gould, S. J. (1988). *Consumer attitudes toward health and health care: A differential perspective*. Journal of Consumer Affairs, 22, (p.96-118).

Gregório, S.B. (2002). *Atitude e Comportamento*. Disponível em: [http://bvspirita.com/Atitude%20e%20Comportamento%20\(Sergio%20Biagi%20Gregorio\).pdf](http://bvspirita.com/Atitude%20e%20Comportamento%20(Sergio%20Biagi%20Gregorio).pdf) (Acedido a 15 de Dezembro de 2018).

Instituto Nacional de Estatística (2010). *O que mudou na agricultura portuguesa nos últimos dez anos*. Disponível em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaquas&DESTAQUESdest_boui=103238528&DESTAQUESmodo=2 (Acedido a 14 de Março de 2016).

Instituto Nacional de Estatística (2016). *Mais de metade da população com 18 ou mais anos tinha excesso de peso – 2014*. Disponível em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaquas&DESTAQUESdest_boui=224733757&DESTAQUESmodo=2 (Acedido em 03 de Fevereiro de 2016).

Intermarché (2018). *Programa Origens*. Disponível em: <https://intermarche.pt/programa-origens/> (Acedido a 02 de Fevereiro de 2018).

Leal, D. (2010). *Crescimento da alimentação fora do domicílio*. Revista Segurança Alimentar e Nutricional, 17(1), (p. 123-132). Campinas.

Lopes, C.C. (2016). *Os fatores determinantes na compra de vinho em Portugal*. (Dissertação de mestrado). Escola Superior de Comunicação Social, Lisboa.

McDonald's (2018). *Os nossos ingredientes - Os nossos ingredientes são cuidadosamente selecionados respeitando a sua frescura e qualidade*. Disponível em: <https://www.mcdonalds.pt/> (Acedido a 15 de Setembro de 2018).

McEachern, M. G., & McClean, P. (2002). *Organic purchasing motivations and attitudes: Are they ethical?* International Journal of Consumer Studies, 26(2), (p.85-92).

Michaelidou, N., & Hassan, L. M. (2008). *The role of health consciousness, food safety concern and ethical identity on attitudes and intentions towards organic food*. International Journal of Consumer Studies, 32(2), (p.163-170).

Monteiro, T.A., Giuliani, A. C., Pizzinatto, N. K., Cunha, C. F. (2012). Impactos da consciência ecológica sobre atitudes do consumidor diante de produtos e marcas. *ReMark- Revista Brasileira de Marketing*, São Paulo, v.11, n.2,(p.03-17), maio/ago.

Mourão, I. M. (2007). *Manual de Horticultura no Modo de Produção Biológico*. Ponte de Lima: Escola Superior Agrária de Ponte de Lima.

My Obesidade (2018). *Obesidade ou pré-obesidade afetam mais de metade da população em Portugal*. Disponível em: <http://www.myobesidade.pt/atualidade/219-obesidade-ou-pr%C3%A9-obesidade-afetam-mais-de-metade-da-popula%C3%A7%C3%A3o-em-portugal.html> (Acedido a 15 de Setembro de 2018).

Nasir, V. A., & Karakaya, F. (2014). *Underlying motivations of organic food purchase intentions*. Agribusiness, 30(3), (p.290-308).

Neves, G. Y. S., Ströher, G. L., da Silva, Â. A., Bento, J. D, & de Camargo, L. P. (2014). *Consumo e percepção dos atributos dos alimentos orgânicos por parte dos consumidores*. Revista Diálogos & Saberes, 9 (1), (p.25-35).

Nunes, C. & Pereira, J. M. (2016). Os negócios da comida saudável. *Revista Exame 1*, (p.34-53).

Oliveira, E.S., Ribeiro, M. B., Nobre, S.M., Sousa, F.R. (2014). *Perfil, hábitos e atitudes do consumidor de carne bovina mirandesa*. (p.2-20).

Oliveira, H.P.S. (2008). *O consumo de alimentos funcionais- atitudes e comportamentos*. (Dissertação de mestrado). Universidade Fernando Pessoa, Porto.

Pela Natureza (2009). *As vantagens dos alimentos ecológicos*. Disponível em: <http://pelanatureza.pt/agricultura/noticias/as-vantagens-dos-alimentos-ecologicos> (Acedido em 02 de Fevereiro de 2016).

Pino, G., Peluso, A. M., & Guido, G. (2012). *Determinants of regular and occasional consumers' intentions to buy organic food*. Journal of Consumer Affairs, 46(1), (p. 157-169).

