

Chegou a hora de beijar o SAPO?

Atitudes do consumidor baixa renda de São Paulo, Capital, em relação a alimentos orgânicos.



GT 5 Tendências do consumo alimentar

Maria de Lourdes Bacha

Pós doutora em Comunicação e Semiótica PUC SP
Centro de Comunicação e Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie



Celso Figueiredo Neto

Doutor em Comunicação e Semiótica PUC SP,
Centro de Comunicação e Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie



representantes das classes C e D



Verificar atitude em relação aos alimentos orgânicos



Matriz Rotacionada produtos orgânicos	Componente
Sentimentos	Grau de concordância %
Comprar alimentos orgânicos me faz sentir que estou fazendo algo politicamente correto	27
Comprar alimentos orgânicos me faz me sentir muito bem	25
Comprar alimentos orgânicos me deixa muito satisfeito	25
Comprar alimentos orgânicos me faz sentir que sou uma pessoa melhor	21
Comprar alimentos orgânicos me faz sentir que estou contribuindo para algo melhor	30
Hábito	
Compro produtos orgânicos há mais de 6 meses	18
Conhecimento	
Comparado à maioria das pessoas sei muito pouco sobre orgânicos	56
Com relação a alimentos orgânicos não tenho muito conhecimento	57
Facilidade	

Descobertas

Alto grau de desconhecimento com relação a produtos orgânicos: 57% reconhece não ter muito conhecimento e 56% diz que comparado à maioria das pessoas sabe muito pouco sobre orgânicos

Os percentuais relativos ao ganho emocional com a compra de orgânicos (como sentir que está fazendo algo politicamente correto, se sentir bem, ficar satisfeito, sentir que é uma pessoa melhor) são muito baixos e inferiores a 30%.

O percentual de entrevistados que diz que compra orgânico há mais de seis meses não atinge 20%.



Este projeto conta com o apoio de



Quase um terço dos respondentes declara ser difícil comprar orgânicos, apesar de reconhecerem que os produtos estão disponíveis nos locais onde fazem suas compras

Falta conhecimento sobre o assunto, há necessidade de maior conscientização deste segmento quanto ao papel do alimentos orgânicos em prol da sustentabilidade. O público entrevistado demonstra resistência com relação à compra principalmente porque não percebe claramente as vantagens ligadas ao agir de forma politicamente correta, sentir-se melhor ou mais satisfeito com esta ação