



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA

Gabriel Horn Iwaya

**Intenção de compra de alimentos orgânicos:** Teoria do comportamento planejado e  
variáveis sociodemográficas

FLORIANÓPOLIS, SC

2023

Gabriel Horn Iwaya

**Intenção de compra de alimentos orgânicos: Teoria do comportamento planejado e variáveis sociodemográficas**

Tese apresentada como requisito parcial ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia do Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina para a obtenção do título de Doutor em Psicologia.

Orientadora: Profa. Andrea Valéria Steil, Dra.

FLORIANÓPOLIS, SC

2023

Iwaya, Gabriel Horn

Intenção de compra de alimentos orgânicos : Teoria do comportamento planejado e variáveis sociodemográficas / Gabriel Horn Iwaya ; orientadora, Andrea Valéria Steil, 2023.

116 p.

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Florianópolis, 2023.

Inclui referências.

1. Psicologia. 2. Psicologia. 3. Psicologia Organizacional e do Trabalho. 4. Comportamento do Consumidor. 5. Marketing. I. Steil, Andrea Valéria. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Psicologia. III. Título.

Gabriel Horn Iwaya

**Intenção de compra de alimentos orgânicos: Teoria do comportamento planejado e variáveis sociodemográficas**

O presente trabalho em nível de Doutorado foi avaliado e aprovado, em 06 de outubro de 2023, pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof. Roberto Moraes Cruz, Dr.  
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Luis Felipe Dias Lopes, Dr.  
Universidade Federal de Santa Maria

Profa. Solange Alfinito, Dra.  
Universidade de Brasília

Certificamos que esta é a versão original e final do trabalho de conclusão que foi julgado adequado para obtenção do título de Doutor em Psicologia.

---

Coordenação do Programa de Pós-Graduação

---

Profa. Andrea Valéria Steil, Dra.  
Orientadora

Florianópolis, 2023.

## RESUMO

O mercado global de alimentos orgânicos segue uma tendência de crescimento confirmada pelas últimas três décadas (1990-2020). A estimativa de crescimento do mercado consumidor de alimentos orgânicos em países em desenvolvimento, como no Brasil, acompanhará essa tendência em ritmo acelerado nos próximos anos. Em paralelo, pesquisas nacionais e internacionais são desenvolvidas com o objetivo de compreender e explicar os comportamentos relacionados ao consumo de alimentos orgânicos. Essa pesquisa tem por objetivo verificar o efeito de moderação das variáveis sociodemográficas sobre as relações estabelecidas entre as variáveis do modelo da Teoria do Comportamento Planejado (TCP), considerando o comportamento de compra de alimentos orgânicos no contexto brasileiro. O método segue delineamento de levantamento com amostragem por conveniência. A amostra da pesquisa contou com a participação de 1.730 consumidores brasileiros. A análise dos dados foi realizada via técnicas de modelagem de equações estruturais e análise multigrupo. As hipóteses derivadas da literatura estabelecem que as variáveis sociodemográficas (sexo biológico, idade, escolaridade, estado civil, renda) exercem efeito de moderação sobre as relações estabelecidas entre as variáveis do modelo da TCP. O sexo biológico exerce moderação sobre as relações entre: as atitudes e a intenção de compra de alimentos orgânicos (ICAO); o controle comportamental percebido (CCP) e a ICAO; a ICAO e o comportamento passado. A idade exerce moderação sobre a relação das normas subjetivas com a ICAO. A escolaridade exerce moderação sobre a relação da ICAO com o comportamento passado. A renda exerce moderação sobre a relação entre as atitudes e a ICAO. As variáveis “estado civil” e “presença de filhos na residência” não apresentam efeito de moderação sobre qualquer relação do modelo da TCP. À luz dessas evidências se sugere uma extensão do modelo estrutural da TCP, considerando as variáveis sexo biológico, idade, escolaridade e renda. Destaca-se também a existência de um papel principal das atitudes durante o processo de tomada de decisão de compra de alimentos orgânicos para os homens, enquanto para as mulheres é o CCP que exerce maior protagonismo. Tendo em conta as referências existentes, esse achado se configura como uma evidência inédita dessa pesquisa. Estudos futuros podem considerar implementar métodos de amostragem representativos, aumentar o tamanho da amostra, utilizar outros desenhos de estudo (longitudinais e experimentais), incluir uma medida de comportamento real, buscar alternativas para controlar o viés de desejabilidade social e incluir construtos adicionais.

**Palavras-chave:** intenção; alimentos orgânicos; modelagem de equações estruturais.

## ABSTRACT

The global organic food market is following a growth trend that has been confirmed over the last three decades (1990-2020). The estimated growth of the organic food consumer market in developing countries, such as Brazil, will follow this trend at an accelerated pace in the coming years. In parallel, national and international research is being carried out with the aim of understanding and explaining behaviors related to the consumption of organic food. This research aims to verify the moderation effect of sociodemographic variables on the relationships established between the variables of the Theory of Planned Behavior (TPB) model, considering organic food purchasing behavior in the Brazilian context. The method follows a survey design with convenience sampling. The research sample included 1,730 Brazilian consumers. The data was analyzed using structural equation modeling and multi-group analysis techniques. The hypotheses derived from the literature establish that the sociodemographic variables (biological sex, age, education, marital status, income) have a moderating effect on the relationships established between the variables in the TPB model. Biological sex moderates the relationship between: attitudes and intention to purchase organic food (IPOF); perceived behavioral control (PBC) and IPOF; IPOF and past behavior. Age moderates the relationship between subjective norms and IPOF. Education moderates the relationship between IPOF and past behavior. Income moderates the relationship between attitudes and IPOF. The variables "marital status" and "presence of children in the household" have no moderating effect on any relationship in the TPB model. In light of this evidence, an extension of the structural model of the TPB is suggested, considering the variables biological sex, age, education and income. It is also noteworthy that attitudes play the main role in the decision-making process when it comes to buying organic food for men, while for women it is the PBC that plays a greater role. Given the existing references, this finding is unprecedented in this research. Future studies could consider implementing representative sampling methods, increasing the sample size, using other study designs (longitudinal and experimental), including a measure of actual behavior, seeking alternatives to control social desirability bias and including additional constructs.

**Keywords:** intention; organic food; structural equation modeling.

## Sumário

<b>Introdução .....</b>	<b>9</b>
<b>Objetivos.....</b>	<b>14</b>
Objetivo Geral .....	14
Objetivos específicos .....	14
<b>Justificativa .....</b>	<b>14</b>
<b>Fundamentação Teórica .....</b>	<b>16</b>
Teoria do Comportamento Planejado e compra de alimentos orgânicos .....	16
Método da revisão sistemática.....	18
Protocolo da revisão .....	18
Critérios de elegibilidade.....	18
Fontes de informação.....	19
Busca .....	19
Seleção dos estudos .....	21
Processo de coleta de dados.....	22
Lista dos dados .....	22
Avaliação da qualidade metodológica de cada estudo .....	23
Resultados da revisão sistemática .....	25
Seleção de estudos .....	25
Características dos estudos .....	28
Resultados de estudos individuais .....	32
Avaliação da qualidade metodológica de cada estudo .....	33
Discussão da revisão sistemática .....	35
<b>Desenvolvimento das hipóteses da pesquisa.....</b>	<b>38</b>
<b>Método .....</b>	<b>42</b>
Participantes e tamanho da amostra.....	42
Variáveis e instrumentos de coleta de dados .....	43
Cuidados éticos.....	46
Análise de dados.....	46
Análise multigrupo .....	47

<b>Resultados .....</b>	<b>50</b>
Análises estatísticas descritivas e bivariadas.....	50
Análise do modelo de mensuração .....	54
Análise do modelo estrutural.....	56
Análise multigrupo .....	58
Análises multigrupo adicionais .....	63
<b>Discussão .....</b>	<b>67</b>
Implicações teóricas .....	74
Implicações práticas .....	76
Limitações e estudos futuros .....	78
<b>Referências .....</b>	<b>80</b>
<b>Apêndices.....</b>	<b>91</b>
Apêndice 01 – Instrumento para Coleta de Dados da Revisão Sistemática .....	91
Apêndice 02 – Ferramenta de análise de risco de viés baseada em Hair et al. (2019).....	92
Apêndice 03 - Artigos em texto completo excluídos com justificativa (critérios de exclusão).....	95
Apêndice 04 – Avaliação via Critical Appraisal Checklist for Analytical Cross-Sectional Studies .....	96
Apêndice 05 – Avaliação de qualidade metodológica baseada em Hair et al. (2019).....	97
Apêndice 06 – Questionário da pesquisa.....	98
Apêndice 07 - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido Baseado na Resolução 510/16 .....	103
Apêndice 08 – Frequência acumulada e percentual do número de casos por estado brasileiro .....	105
Apêndice 09 – Modelos de mensuração e estrutural das amostras feminina e masculina .....	106
Apêndice 10 – Análises multigrupo das amostras feminina e masculina.....	111



## Introdução

O modelo da agricultura orgânica está presente em 191 países. Globalmente, 1,6% das terras agrícolas são orgânicas – 76,4 milhões de hectares. O mundo conta com 3,7 milhões de produtores de orgânicos, movimentando um mercado que obteve o faturamento de 125 bilhões de euros em 2021. A América Latina conta com 227 mil produtores de orgânicos, ocupando uma extensão territorial de 9,9 milhões de hectares – 12,9% das terras com agricultura orgânica do mundo. Os principais países latino-americanos produtores de orgânicos são a Argentina (4,1 milhões de hectares), o Uruguai (2,7 milhões de hectares) e o Brasil (1,5 milhões de hectares), sendo o Brasil o maior mercado consumidor de orgânicos da América Latina (Willer et al., 2023).