Pires, C., Brandão, S. & Abreu, J. (2009). *PSI 12 B- Parte 1*. (1ªed), (p.217-219). Unidade Industrial da Maia: Areal.

Póinhos, R. et al., (2009). Alimentação e Estilos de Vida da População Portuguesa: Metodologia e Resultados Preliminares. Disponível em: http://www.alimentacaosaudavel.dgs.pt/activeapp/wpcontent/files_mf/1445339604alimenta%C3%A7%C3%A3oestilosdevidadapopula%C3%A7%C3%A3oportuguesa.pdf

Pordata (2016). *Área de cultivo biológico em % da superfície total na Europa: Que países da Europa afectam maior e menor percentagem da sua área à agricultura biológica?* Disponível em: <http://www.pordata.pt/Europa/%C3%81rea+de+cultivo+biol%C3%B3gico+em+percentagem+da+superf%C3%ADcie+total-2384> (Acedido a 12 de Março de 2016).

Proença, R.P.D.C., *Desafios atuais na alimentação humana*. Disponível em: <https://docplayer.com.br/9133542-Desafios-atuais-na-alimentacao-humana.html> (Acedido a 15 de Maio de 2018).

Reis, R.P. (2017). *Da horta para o cabaz*. Revista Marketeer 246 (1), (pp.50-52).

Rodet, J. C. (2004). *Agricultura Biológica, uma opção inteligente*. (2ª ed.). Setúbal: Edições Luís Filipe Freitas.

Rodrigues, R.R., Carlos, C. C., Mendonça, P.S.M., Correa, S.R.A. (2009). Atitudes e fatores que influenciam o consumo de produtos orgânicos no varejo. ReMark- Revista Brasileira de Marketing, São Paulo, v.8, n.1, p 164-186, jan/jun.

Souza, M., Silva, I., Barbosa, M. Belizário, R., Cabral, R., Ribeiro, D., Rodrigues, F. (2016). *Desenvolvimento e avaliação sensorial de kefir de café*. Disponível em: <http://pensaracademico.facig.edu.br/index.php/semiariocientifico/article/view/68/53> (Acedido a 25 de Agosto de 2018).

Vieites, R. G. (2010). Agricultura sustentável: uma alternativa ao modelo convencional. *Revista Geografar*, 5 (2), (p.1-10).

World Health Organization (2018). *Obesity*. Disponível em: <http://www.who.int/topics/obesity/en/> (Acedido em 07 de Setembro de 2018).

World Health Organization (2018). *Obesity and overweight*. Disponível em: <http://www.who.int/en/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight> (Acedido em 07 de Setembro de 2018).

Anexos

ANEXO - Questionário

Alimentos Biológicos

Este questionário refere-se a um estudo sobre as atitudes das pessoas em relação aos alimentos biológicos, a ser desenvolvido no âmbito de uma tese de mestrado em Marketing e Comunicação na Escola Superior Educação de Coimbra. Todos os dados são confidenciais e anónimos, pelo que para garantir a qualidade do estudo se solicita a máxima sinceridade possível. Qualquer esclarecimento pode ser solicitado através do email rsimoesmamues@hotmail.com.

*Obrigatório



1. Idade (anos) *

2. Sexo *

Marcar apenas uma oval.

- Masculino
 Feminino

3. Estado Civil *

Marcar apenas uma oval.

- Solteiro(a)
 Casado(a)/ União de Facto
 Divorciado(a)
 Viúvo(a)

4. Dimensão do agregado familiar (nº de pessoas que habitam na residência familiar) *

5. Habilitações literárias *

Marcar apenas uma oval.

- 1º ciclo EB
- 2º ciclo EB
- 3º ciclo EB
- Ensino Secundário
- Ensino Superior

6. Ocupação profissional *

Marcar apenas uma oval.

- Estudante
- À procura do 1º emprego
- Profissional no activo
- Desempregado(a)
- Reformado(a)

7. Área de Residência (indicar apenas a zona, localidade ou cidade) *

8. Naturalidade *

9. Profissão *

10. Há quantos anos trabalha?

11. Rendimento mensal médio *

Marcar apenas uma oval.

- inferior a 500€
- entre 501€ e 1.000€
- entre 1.001€ e 1.500€
- entre 1.501€ e 2000€
- mais de 2.001€

O conjunto de questões que se segue, refere-se às opiniões e crenças gerais das pessoas sobre os alimentos e sobre a alimentação, pelo que não há respostas correctas ou incorrectas. Em cada afirmação, indique em que medida se aplicam ao seu caso, de acordo com a seguinte chave:

- 1 (Discordo fortemente);
- 2 (Discordo moderadamente);
- 3 (Discordo ligeiramente);
- 4 (Nem discordo, nem concordo);
- 5 (Concordo ligeiramente);
- 6 (Concordo moderadamente);
- 7 (Concordo fortemente).

12. 1) Os alimentos de consumo mais frequente são pouco seguros para comer. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Discordo fortemente)
- 2 (Discordo moderadamente)
- 3 (Discordo ligeiramente)
- 4 (Nem discordo, nem concordo)
- 5 (Concordo ligeiramente)
- 6 (Concordo moderadamente)
- 7 (Concordo fortemente)

13. 2) A agricultura biológica fornece alimentos mais seguros. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Discordo fortemente)
- 2 (Discordo moderadamente)
- 3 (Discordo ligeiramente)
- 4 (Nem discordo, nem concordo)
- 5 (Concordo ligeiramente)
- 6 (Concordo moderadamente)
- 7 (Concordo fortemente)

14. 3) Os consumidores querem mais produtos orgânicos. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Discordo fortemente)
- 2 (Discordo moderadamente)
- 3 (Discordo ligeiramente)
- 4 (Nem discordo, nem concordo)
- 5 (Concordo ligeiramente)
- 6 (Concordo moderadamente)
- 7 (Concordo fortemente)

15. 4) Vale a pena pagar um pouco mais por alimentos orgânicos. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Discordo fortemente)
- 2 (Discordo moderadamente)
- 3 (Discordo ligeiramente)
- 4 (Nem discordo, nem concordo)
- 5 (Concordo ligeiramente)
- 6 (Concordo moderadamente)
- 7 (Concordo fortemente)

16. 5)A produção de alimentos orgânicos beneficia mais o meio ambiente do que a produção agrícola industrial. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Discordo fortemente)
- 2 (Discordo moderadamente)
- 3 (Discordo ligeiramente)
- 4 (Nem discordo, nem concordo)
- 5 (Concordo ligeiramente)
- 6 (Concordo moderadamente)
- 7 (Concordo fortemente)

17. 6)Os consumidores estão dispostos a pagar mais para consumirem produtos orgânicos. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Discordo fortemente)
- 2 (Discordo moderadamente)
- 3 (Discordo ligeiramente)
- 4 (Nem discordo, nem concordo)
- 5 (Concordo ligeiramente)
- 6 (Concordo moderadamente)
- 7 (Concordo fortemente)

18. 7)Os produtos orgânicos lácteos têm um sabor melhor do que os produtos lácteos não orgânicos. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Discordo fortemente)
- 2 (Discordo moderadamente)
- 3 (Discordo ligeiramente)
- 4 (Nem discordo, nem concordo)
- 5 (Concordo ligeiramente)
- 6 (Concordo moderadamente)
- 7 (Concordo fortemente)

19. 8)Os alimentos orgânicos proporcionam mais benefícios para os consumidores. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Discordo fortemente)
- 2 (Discordo moderadamente)
- 3 (Discordo ligeiramente)
- 4 (Nem discordo, nem concordo)
- 5 (Concordo ligeiramente)
- 6 (Concordo moderadamente)
- 7 (Concordo fortemente)

20. 9)A produção de alimentos orgânicos segue padrões éticos mais exigentes. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Discordo fortemente)
- 2 (Discordo moderadamente)
- 3 (Discordo ligeiramente)
- 4 (Nem discordo, nem concordo)
- 5 (Concordo ligeiramente)
- 6 (Concordo moderadamente)
- 7 (Concordo fortemente)

21. 10)As grandes superfícies deviam vender mais produtos orgânicos de consumo frequente. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Discordo fortemente)
- 2 (Discordo moderadamente)
- 3 (Discordo ligeiramente)
- 4 (Nem discordo, nem concordo)
- 5 (Concordo ligeiramente)
- 6 (Concordo moderadamente)
- 7 (Concordo fortemente)

22. 11)Os alimentos orgânicos não são apenas uma questão de moda. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Discordo fortemente)
- 2 (Discordo moderadamente)
- 3 (Discordo ligeiramente)
- 4 (Nem discordo, nem concordo)
- 5 (Concordo ligeiramente)
- 6 (Concordo moderadamente)
- 7 (Concordo fortemente)