O mercado global de alimentos orgânicos vem apresentando uma trajetória positiva de crescimento nas últimas três décadas (1990-2020). Sahota (2021) aponta que a pandemia de COVID-19 elevou a demanda dos consumidores por alimentos orgânicos – acelerando uma tendência estimada de crescimento já existente. O mercado varejista global apresentou aumento de 15% nas vendas de orgânicos em 2020 (Willer et al., 2022). Os consumidores intensificaram suas buscas por uma alimentação segura, saudável e nutritiva com o objetivo de aumentar a eficácia do sistema imunológico. É estimado que o mercado consumidor dos países em desenvolvimento, como a China, a Índia, o Brasil e a Indonésia, crescerá em ritmo acelerado nos próximos anos (Sahota, 2021).

Em paralelo, iniciativas de pesquisa nacionais e internacionais entraram em curso com o objetivo de compreender e explicar o comportamento do consumidor de alimentos orgânicos. Dois conjuntos principais de pesquisas se desenvolvem com vistas a responder às seguintes questões: “Quem são os consumidores de alimentos orgânicos?” e “Por que as pessoas compram alimentos orgânicos?”. A primeira questão objetiva identificar qual é o perfil do consumidor de alimentos orgânicos, considerando principalmente quais categorias de variáveis sociodemográficas podem ser empregadas para caracterizar e segmentar essa população (Hughner et al., 2007; Dettmann, 2008; Dettmann & Dimitri, 2009; Pearson et al., 2011; Dimitri & Dettmann, 2012; Souza et al., 2018; Iwaya & Steil, 2021). A segunda questão é abordada via emprego e/ou desenvolvimento de modelos teóricos explicativos do comportamento do consumidor, com o objetivo de desvelar os fatores que influenciam esse processo de tomada de decisão (Jackson, 2005; Peattie, 2010; Joshi & Rahman, 2015; Liobikienè & Bernatoniènè, 2017; Groening et al., 2018).

No que diz respeito à questão do perfil do consumidor de alimentos orgânicos, estudos internacionais de revisão da literatura relatam dificuldades de encontrar evidências que possibilitem a caracterização e segmentação dessa população via

categorias de variáveis sociodemográficas (Hughner et al., 2007; Pearson et al., 2011). Os resultados obtidos por pesquisa sobre o perfil sociodemográfico dos consumidores de alimentos orgânicos são vagos e contraditórios (Dettmann & Dimitri, 2009; Pearson et al., 2011; Dimitri & Dettmann, 2012; Massey et al., 2018). De modo geral, os consumidores de alimentos orgânicos estão presentes por diversos segmentos sociodemográficos e suas proporções nem sempre se diferenciam significativamente em comparação com o grupo de consumidores de alimentos convencionais. Apesar das evidências contraditórias, estudos caracterizam o consumidor de alimentos orgânicos como sendo uma pessoa do sexo feminino, de faixa etária mais elevada, e com maior nível de escolaridade e renda (Hughner et al., 2007; Pearson et al., 2011; Feil et al., 2020).

O contexto brasileiro também apresenta evidências contraditórias sobre o perfil dos consumidores de alimentos orgânicos. De acordo com a revisão de literatura de Souza et al. (2018), o perfil do consumidor de alimentos orgânicos no Brasil é o de uma pessoa do sexo feminino, casada, com idade superior a 30 anos, ensino superior completo e renda elevada. Entretanto, o estudo de Iwaya e Steil (2021) não encontrou evidências significativas de associações entre variáveis sociodemográficas (sexo, faixa etária, escolaridade, renda, estado civil) e os grupos de consumidores de alimentos convencionais ou orgânicos.

Com relação a questão “Por que as pessoas compram alimentos orgânicos?”, diversos modelos teóricos foram empregados ao longo das últimas décadas com o objetivo de explicar o consumo de alimentos orgânicos. Iwaya (2020) apresenta uma relação de modelos teóricos utilizados com essa finalidade, considerando a Teoria do Interacionismo Simbólico (Mead & Blumer, 1934; 1969), Teoria de Campo (Lewin, 1951) e da Dissonância Cognitiva (Festinger, 1957); até os últimos modelos da década de 1990, como a Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991), Modelo Triádico (Ölander & Thøgersen, 1995) e Teoria do Valor, Crenças e Normas (Stearn, 1999).

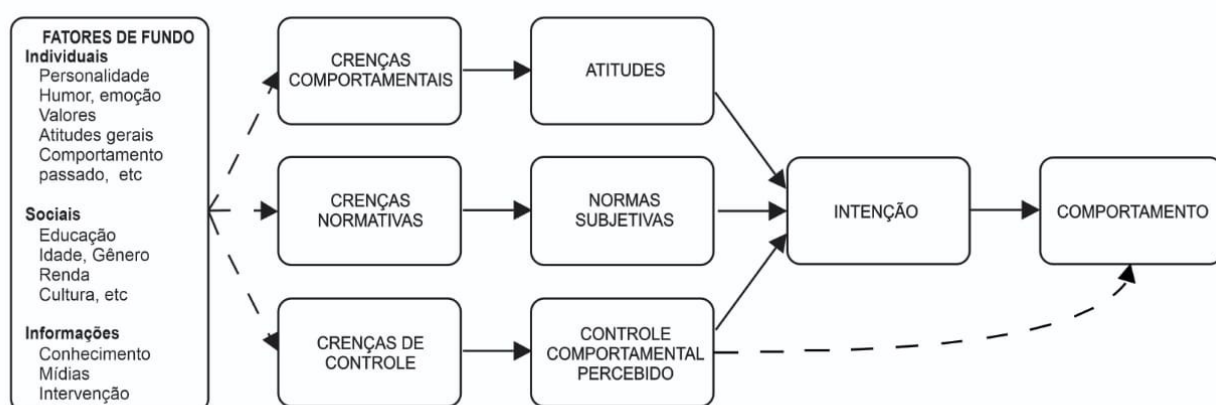
No que tange aos modelos teóricos explicativos do comportamento do consumidor, a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) se consolidou como o modelo mais utilizado com o objetivo de explicar a compra de alimentos orgânicos (Peattie, 2010; Joshi & Rahman, 2015; Liobikienė & Bernatoniene, 2017). Hagger et al. (2019) apontam que o modelo da TCP acumula evidências de validade em seu favor, sendo empregada como modelo explicativo por mais de duas mil pesquisas e contando com evidências favoráveis advindas de mais de trinta revisões sistemáticas com meta-análise, considerando uma ampla gama de comportamentos.

Com relação ao emprego da TCP como modelo explicativo da intenção de compra de alimentos orgânicos e de produtos sustentáveis, as revisões sistemáticas com meta-análise de Scalco et al. (2017), Han e Stoel (2017) e Iwaya et al. (2022) podem ser citadas como evidências de validade do modelo. De acordo com Scalco et al. (2017, p. 236): “a TCP representa uma sólida estrutura psicológica que, mais do que outras, conseguiu desvelar as principais motivações por trás das escolhas alimentares em relação ao consumo sustentável”. Bamberg e Schmidt (2003) apontam também que a TCP apresenta melhor poder preditivo, em comparação com outros modelos teóricos.

De acordo com a TCP, o comportamento pode ser explicado pela formação de uma intenção comportamental. Logo, a intenção se configura como o construto psicológico que antecede a ocorrência de todo comportamento que possa ser classificado como planejado – deliberado, consciente. No caso dessa pesquisa, o objeto de estudo investigado é a Intenção de Compra de Alimentos Orgânicos (ICAO). Conceitualmente, a intenção é um processo deliberativo que comporta uma decisão para agir, atrelada à percepção do esforço necessário ao desempenho do comportamento. Quanto maior for a intenção de uma pessoa de realizar determinado comportamento, maior a probabilidade de o comportamento ocorrer. Por sua vez, a intenção é explicada por outros três construtos psicológicos: as atitudes, as normas subjetivas e o Controle Comportamental Percebido (CCP) (Ajzen, 1991; 2008; Fishbein & Ajzen, 2010; Ajzen & Kruglanski, 2019). Uma representação esquemática do modelo teórico completo da TCP pode ser observada na Figura 1.