23. 12)Os sistemas de produção de alimentos orgânicos garantem melhor o bem estar animal. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Discordo fortemente)
- 2 (Discordo moderadamente)
- 3 (Discordo ligeiramente)
- 4 (Nem discordo, nem concordo)
- 5 (Concordo ligeiramente)
- 6 (Concordo moderadamente)
- 7 (Concordo fortemente)

24. 13) Os alimentos orgânicos não usam ingredientes geneticamente modificados. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Discordo fortemente)
- 2 (Discordo moderadamente)
- 3 (Discordo ligeiramente)
- 4 (Nem discordo, nem concordo)
- 5 (Concordo ligeiramente)
- 6 (Concordo moderadamente)
- 7 (Concordo fortemente)

25. 14) É importante adquirir alimentos produzidos nas localidades. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Discordo fortemente)
- 2 (Discordo moderadamente)
- 3 (Discordo ligeiramente)
- 4 (Nem discordo, nem concordo)
- 5 (Concordo ligeiramente)
- 6 (Concordo moderadamente)
- 7 (Concordo fortemente)

26. 15) Não é aceitável usar hormonas para aumentar a produção de leite nos animais. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Discordo fortemente)
- 2 (Discordo moderadamente)
- 3 (Discordo ligeiramente)
- 4 (Nem discordo, nem concordo)
- 5 (Concordo ligeiramente)
- 6 (Concordo moderadamente)
- 7 (Concordo fortemente)

27. 16) Quando se compram alimentos orgânicos, a referência ao país de origem é importante. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Discordo fortemente)
- 2 (Discordo moderadamente)
- 3 (Discordo ligeiramente)
- 4 (Nem discordo, nem concordo)
- 5 (Concordo ligeiramente)
- 6 (Concordo moderadamente)
- 7 (Concordo fortemente)

28. 17) **Preocupo-me com a minha saúde.** *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Discordo fortemente)
- 2 (Discordo moderadamente)
- 3 (Discordo ligeiramente)
- 4 (Nem discordo, nem concordo)
- 5 (Concordo ligeiramente)
- 6 (Concordo moderadamente)
- 7 (Concordo fortemente)

29. 18) **Tenho uma boa noção do meu estado de saúde.** *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Discordo fortemente)
- 2 (Discordo moderadamente)
- 3 (Discordo ligeiramente)
- 4 (Nem discordo, nem concordo)
- 5 (Concordo ligeiramente)
- 6 (Concordo moderadamente)
- 7 (Concordo fortemente)

30. 19) **Estou atento aos sinais que possam indiciar problemas de saúde.** *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Discordo fortemente)
- 2 (Discordo moderadamente)
- 3 (Discordo ligeiramente)
- 4 (Nem discordo, nem concordo)
- 5 (Concordo ligeiramente)
- 6 (Concordo moderadamente)
- 7 (Concordo fortemente)

31. 20) **Faço exames médicos com frequência.** *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Discordo fortemente)
- 2 (Discordo moderadamente)
- 3 (Discordo ligeiramente)
- 4 (Nem discordo, nem concordo)
- 5 (Concordo ligeiramente)
- 6 (Concordo moderadamente)
- 7 (Concordo fortemente)

32. 21) Vigio as mudanças do meu estado de saúde. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Discordo fortemente)
- 2 (Discordo moderadamente)
- 3 (Discordo ligeiramente)
- 4 (Nem discordo, nem concordo)
- 5 (Concordo ligeiramente)
- 6 (Concordo moderadamente)
- 7 (Concordo fortemente)

33. 22) Normalmente, tenho consciência do estado da minha saúde. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Discordo fortemente)
- 2 (Discordo moderadamente)
- 3 (Discordo ligeiramente)
- 4 (Nem discordo, nem concordo)
- 5 (Concordo ligeiramente)
- 6 (Concordo moderadamente)
- 7 (Concordo fortemente)

34. 23) No decorrer do dia a dia tenho noção do meu estado de saúde. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Discordo fortemente)
- 2 (Discordo moderadamente)
- 3 (Discordo ligeiramente)
- 4 (Nem discordo, nem concordo)
- 5 (Concordo ligeiramente)
- 6 (Concordo moderadamente)
- 7 (Concordo fortemente)