Figura 1

*Modelo da Teoria do Comportamento Planejado (Fishbein & Ajzen, 2010)*



Os construtos das atitudes, normas subjetivas e CCP são consolidados pelos respectivos conjuntos de crenças comportamentais, normativas e de controle. As crenças comportamentais que consolidam o construto das atitudes se expressam como avaliações

favoráveis ou desfavoráveis com relação ao objeto da atitude (compra de alimentos orgânicos). As normas subjetivas expressas pelas crenças normativas representam as percepções acerca da pressão social que é exercida sobre um indivíduo advinda de seus pares. As crenças de controle que consolidam o CCP expressam as percepções acerca de fatores facilitadores ou impeditivos relacionados com o desempenho do comportamento. O CCP exerce um papel duplo no modelo da TCP, sendo considerado como preditor das intenções e do comportamento (Ajzen, 1991; Fishbein & Ajzen, 2010).

As setas pontilhadas na Figura 1 indicam que existe uma associação dos fatores de fundo com as crenças (comportamentais, normativas e de controle) e do CCP com o comportamento. Entretanto, embora essas variáveis possam exercer potencial influência, não há necessariamente uma conexão entre tais variáveis. A estrutura conceitual do modelo da TCP é representada pelas setas de linha contínua e, na medida que evidências empíricas confirmam os efeitos de variáveis de fundo e do CCP, essas relações relevantes podem ser acrescentadas ao modelo de modo complementar. Na ausência de controle sobre o comportamento, a TCP não é o modelo teórico indicado e na presença de total controle sobre o comportamento o efeito do CCP é irrelevante (invariável). Do mesmo modo, os possíveis fatores de fundo que exercem influência sobre as crenças são questões empíricas particulares a serem consideradas de acordo com a especificidade do comportamento em estudo e à luz das evidências. Uma vez identificadas potenciais relações, pesquisas podem considerar tais fatores de fundo com vistas a aprofundar a compressão dos determinantes de um comportamento (Fishbein & Ajzen, 2010).

Por uma via de investigações, a TCP se configura como um quadro referencial parcimonioso que pode ser empregado para responder à questão: “Por que as pessoas compram alimentos orgânicos?”. Por outra via, as variáveis sociodemográficas são utilizadas como alternativa para identificação de um perfil do consumidor, com vistas a responder à questão: “Quem são os consumidores de alimentos orgânicos?”. Entretanto, são raras as iniciativas de pesquisa que empregam a TCP articulada a variáveis sociodemográficas, objetivando responder à questão: “Qual o efeito de variáveis sociodemográficas nas variáveis do modelo da Teoria do Comportamento Planejado, considerando a intenção e o comportamento de compra de alimentos orgânicos?”. Ou seja, são raras as pesquisas que verificam o efeito de moderação das variáveis sociodemográficas (sexo biológico, idade, escolaridade, estado civil, renda) sobre as relações estabelecidas entre as variáveis independentes (atitudes, normas subjetivas e CCP) e dependentes (ICAO e comportamento) do modelo da TCP. Esse é um esforço inicial que deve ser realizado para que, posteriormente, possam ser conjecturadas outras

relações de associação (Ex.: predição, mediação) entre fatores de fundo e as variáveis constituintes do modelo da TCP (Ajzen & Schmidt, 2020).

Estudos internacionais investigaram a influência de variáveis sociodemográficas sobre as atitudes e a ICAO, mas apresentaram resultados conflitantes e não reportaram evidências relacionadas com as normas subjetivas, o CCP ou de moderação. As variáveis sociodemográficas comumente utilizadas por essas pesquisas são: sexo biológico (Rimal et al., 2005; Irianto, 2015; Bryla, 2016); idade (Magnusson et al., 2001; Rimal et al., 2005; Bryla, 2016; Sultan et al., 2018); escolaridade (Magnusson et al., 2001; Roitner-Schobesberger et al., 2008; Brčić-Stipčević et al., 2013; Bryla, 2016); estado civil (Brčić-Stipčević et al., 2013; Sultan et al., 2018); e renda (Rimal et al., 2005; Brčić-Stipčević et al., 2013; Bryla, 2016; Sultan et al., 2018).

Quando consideramos revisões que procuram responder quem são os consumidores de alimentos orgânicos é evidente que os estudos considerados são predominantemente de países desenvolvidos da América do Norte e Europa (Hugner et al., 2007; Dettmann, 2008; Dettmann & Dimitri, 2009; Pearson et al., 2011; Dimitri & Dettmann, 2012; Hemmerling et al., 2015). As revisões de Scalco et al. (2017) e de Han e Stoel (2017) que procuram investigar a relevância da TCP como modelo preditivo também consideraram predominantemente estudos da América do Norte, Europa e Ásia. Nenhuma dessas revisões considerou estudos de países da América do Sul.

Apenas a revisão de Iwaya et al. (2022) analisou estudos da América do Sul, especificamente do Brasil (Castelo Branco et al., 2019; Reis Neto et al., 2019; Verga et al., 2020). Iwaya et al. (2022) apontam que existe um efeito de moderação do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) dos países sobre as relações das atitudes e das normas subjetivas com a ICAO. Iwaya et al. (2022) ressaltam que “estudos futuros devem considerar realizar análises multigrupo com o objetivo de verificar efeitos de moderação de variáveis sociodemográficas sobre as relações estabelecidas no modelo da TCP”.

Levando em consideração a lacuna de pesquisa evidenciada, essa pesquisa se propõe a responder a seguinte pergunta: “Qual o efeito de variáveis sociodemográficas nas variáveis do modelo da Teoria do Comportamento Planejado, considerando a intenção e o comportamento de compra de alimentos orgânicos?”.

## **Objetivos**

### **Objetivo Geral**

Verificar o efeito de moderação das variáveis sociodemográficas sobre as relações estabelecidas entre as variáveis do modelo da TCP, considerando o comportamento de compra de alimentos orgânicos no contexto brasileiro.

### **Objetivos específicos**

- Especificar os itens que consolidam os construtos teóricos do modelo de mensuração da pesquisa.
- Especificar o conjunto de relações de dependência entre os construtos do modelo estrutural da pesquisa.
- Avaliar as evidências de validade do modelo de mensuração e estrutural da pesquisa.
- Avaliar as evidências de invariância configuracional e composicional do modelo de mensuração da pesquisa.

## **Justificativa**

Conforme será apresentado na seção de fundamentação teórica, existe uma lacuna na literatura científica de pesquisas desenvolvidas com o objetivo de verificar o efeito de moderação das variáveis sociodemográficas (sexo biológico, idade, escolaridade, estado civil, renda) sobre as relações estabelecidas entre as variáveis independentes (atitudes, normas subjetivas e CCP) e dependentes (ICAO e comportamento) do modelo da TCP. Inclusive, estudos recentes que empregam a TCP como modelo explicativo do comportamento do consumidor de alimentos orgânicos não costumam empregar estratégias para lidar com fatores de confusão, como seria o caso da implementação de variáveis de controle sociodemográficas (Iwaya et al., 2022).

Essa lacuna da literatura justifica a realização de pesquisas nessa direção, não apenas do ponto de vista acadêmico-científico, como também do ponto de vista gerencial. Evidências nesse sentido auxiliam o crescimento do corpo de pesquisas voltadas à explicação de padrões de consumo sustentáveis, especificamente os relacionados à compra de alimentos orgânicos. Evidências desse tipo de pesquisa também são úteis às organizações envolvidas na cadeia de produção de alimentos orgânicos e auxiliam na segmentação desse público de consumidores. A identificação dos fatores psicológicos que exercem influência durante esse processo de tomada de decisão, articulada à identificação do efeito de moderação das variáveis sociodemográficas sobre o modelo da TCP, garante

informações importantes para o planejamento de estratégias de comunicações e intervenções eficazes voltadas à promoção do consumo de alimentos orgânicos, ancoradas em evidências científicas (Bamberg, 2002; Guido et al., 2010; Zagata, 2012).

De modo geral, ao formular estratégias para a promoção de alimentos orgânicos, é crucial direcionar as mensagens de maneira a destacar os benefícios associados ao consumo desses produtos, enfatizando tanto atribuições altruístas quanto utilitaristas. As atitudes dos consumidores em relação à compra de alimentos orgânicos são um preditor significativo da ICAO. Dessa forma, mensagens persuasivas que ressaltem os aspectos utilitaristas, como a percepção de que esses alimentos contribuem para uma vida saudável, bem-estar e segurança alimentar, podem efetivamente influenciar o comportamento de compra (Hemmerling et al., 2015). Além disso, ao considerar as normas subjetivas, é imperativo incorporar influências sociais nas estratégias promocionais, conforme indicado por Lodorfos e Dennis (2008). Campanhas devem levar em consideração quem exerce pressão social sobre os consumidores, como familiares e amigos, tornando a mensagem mais persuasiva ao destacar expectativas sociais em relação à escolha de alimentos orgânicos. Finalmente, no que diz respeito ao CCP, estratégias podem abordar as barreiras percebidas, como o custo e a disponibilidade, seguindo as recomendações de Yadav e Pathak (2016). Mensagens que sublinham a acessibilidade financeira e a conveniência dos alimentos orgânicos, aliadas a melhorias na distribuição, podem mitigar as preocupações percebidas, aumentando assim a Intenção de Compra (Chaudhary & Bisai, 2018; Yadav & Pathak, 2016). Essa abordagem integrada, considerando atitudes, normas subjetivas e controle comportamental percebido, oferece um caminho abrangente para desenvolver estratégias eficazes na promoção de alimentos orgânicos.