35. 24) Ao longo do dia, dou atenção à forma como me sinto fisicamente. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Discordo fortemente)
- 2 (Discordo moderadamente)
- 3 (Discordo ligeiramente)
- 4 (Nem discordo, nem concordo)
- 5 (Concordo ligeiramente)
- 6 (Concordo moderadamente)
- 7 (Concordo fortemente)

36. 25) Estou empenhado em preservar a minha saúde. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Discordo fortemente)
- 2 (Discordo moderadamente)
- 3 (Discordo ligeiramente)
- 4 (Nem discordo, nem concordo)
- 5 (Concordo ligeiramente)
- 6 (Concordo moderadamente)
- 7 (Concordo fortemente)

37. 26) Na sua opinião, até que ponto a comida que consome é segura?(Assinale a opção que melhor corresponde à sua opinião) *

Marcar apenas uma oval.

- Muito segura, não me preocupo;
- Muito segura, mas preocupo-me um pouco;
- Relativamente segura, mas preocupo-me um pouco;
- Relativamente segura, mas preocupo-me moderadamente;
- Não é segura e é uma grande preocupação.

Em relação às garantias de segurança dos alimentos que consome, assinale a opção que melhor representa o seu grau de preocupação com as seguintes condições. Em cada afirmação, indique em que medida se aplicam ao seu caso, de acordo com a seguinte chave:

- 1 (Não me preocupo);
- 2 (Preocupo-me um pouco);
- 3 (Preocupo-me moderadamente);
- 4 (Preocupo-me bastante);
- 5 (Preocupo-me fortemente).

38. 27) Condições sanitárias dos restaurantes. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Não me preocupo)
- 2 (Preocupo-me um pouco)
- 3 (Preocupo-me moderadamente)
- 4 (Preocupo-me bastante)
- 5 (Preocupo-me fortemente)

39. 28) Condições de conservação dos alimentos (enlatados, secos, salgados, etc.) *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Não me preocupo)
- 2 (Preocupo-me um pouco)
- 3 (Preocupo-me moderadamente)
- 4 (Preocupo-me bastante)
- 5 (Preocupo-me fortemente)

40. 29) Alimentos pasteurizados (leite, sumos, etc.) *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Não me preocupo)
- 2 (Preocupo-me um pouco)
- 3 (Preocupo-me moderadamente)
- 4 (Preocupo-me bastante)
- 5 (Preocupo-me fortemente)

41. 30) Alimentos previamente congelados ou refrigerados. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Não me preocupo)
- 2 (Preocupo-me um pouco)
- 3 (Preocupo-me moderadamente)
- 4 (Preocupo-me bastante)
- 5 (Preocupo-me fortemente)

42. 31) Preparação inadequada de refeições em casa. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Não me preocupo)
- 2 (Preocupo-me um pouco)
- 3 (Preocupo-me moderadamente)
- 4 (Preocupo-me bastante)
- 5 (Preocupo-me fortemente)

43. 32) Qualidade das vitaminas em alimentos processados industrialmente. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Não me preocupo)
- 2 (Preocupo-me um pouco)
- 3 (Preocupo-me moderadamente)
- 4 (Preocupo-me bastante)
- 5 (Preocupo-me fortemente)

44. 33) Contaminação microbiológica de alimentos frescos. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Não me preocupo)
- 2 (Preocupo-me um pouco)
- 3 (Preocupo-me moderadamente)
- 4 (Preocupo-me bastante)
- 5 (Preocupo-me fortemente)

45. 34) Percentagem de carboidratos em determinados tipos de alimentos. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Não me preocupo)
- 2 (Preocupo-me um pouco)
- 3 (Preocupo-me moderadamente)
- 4 (Preocupo-me bastante)
- 5 (Preocupo-me fortemente)

46. 35) Resíduos de pesticidas nos alimentos. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Não me preocupo)
- 2 (Preocupo-me um pouco)
- 3 (Preocupo-me moderadamente)
- 4 (Preocupo-me bastante)
- 5 (Preocupo-me fortemente)

47. 36) Conteúdo calórico das refeições. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Não me preocupo)
- 2 (Preocupo-me um pouco)
- 3 (Preocupo-me moderadamente)
- 4 (Preocupo-me bastante)
- 5 (Preocupo-me fortemente)

48. 37) Resíduos de hormonas nos produtos lácteos, na carne ou nas aves de capoeira. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Não me preocupo)
- 2 (Preocupo-me um pouco)
- 3 (Preocupo-me moderadamente)
- 4 (Preocupo-me bastante)
- 5 (Preocupo-me fortemente)