É crucial avaliar a influência das variáveis sociodemográficas sobre o modelo da TCP para compreender como fatores como sexo biológico, idade, escolaridade, estado civil e renda moderam as relações entre as atitudes, normas subjetivas e o CCP com a ICAO e o comportamento. As diferenças sociodemográficas podem moldar a forma como os consumidores percebem e respondem às estratégias de promoção, afetando a eficácia das intervenções. A implicação prática/gerencial de pesquisas nesse sentido é a capacidade de personalizar estratégias de marketing e comunicação, considerando as características específicas de diferentes segmentos demográficos. Isso permite uma abordagem mais direcionada, adaptada às necessidades e preocupações específicas de diferentes grupos, otimizando assim a eficácia das campanhas.

A presente pesquisa também contribui de forma indireta com questões associadas à saúde pública e à sustentabilidade socioambiental. As mudanças dos padrões de consumo das sociedades contemporâneas são reconhecidas como uma questão urgente do Século XXI. Nesse sentido, destaca-se a adoção do termo consumo responsável, estabelecido pelas Nações Unidas (2015) como um dos grandes pilares dentre os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) a serem alcançados nessa próxima década (2020-2030). Compreende-se que a adoção de hábitos de consumo saudáveis e sustentáveis depende da mudança dos padrões convencionais de consumo para novos padrões de consumo responsável - voltados ao desenvolvimento sustentável (Onwezen et al., 2014; Bamberg, 2002). Essa temática também se relaciona com os ODS que dizem respeito à Saúde e Qualidade de Vida, Trabalho Decente e Crescimento Econômico, Cidades e Comunidades Sustentáveis e Ação Contra a Mudança Global do Clima.

### **Fundamentação Teórica**

Essa seção foi escrita com o objetivo de apresentar a síntese dos estudos que utilizam a TCP para investigar a intenção e o comportamento de compra de alimentos orgânicos. Para o alcance desse objetivo foi realizada uma revisão sistemática da literatura, considerando bases de dados nacionais e internacionais. O resultado desse trabalho foi publicado pela Revista *Amazônia, Organizações e Sustentabilidade*<sup>1</sup> (Iwaya et al., 2022).

### **Teoria do Comportamento Planejado e compra de alimentos orgânicos**

Dentre os modelos explicativos do comportamento de compra de alimentos orgânicos, o baseado na TCP (Ajzen, 1991) é o mais empregado, conforme os autores: Peattie (2010), Joshi e Rahman (2015), Liobikienė e Bernatoniene (2017), Khan et al. (2023). A eficácia da TCP como modelo explicativo da intenção de diferentes domínios comportamentais já foi constatada por mais de duas mil pesquisas e trinta meta-análises (Hagger, Hamilton, Ajzen, Bosnjak, & Schmidt, 2019).

O modelo da TCP estabelece que o comportamento humano é antecedido pela formação de uma intenção comportamental que leva em consideração as consequências de uma ação, atreladas ao esforço necessário para seu empreendimento. Quanto maior a intenção de realizar um comportamento, maior será a probabilidade de que ele ocorra.

---

<sup>1</sup> Iwaya, G. H., Steil, A. V., Ferretti-Rebustini, R. E. L., & Soares, J. B. (2022). Teoria do Comportamento Planejado e intenção de compra de alimentos orgânicos: Uma revisão sistemática. *Amazônia, Organizações e Sustentabilidade*, 11(2), 225-244. <http://dx.doi.org/10.17648/aos.v11i2.2716>



Por sua vez, a intenção comportamental pode ser explicada por três conjuntos de crenças (construtos): comportamentais (atitudes), normativas (normas subjetivas) e de controle (controle comportamental percebido, CCP). As atitudes representam avaliações favoráveis ou desfavoráveis com relação ao comportamento-alvo. As normas subjetivas dizem respeito à percepção de pressão social que um indivíduo sofre advinda de seus pares. O CCP diz respeito à percepção de fatores de controle facilitadores ou impeditivos associados à realização do comportamento-alvo (Ajzen, 1991; Fishbein & Ajzen, 2010).

Com relação à predição da ICAO e de produtos de origem sustentável destacam-se os trabalhos, ambos de revisão sistemática com meta-análise, de Scalco et al. (2017) e de Han e Stoel (2017). O trabalho de Han e Stoel (2017) reuniu uma amostra de 30 estudos que empregaram o modelo da TCP com o objetivo de explicar a intenção de compra de produtos de origem sustentável. O trabalho de Scalco et al. (2017) considerou uma amostra de 17 que empregaram o modelo da TCP com o objetivo de explicar a ICAO.

Os resultados encontrados pelas duas revisões confirmam o papel principal desempenhado pelas atitudes ( $r = 0,53$ ,  $\beta = 0,44$ , 95% CI = [0.31, 0.56]) na formação da ICAO, seguido pelas normas subjetivas ( $r = 0,50$ ,  $\beta = 0,35$ , 95% CI = [0.24, 0.46]) e pelo CCP ( $r = 0,39$ ,  $\beta = 0,12$ , 95% CI = [-0.01, 0.24]). Os valores de correlação ( $r$ ) são provenientes do trabalho de Han e Stoel (2017) e os coeficientes de regressão padronizados ( $\beta$ ) e intervalos de confiança foram reportados pelo estudo de Scalco et al. (2017).

Uma limitação presente nos trabalhos de Han e Stoel (2017) e Scalco et al. (2017) diz respeito à ausência de utilização de uma ferramenta ou critério para avaliar a qualidade das evidências que estão sendo consideradas nas meta-análises. De acordo com Tricco et al. (2018), revisões sistemáticas de estudos transversais devem considerar descrever os métodos usados para avaliar a qualidade metodológica de cada estudo incluídos na revisão. A ferramenta *Critical Appraisal Checklist for Analytical Cross-Sectional Studies* do *Joanna Briggs Institute* (JBI) é uma alternativa viável que poderia ser utilizada nesses casos (Moola et al., 2017).

O número de pesquisas que utilizam a TCP para explicar a ICAO cresce todos os anos. Novos artigos são incluídos nesse grande corpo de pesquisas. Compreende-se como oportuna a possibilidade de ser realizada uma nova revisão, com o objetivo de responder à seguinte pergunta de pesquisa: Qual o efeito dos construtos da TCP (atitudes, normas subjetivas e controle comportamental percebido) como preditores da ICAO? Dessa forma, esta revisão tem por objetivo identificar o efeito dos construtos da TCP como preditores da ICAO.

### **Método da revisão sistemática**

Essa revisão (Iwaya et al., 2022) foi sistematizada com base nos *Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses* (PRISMA), propostos em Page et al. (2021).

### **Protocolo da revisão**

Seguindo as recomendações de Page et al. (2021), o protocolo que orientou o planejamento dessa revisão foi elaborado com base no modelo proposto por Moher et al. (2015): *Preferred reporting items for systematic review and meta-analysis protocols* (PRISMA-P). De acordo com Page et al. (2021, p. 28), “o PRISMA-P consiste em uma lista de verificação acompanhada por um documento de orientação detalhado que fornece aos pesquisadores uma abordagem passo a passo para documentar um protocolo de revisão sistemática”.

### **Critérios de elegibilidade**

O principal critério de inclusão definido para seleção dos artigos foi: ser uma pesquisa que relata ter utilizado o modelo da TCP para investigar a ICAO. Em concomitante, os artigos deveriam atender também aos seguintes critérios de inclusão: a) ser uma pesquisa empírica quantitativa que investigou especificamente a intenção de comprar/consumir alimentos orgânicos; b) ser uma pesquisa que testou e reportou o efeito de todos os construtos da TCP (atitudes, normas subjetivas e controle comportamental percebido) sobre a ICAO; c) ser uma pesquisa que utilizou técnicas estatísticas multivariadas de predição (Ex.: regressão, modelagem de equações estruturais).

Foram definidos cinco critérios de exclusão para orientar a seleção dos estudos: a) ser um estudo teórico ou qualitativo; b) ser uma pesquisa que investigou a intenção de comprar/consumir outros tipos de produtos sustentáveis/orgânicos (Ex.: produtos orgânicos de modo geral); c) ser uma pesquisa que não considerou o modelo completo da TCP em sua operacionalização; d) estudos que não atenderam a pelo menos 6 dos 8 critérios de qualidade do *Critical Appraisal Checklist for Analytical Cross-Sectional Studies* do JBI; e) estudos que não atenderam o sétimo critério de qualidade da *Critical Appraisal Checklist for Analytical Cross-Sectional Studies* do JBI (Os resultados foram medidos de forma válida e confiável?). Não foram estabelecidas restrições com relação ao ano de publicação, idioma do manuscrito ou condições da publicação (Ex.: em congresso, em revista, *in press*, *preprint*).

## Fontes de informação

Foram consideradas as seguintes bases de dados eletrônicas como fontes de informação: a) PubMed; b) Scopus; c) Web of Science; d) PsycINFO; e) MEDLINE, f) LILACS, g) BDNF, h) IndexPsi; i) LILACS; j) SciELO; k) Cochrane; l) Embase; m) Cinahl; n) Science Direct. A Tabela 1 apresenta uma descrição das bases de dados, plataformas de acesso e data de cobertura das fontes de informação utilizadas.

Tabela 1

*Bases de dados, plataformas de acesso e data de cobertura das fontes de informação*

<b>Bases de dados</b>	<b>Cobertura</b>
<b>Biblioteca Virtual em Saúde (BVS)</b>	
BDNF	1946 até 24 de abril de 2020
IndexPsi	1949 até 24 de abril de 2020
LILACS	1917 até 24 de abril de 2020
MEDLINE	1966 até 24 de abril de 2020
<b>Portal de Periódicos da CAPES</b>	
Scopus	1788 até 24 de abril de 2020
Web of Science	1900 até 24 de abril de 2020
PsycINFO	1806 até 24 de abril de 2020
<b>National Library of Medicine</b>	
PubMed	1809 até 24 de abril de 2020
SciELO	1909 até 24 de abril de 2020
Cochrane Library	1983 até 28 de setembro de 2020
Embase	1947 até 28 de setembro de 2020
Cinahl	1937 até 28 de setembro de 2020
Science Direct	1619 até 28 de setembro de 2020

Não foram consideradas como fontes de informação a literatura cinzenta (Google scholar, ProQuest, OpenGrey) ou realizadas buscas adicionais (manuais, listas de referências, experts).

## Busca

A consolidação das estratégias de busca foi feita por meio do serviço de orientação para pesquisa em base de dados, oferecido por bibliotecários da Biblioteca da Universidade Federal de Santa Catarina. Para consolidação das estratégias de busca foram realizadas pesquisas de palavras-chave e vocabulários controlados via PubMed, DeCs e APA Thesaurus. Após seleção dos termos, as estratégias de buscas foram consolidadas e adaptadas para cada base de dados. As buscas foram realizadas em dois dias distintos para bases de dados distintas: 24 de agosto de 2020 e 28 de setembro de 2020. Não foram

estabelecidos critérios nas buscas relativos à data de publicação ou idioma do artigo. As *strings* utilizadas, bases de dados consultadas, campos pesquisados e resultados obtidos podem ser observadas na Tabela 2.

Tabela 2

*Estratégias de busca*

<b>Strings</b>	<b>Base / Campos pesquisados</b>	<b>Data</b>
(("Intention to purchase" OR "Purchase Intention" OR "Intention to buy") AND ("Food, Organic"[Mesh] OR "Organic food" OR "Organic foods" OR "Sustainably sourced foods" OR "Sustainable food" OR "Sustainable foods" OR "Eco friendly food" OR "Eco friendly foods" OR "Eco-friendly food" OR "Eco-friendly foods"))	PubMed / Títulos, resumos e palavras-chave	24/08/2020
TITLE-ABS-KEY(("Intention to purchase" OR "Purchase Intention" OR "Intention to buy") AND ("Organic food" OR "Organic foods" OR "Sustainably sourced foods" OR "Sustainable food" OR "Sustainable foods" OR "Eco friendly food" OR "Eco friendly foods" OR "Eco-friendly food" OR "Eco-friendly foods"))	Scopus / Títulos, resumos e palavras-chave	24/08/2020
TS= (("Intention to purchase" OR "Purchase Intention" OR "Intention to buy") AND ("Organic food" OR "Organic foods" OR "Sustainably sourced foods" OR "Sustainable food" OR "Sustainable foods" OR "Eco friendly food" OR "Eco friendly foods" OR "Eco-friendly food" OR "Eco-friendly foods"))	Web of Science / Tópico – Pesquisa o título, resumo, as palavras-chave do autor, Keywords Plus.	24/08/2020
(("Intention to purchase" OR "Purchase Intention" OR "Intention to buy") AND ("Organic food" OR "Organic foods" OR "Sustainably sourced foods" OR "Sustainable food" OR "Sustainable foods" OR "Eco friendly food" OR "Eco friendly foods" OR "Eco-friendly food" OR "Eco-friendly foods"))	PsycINFO / Any Field	24/08/2020
(("Intention to purchase" OR "Purchase Intention" OR "Intention to buy" OR "Intenção de compra" OR "Intención de compra") AND ("Organic food" OR "Organic foods" OR "Sustainably sourced foods" OR "Sustainable food" OR "Sustainable foods" OR "Eco friendly food" OR "Eco friendly foods" OR "Eco-friendly food" OR "Eco-friendly foods" OR "Alimentos Orgânicos" OR "Alimento Orgânico" OR "Alimentos Livres de Aditivos Químicos" OR "Alimentos sem Aditivos Químicos" OR "Comida orgânica" OR "Comidas orgânicas" OR "Alimentos de origem sustentável" OR "Alimento de origem sustentável" OR "Alimentos sustentáveis" OR "Alimento sustentável" OR "Comida ecológica" OR "Alimentos ecológicos" OR "Alimento ecológico" OR "Alimentos de origen sostenible" OR "Alimento de origen sostenible" OR "Alimentos sostenibles" OR "Alimento sostenible"))	BVS (MEDLINE: 19 LILACS: 2 BDENF: 0 IndexPsi: 0) / Busca avançada – título, resumo e assunto	24/08/2020
(("Intention to purchase" OR "Purchase Intention" OR "Intention to buy" OR "Intenção de compra" OR "Intención de compra") AND ("Organic food" OR "Organic foods" OR "Sustainably sourced foods" OR "Sustainable food" OR "Sustainable foods" OR "Eco friendly food" OR "Eco friendly foods" OR "Eco-friendly food" OR "Eco-friendly foods" OR "Alimentos Orgânicos" OR "Alimento Orgânico" OR "Alimentos Livres de Aditivos Químicos" OR "Alimentos sem Aditivos Químicos" OR "Comida orgânica" OR "Comidas orgânicas" OR "Alimentos de origem sustentável" OR "Alimento de origem sustentável" OR "Alimentos sustentáveis" OR "Alimento sustentável" OR "Comida ecológica" OR "Alimentos ecológicos" OR "Alimento ecológico" OR "Alimentos de origen sostenible" OR "Alimento de origen sostenible" OR "Alimentos sostenibles" OR "Alimento sostenible"))	SciELO / Pesquisa avançada – Todos os índices	24/08/2020

sustentável" OR "Alimentação sustentável" OR "Alimentos sustentáveis" OR "Alimento sustentável" OR "Comida ecológica" OR "Alimentos ecológicos" OR "Alimento ecológico" OR "Alimentos de origen sostenible" OR "Alimento de origen sostenible" OR "Alimentos sostenibles" OR "Alimento sostenible"))		
"Intention to purchase" OR "Purchase Intention" OR "Intention to buy" in Title Abstract Keyword AND "Organic food" OR "Organic foods" OR "Sustainably sourced foods" OR "Sustainable food" OR "Sustainable foods" OR "Eco friendly food" OR "Eco friendly foods" OR "Eco-friendly food" OR "Eco-friendly foods" in Title Abstract Keyword	Cochrane Library / Pesquisa avançada - Title Abstract Keyword	28/09/2020
('intention to purchase':ti,ab,kw OR 'purchase intention':ti,ab,kw OR 'intention to buy':ti,ab,kw) AND ('organic food':ti,ab,kw OR 'organic foods':ti,ab,kw OR 'sustainably sourced foods':ti,ab,kw OR 'sustainable food':ti,ab,kw OR 'sustainable foods':ti,ab,kw OR 'eco friendly food':ti,ab,kw OR 'eco friendly foods':ti,ab,kw OR 'eco-friendly food':ti,ab,kw OR 'eco-friendly foods':ti,ab,kw)	Embase / Pesquisa avançada - Title Abstract Author Keyword	28/09/2020
TI (("Intention to purchase" OR "Purchase Intention" OR "Intention to buy" ) AND TI ("Organic food" OR "Organic foods" OR "Sustainably sourced foods" OR "Sustainable food" OR "Sustainable foods" OR "Eco friendly food" OR "Eco friendly foods" OR "Eco-friendly food" OR "Eco-friendly foods")) OR AB (("Intention to purchase" OR "Purchase Intention" OR "Intention to buy") AND AB ("Organic food" OR "Organic foods" OR "Sustainably sourced foods" OR "Sustainable food" OR "Sustainable foods" OR "Eco friendly food" OR "Eco friendly foods" OR "Eco-friendly food" OR "Eco-friendly foods"))	Cinahl / Pesquisa avançada - Title Abstract	28/09/2020
("Intention to purchase" OR "Purchase Intention" OR "Intention to buy") AND ("Organic food" OR "Sustainably sourced foods" OR "Sustainable food" OR "Eco friendly food" OR "Eco-friendly food")	Science Direct / Pesquisa avançada - Title, abstract or author-specified keywords	28/09/2020

Depois de concluídas as buscas nas bases de dados, foram feitos os *downloads* das referências encontradas em documentos de exportação com formato compatível (Ex.: Refman/RIS, CSV, CIW) com o aplicativo Rayyan QCRI.