49. 38) Teor de gordura ou de colesterol nos alimentos consumidos nas refeições. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Não me preocupo)
- 2 (Preocupo-me um pouco)
- 3 (Preocupo-me moderadamente)
- 4 (Preocupo-me bastante)
- 5 (Preocupo-me fortemente)

50. **39) Carne bem ou mal cozinhada. ***

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Não me preocupo)
- 2 (Preocupo-me um pouco)
- 3 (Preocupo-me moderadamente)
- 4 (Preocupo-me bastante)
- 5 (Preocupo-me fortemente)

51. **40) Uso de aditivos ou de conservantes nos alimentos. ***

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Não me preocupo)
- 2 (Preocupo-me um pouco)
- 3 (Preocupo-me moderadamente)
- 4 (Preocupo-me bastante)
- 5 (Preocupo-me fortemente)

52. **41) Uso de irradiação na conservação de alimentos. ***

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Não me preocupo)
- 2 (Preocupo-me um pouco)
- 3 (Preocupo-me moderadamente)
- 4 (Preocupo-me bastante)
- 5 (Preocupo-me fortemente)

53. **42) Presença de nitritos nas carnes salgadas ou fumadas. ***

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Não me preocupo)
- 2 (Preocupo-me um pouco)
- 3 (Preocupo-me moderadamente)
- 4 (Preocupo-me bastante)
- 5 (Preocupo-me fortemente)

54. **43) Contaminação da carne pela doença das “vacas loucas” ou outras similares. ***

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Não me preocupo)
- 2 (Preocupo-me um pouco)
- 3 (Preocupo-me moderadamente)
- 4 (Preocupo-me bastante)
- 5 (Preocupo-me fortemente)

55. 44) Presença de ingredientes nos alimentos geradores de alergias. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Não me preocupo)
- 2 (Preocupo-me um pouco)
- 3 (Preocupo-me moderadamente)
- 4 (Preocupo-me bastante)
- 5 (Preocupo-me fortemente)

56. 45) Alimentos geneticamente modificados. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Não me preocupo)
- 2 (Preocupo-me um pouco)
- 3 (Preocupo-me moderadamente)
- 4 (Preocupo-me bastante)
- 5 (Preocupo-me fortemente)

57. 46) Intensificadores de sabor, corantes artificiais e aditivos nos alimentos. *

Marcar apenas uma oval.

- 1 (Não me preocupo)
- 2 (Preocupo-me um pouco)
- 3 (Preocupo-me moderadamente)
- 4 (Preocupo-me bastante)
- 5 (Preocupo-me fortemente)

Em relação às questões que se seguem, tome em consideração os seus hábitos de consumo de refeições fora de casa para responder.

58. 47) Habitualmente, quantas vezes por mês consome refeições fora de casa? (nº de vezes por mês) *

59. 48) Habitualmente, quanto gasta por pessoa em refeições fora de casa? (euros por pessoa/refeição) *

60. 49) Assinale as razões para habitualmente consumir refeições fora de casa: *

Marcar apenas uma oval.

- profissionais
- convívio familiar
- convívio amigos
- outras

61. 50) Padece de algum tipo de alergia ou de intolerância alimentar? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não

62. 51) Padece de algum problema de saúde crónico que introduza cuidados específicos nos seus hábitos alimentares (por exemplo, diabetes, tensão arterial alta, etc.)? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não

63. 52) Em relação ao seu peso, considera que tem um peso dentro, abaixo ou acima da média? *

Marcar apenas uma oval.

- Tenho um peso abaixo da média
 Tenho um peso dentro da média
 Tenho um peso acima da média

64. 53) Pratica com regularidade algum tipo de exercício físico ou de desporto para controlar o peso? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não

65. 54) Em caso afirmativo da resposta anterior, com que frequência? (Horas semanais de exercício físico)

66. 55) Considere o restaurante que habitualmente frequenta para consumir refeições fora de casa. Estaria disposto a pagar um preço mais alto para consumir as mesmas refeições com alimentos biológicos? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não

67. 56) Em caso afirmativo da resposta anterior, quanto é que estaria disposto a pagar a mais sobre o valor da refeição?

Marcar apenas uma oval.

- até 9%
- 10% a mais
- 20% a mais
- 30% a mais
- 40% a mais
- 50% a mais
- 60% a mais
- 70% a mais
- 80% a mais
- 90% a mais
- 100% ou mais

Terminou o questionário. Obrigado pela sua colaboração.