### Seleção dos estudos

O aplicativo Rayyan foi utilizado para sistematizar o rastreamento dos estudos incluídos e identificar os estudos duplicados. A fase de seleção dos estudos foi feita de forma independente por dois revisores (Revisor 1 = R1, Revisor 2 = R2). O R1 foi o próprio pesquisador (Gabriel Horn Iwaya) e o R2 foi uma estudante de mestrado vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia da UFSC. Antes de iniciar a seleção, um exercício de calibração entre os revisores foi realizado com o objetivo de refinar a concordância e minimizar dúvidas com relação aos critérios de elegibilidade.

A seleção inicial dos estudos foi sistematizada em Fase 1 (leitura dos títulos e resumo) e Fase 2 (leitura na íntegra dos estudos). Na Fase 1, os estudos foram avaliados e classificados como “incluído” ou “excluído” para Fase 2, conforme critérios de

elegibilidade estabelecidos. Quando não houve consenso entre os revisores (R1, R2), o terceiro revisor (R3) foi acionado para avaliar e estabelecer a classificação final. Durante as Fases 1 e 2 os R1 e R2 atuaram de forma independente e o R3 foi consultado em casos onde houve discordância entre R1 e R2. O *software* Endnote foi utilizado como gerenciador bibliográfico na Fase 2.

A ferramenta *Critical Appraisal Checklist for Analytical Cross-Sectional Studies* do JBI foi utilizada em uma segunda etapa do processo de seleção dos estudos (Moola et al., 2017). Esse processo de seleção também contou com dois revisores que analisaram os artigos de forma independente (após exercício de calibração).

A ferramenta consiste em oito itens de avaliação de questões metodológicas: 1) Os critérios de inclusão na amostra foram claramente definidos?; 2) Os sujeitos do estudo e o ambiente foram descritos em detalhes?; 3) A exposição foi medida de forma válida e confiável?; 4) Foram usados critérios objetivos e padronizados para a medição da condição?; 5) Fatores de confusão foram identificados?; 6) Foram estabelecidas estratégias para lidar com fatores de confusão?; 7) Os resultados foram medidos de forma válida e confiável?; 8) Foi usada uma análise estatística apropriada?

Os oito itens podem ser respondidos com “sim”, “não”, “indefinido” ou “não se aplica”. Nenhum item foi classificado como “indefinido” e “não se aplica”. Um escore zero foi atribuído quando a resposta para os itens foi “não”. Apenas artigos que atenderam acima de seis itens (75% dos critérios) e que atenderam especificamente ao item sete foram considerados elegíveis para a revisão sistemática.

### **Processo de coleta de dados**

O processo de coleta de dados também contou com dois revisores (R1, R2), que analisaram os artigos de forma independente. O R3 foi consultado de forma independente em casos onde houve discordância entre R1 e R2. O instrumento desenvolvido para coleta de dados foi sistematizado via Google Forms e pode ser encontrado no Apêndice 1.

### **Lista dos dados**

Os domínios de resultados de caracterização geral dos estudos estabelecidos nessa revisão foram: referências (autor, ano), revistas (*journal*), títulos dos artigos (original), países (onde amostra foi coletada), tipo de participante, tamanho da amostra, tipo de amostra, média da idade (desvio padrão) ou faixa etária prevalente, distribuição do sexo da amostra, delineamento dos estudos, método de análise de dados, comportamento-alvo

(alvo da intenção), tipo de medida do comportamento (não utilizou, medida de autorrelato (frequência do comportamento passado), observada (comportamento real)).

Os domínios de resultados críticos que sustentam as interpretações e conclusões mais importantes dessa revisão são: a) as correlações entre atitudes e intenção (p-valor); normas subjetivas e intenção (p-valor); CCP e intenção (p-valor); b) os coeficientes de caminho padronizado ( $\beta$ ), entre atitudes e intenção (p-valor); normas subjetivas e intenção (p-valor); CCP e intenção (p-valor); c) os coeficientes de explicação ( $R^2$ ) dos modelos testados; e d) comentários adicionais (se necessário).

### **Avaliação da qualidade metodológica de cada estudo**

A avaliação da qualidade metodológica tem por objetivo auxiliar no julgamento da força de uma evidência incluída em uma revisão sistemática. Quando os achados de uma revisão sistemática são baseados em evidências com baixo risco de viés, é muito provável que novas revisões encontrem os mesmos resultados. Revisões com evidências com baixo risco de viés fornecem subsídios confiáveis aos processos de tomada de decisão (De Luca Canto et al., 2020).

O processo de construção de medidas psicométricas envolve pelo menos duas etapas iniciais: a) procedimentos teóricos, de elaboração dos itens e evidências de validade baseadas no conteúdo; b) evidências de validade baseadas na estrutura interna do instrumento. Essas etapas fornecem evidências iniciais de validade do instrumento. Sem tais evidências, não é possível saber se a medida apresenta resultados fidedignos - não há segurança de que os resultados inferidos sobre características psicológicas são legítimos (Primi, Muniz, & Nunes, 2009; Reppold, Gurgel, & Hutz, 2014; Pasquali, 2015).

Tendo em vista que o processo de seleção dos estudos considerou se “a exposição foi medida de forma válida e confiável?”, “os resultados foram medidos de forma válida e confiável?” e se “foi usada uma análise estatística apropriada?” (JBI, Moola et al., 2017), apenas estudos com evidências mínimas de validade dos construtos foram selecionados. Destaca-se que todos os estudos selecionados utilizaram análises estatísticas via modelagem de equações estruturais. Dessa forma, para avaliação da qualidade metodológica de cada estudo, considera-se que um instrumento apropriado para tal objetivo deva ser capaz de avaliar especificamente a qualidade metodológica de estudos transversais que empregam a modelagem de equações estruturais como alternativa analítica.

Foram empreendidas buscas com o objetivo de encontrar uma ferramenta para avaliação da qualidade metodológica dos estudos, entretanto não foi localizado uma ferramenta apropriada e optou-se pela elaboração de uma ferramenta capaz de atender às especificidades dessa revisão. A construção da ferramenta envolveu um trabalho coletivo do pesquisador e orientadora em parceria com professora doutora, associada ao Departamento de Enfermagem Médico-Cirúrgica da Escola de Enfermagem da Universidade de São Paulo, *expert* na área de construção e adaptação de instrumento psicométricos, com pós-doutorado em Psicometria pelo Laboratório de Métodos Psicométricos e Experimentais da Universidade de Quebec em Trois-Rivières.

De acordo com Hair et al. (2019), pesquisas que realizam análises de dados via modelagem de equações estruturais (SEM) devem seguir etapas específicas em seu processo de desenvolvimento. Pesquisas que utilizam a técnica multivariada de SEM baseadas em covariância (CB-SEM) devem ser conduzidas considerando seis etapas: 1) definição dos construtos individuais; 2) desenvolvimento do modelo geral de mensuração, 3) delineamento de estudo para produzir resultados empíricos, 4) avaliação da validade do modelo de mensuração, 5) especificação do modelo estrutural, 6) avaliação da validade do modelo estrutural. Pesquisas que utilizam a técnica de SEM pelo método dos mínimos quadrados parciais (PLS-SEM) devem considerar cinco estágios: 1) definição de objetivos de pesquisa e seleção de construtos, 2) delineamento de estudo para produzir resultados empíricos, 3) especificação dos modelos de mensuração e estrutural, 4) avaliação da validade do modelo de mensuração, 5) avaliação da validade do modelo estrutural.

Com base nesses critérios e observando-se as recomendações específicas feitas para cada uma dessas etapas propostas por Hair et al. (2019), foi construída uma ferramenta com 11 critérios para ser utilizada na avaliação da qualidade metodológica dos estudos incluídos nessa revisão sistemática. Esses critérios são: 1) O artigo apresenta a operacionalização dos construtos, fornecendo definição teórica dos mesmos?; 2) O artigo indica como a abordagem de seleção dos itens foi feita?; 3) O artigo apresenta propriedades psicométricas das escalas utilizadas ou apresenta os procedimentos adotados para o processo de validação da escala?; 4) O artigo apresenta os pressupostos teóricos que justificam o estabelecimento do modelo de mensuração e estrutural?; 5) O artigo apresenta evidências, considerando os dados obtidos pelo próprio estudo, de que é possível estabelecer inferência causal (princípios de causalidade)?; 6) O artigo apresenta evidências para suportar as especificações (hipóteses) estabelecidas no modelo entre os construtos independentes/exógenos e dependentes/endógenos?; 7) O artigo informa



características dos dados utilizados (Ex.: ordinal/likert, normalidade)?; 8) O artigo informa as decisões tomadas para lidar com possíveis dados perdidos (*missing data*) e valores atípicos (*outliers*)?; 9) O artigo apresenta informações e atende aos requisitos de tamanho mínimo da amostra?; 10) O artigo apresenta evidências de validade do modelo de mensuração?; 11) O artigo apresenta evidências de validade do modelo estrutural?

A sistematização dessa análise foi feita via formulário eletrônico (Google Forms), realiza pelos revisores (R1, R2) de forma independente. Em casos de discordância, o R3 foi acionado. Cada um dos critérios pode ser respondido com as opções “sim”, “não”, “parcialmente”. Os níveis de qualidade metodológica para cada estudo se basearam no seguinte critério: alta, com número de respostas positivas (sim) igual ou superior a nove; médio, com número de respostas positivas (sim) igual ou superior a seis e inferior a nove; baixa, com número de respostas positivas (sim) igual ou inferior a cinco. Um campo para comentários foi deixado abaixo de cada questão para que fossem incluídas justificativas detalhadas nas ocasiões de respostas parciais ou negativas. A ferramenta elaborada para análise de risco de viés encontra-se no Apêndice 02.

## Resultados da revisão sistemática

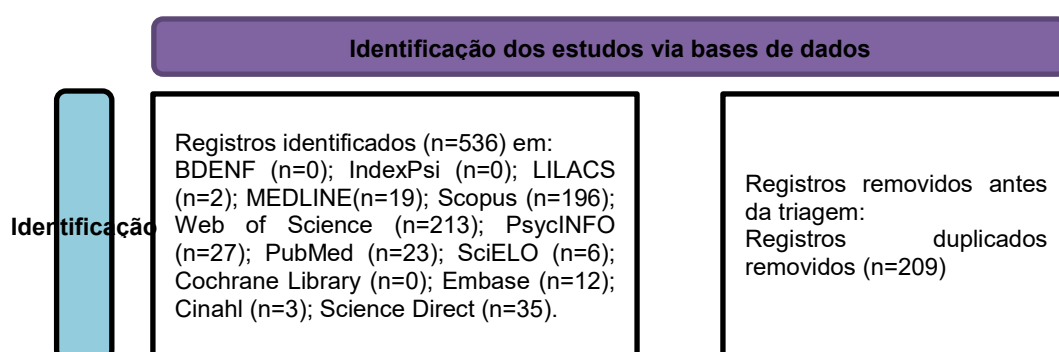
### Seleção de estudos

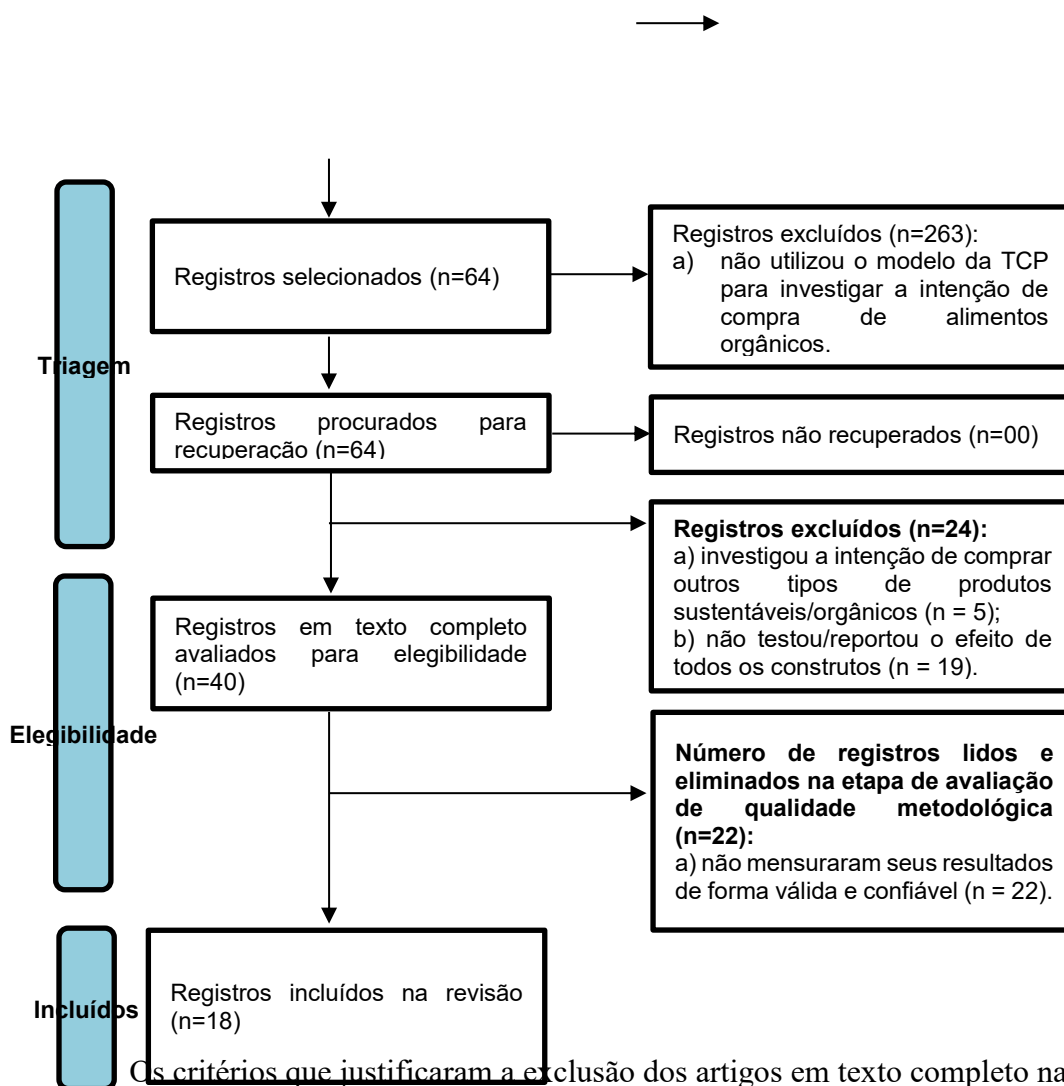
O número de estudos identificados no processo de busca nas bases de dados foi de 536 pesquisas. O número de relatos duplicados foi de 209 pesquisas. Após a exclusão dos estudos duplicados, o número de pesquisas incluídas para Fase 1 foi de 327. Na triagem dos estudos foram selecionados 64 estudos para Fase 2 e excluídos 263 estudos.

O processo realizado durante a Fase 2 equivale à triagem dos estudos (leitura integral do manuscrito), considerando os critérios de elegibilidade. Os artigos excluídos durante a Fase 2 foram classificados de acordo com os respectivos critérios que justificaram sua exclusão (Apêndice 3). Ao término dessa etapa foram considerados incluídos 40 estudos e excluídos 24 estudos. O fluxograma do processo de seleção dos estudos pode ser observado na Figura 2.

Figura 2

*Fluxograma do processo de seleção dos estudos (Page et al., 2021)*



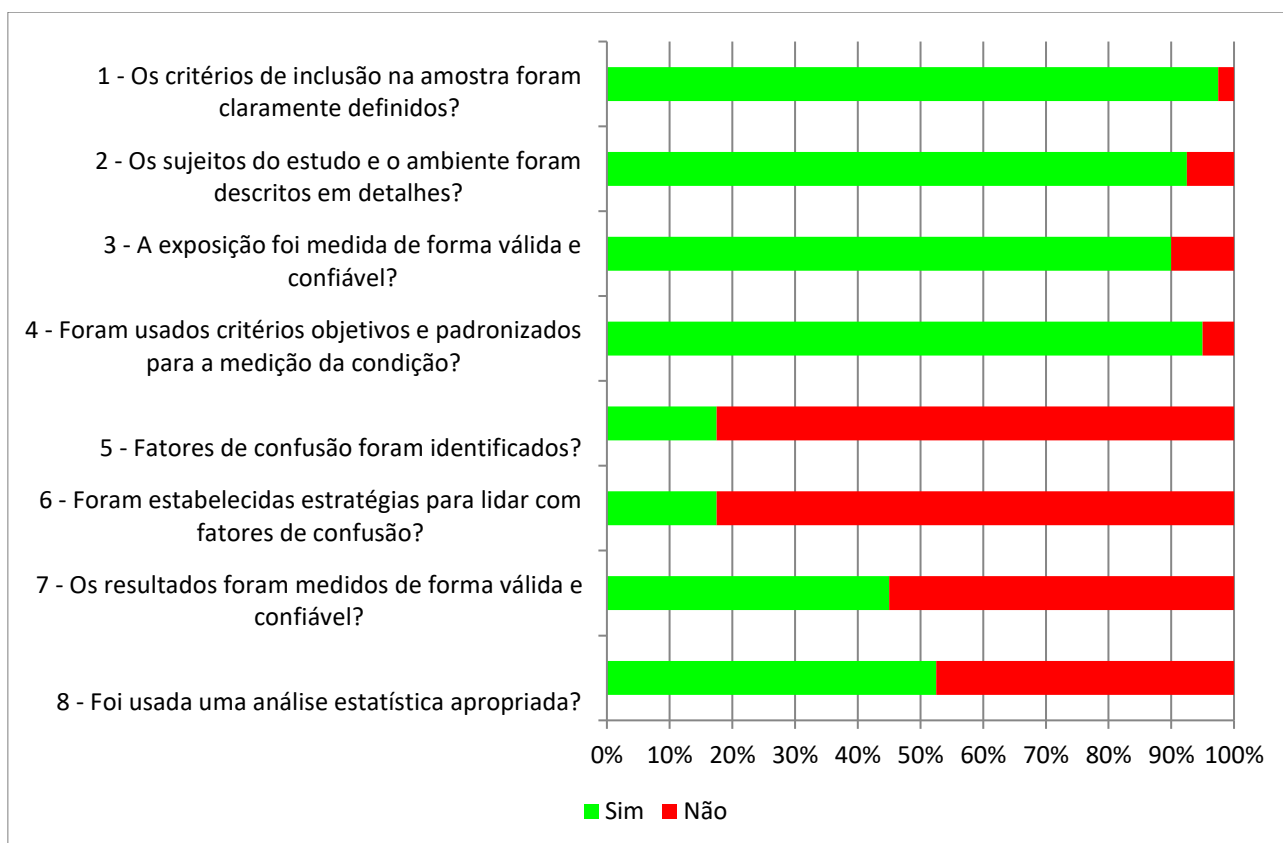


Os critérios que justificaram a exclusão dos artigos em texto completo na seleção foram: 1) ser uma pesquisa que investigou a intenção de comprar/consumir outros tipos de produtos sustentáveis/orgânicos (Ex.: produtos orgânicos de modo geral) (N = 05); 2) ser uma pesquisa que não testou e reportou o efeito e nível de significância ( $\beta$ , p-valor) de todos os construtos da teoria do comportamento planejado (atitudes, normas subjetivas e controle comportamental percebido) (N = 19).

O processo de avaliação utilizando a ferramenta para análise crítica de estudos transversais do JBI revelou que 82,50% (n = 33) dos estudos não identificaram fatores de confusão ou estabeleceram estratégias para lidar com fatores de confusão. A avaliação geral dos estudos pode ser observada no Apêndice 4. Na Figura 3 pode ser observado o percentual de respostas (sim/não) obtidas para cada item da ferramenta.

Figura 3

*Critical Appraisal Checklist for Analytical Cross-Sectional Studies*



Com relação à avaliação de qualidade metodológica com base nos critérios elencados em Hair et al. (2019), destaca-se que 55% ( $n = 22$ ) dos estudos levantados não mensuraram seus resultados de forma válida e confiável. Esses estudos não fornecem evidências mínimas de validade dos modelos de mensuração ou estruturais (Ex.: evidências baseadas na estrutura interna de convergência e discriminância dos itens e construtos). Ao término do processo de avaliação da qualidade metodológica foram excluídos 22 estudos e restaram 18 estudos, incluídos para síntese qualitativa. No que se refere aos estudos que foram excluídos no processo de avaliação da qualidade metodológica, o critério definidor da exclusão foi a seguinte questão: “Os resultados foram medidos de forma válida e confiável?”. Ou seja, vários estudos não apontaram evidências mínimas de trabalhos anteriores ou evidências com base nos dados da própria pesquisa acerca da validade das medidas utilizadas, baseadas no conteúdo e na estrutura interna do instrumento (American Educational Research Association, American Psychological Association, & National Council on Measurement in Education, 2014). A síntese da avaliação de qualidade metodológica encontra-se no Apêndice 05.

### **Características dos estudos**

Todos os estudos incluídos ao término do processo de seleção utilizaram o delineamento de levantamento (*survey*) e a maioria optou pelo tipo de amostragem por conveniência, com exceção do trabalho de Aitken et al. (2020), que utilizou amostragem representativa (censo) da população da Nova Zelândia, com quotas para idade, gênero, escolaridade, renda, etnia e localização geográfica. Os 18 estudos encontrados testaram a aplicabilidade do modelo da TCP, considerando amostras de 23 países. Com relação ao país de origem, as amostras obtidas são majoritariamente do continente asiático (13), seguidas por amostras da América do Sul (3), África (3), Europa (2), América do Norte (1) e Oceania (1).

Os 18 estudos foram publicados pelas revistas: *Appetite*, *British Food Journal* (2), *Bioscience Journal*, *Ciência Rural*, *Food Quality and Preference* (2), *Food Science and Technology*, *International Business Management*, *International Journal of Applied Business and Economics Research*, *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, *Journal of Cleaner Production*, *Revista Administração em Diálogo*, *Revista de Gestão Social e Ambiental*, *Sustainability* (4).

Com relação à utilização de medidas do comportamento, 12 estudos não consideraram medidas relacionadas com o comportamento. Aitken et al. (2020), Bai et al. (2019), Demirtas (2019), Fleseriu et al. (2020), Ham et al. (2018), Saleki et al. (2019) utilizaram medidas de autorrelato (frequência do comportamento passado). Descrições com as principais características dos estudos podem ser observadas na Tabela 3.

Tabela 3

*Características dos estudos*

Referência	País	Participantes	Tamanho da amostra	Sexo biológico	Média de idade (desvio padrão) ou faixa etária	Análise de dados	Comportamento (alvo da intenção)
Aitken et al. (2020)	Nova Zelândia	Consumidores da Nova Zelândia ( <i>New Zealand consumers</i> )	1052	F (59,00%), M (41,00%)	43,00 (16,40)	CB-SEM	Intenção de compra de alimentos orgânicos ( <i>intention to purchase organic food</i> )
Asif et al. (2018)	Paquistão	Entrevistados de classe média com base em seu nível de renda ( <i>Respondents of middle class based on their income level</i> )	271	F (21,00%), M (79,00%)	n.i.	CB-SEM	Intenção de compra de alimentos orgânicos ( <i>intention to purchase organic food</i> )
	Turquia		245	F (35,50%), M (64,50%)			
	Irã		220	F (41,80%), M (58,20%)			
Bai et al. (2019)	China	Participantes com mais de 18 anos ( <i>Participants over 18 years</i> )	1750	F (53,90%), M (46,10%)	Entre 18 e 35 anos (68,30%)	CB-SEM	Intenção de compra de alimentos orgânicos ( <i>purchase intention toward organic food</i> )
Boobalan et al. (2021)	Índia	Consumidor de plataforma de crowdsourcing ( <i>Consumer of crowdsourcing platform</i> )	471	F (47,77%), M (52,23%)	29,4 (n.i.)	PLS-SEM	Intenção de compra de alimentos orgânicos ( <i>purchase intention of organic food</i> )
	USA		440	F (61,60%), M (38,40%)	37,10 (n.i.)		
Branco et al. (2019)	Brasil	Consumidores de frutas, legumes e hortaliças orgânicas	251	F (73,50%), M (26,50%)	Entre 20 a 25 anos (28,90%)	CB-SEM	Intenção de compra de frutas, legumes e hortaliças orgânicas.
Demirtas (2019)	Turquia	Consumidores nas proximidades de grandes shoppings. Adultos maiores de 18 anos ( <i>Consumers in the vicinity of large shopping malls. Adults who are over 18 years of age</i> )	431	F (43,85%), M (56,15%)	Entre 25 e 34 anos (31,32%)	CB-SEM	Intenção de consumo de alimentos orgânicos ( <i>intention of organic food consumption</i> )
Fleseriu et al. (2020)	Romênia	Consumidores ativos de produtos orgânicos ( <i>Active organic product consumers</i> )	325	F (76,00%), M (24,00%)	Entre 24 e 38 anos (58%)	PLS-SEM	Intenção de compra de alimentos orgânicos

							<i>(intention to buy organic food)</i>
Ham et al. (2018)	Croácia	Consumidores que mais fazem compras para suas casas ( <i>Shoppers who does the most grocery shopping for your household</i> )	411	F (75,20%), M (20,80%)	42,03 (13,00)	CB-SEM	Intenção de compra de alimentos orgânicos ( <i>intention to purchase organic food</i> )
Kashif et al. (2020)	Paquistão	Entrevistados de classe média com base em seus níveis de renda mensal ( <i>Middle-class respondents based on their monthly income levels</i> )	341	F (39,90%), M (60,10%)	n.i.	CB-SEM	Intenção de compra de alimentos orgânicos ( <i>intent to buy organic food</i> )
	Malásia		280	F (33,90%), M (66,10%)			
Nguyen et al. (2019)	Vietnã	Consumidores urbanos ( <i>Urban consumers</i> )	572	F (59,79%), M (40,21%)	29,47 (n.i.)	CB-SEM	Intenção de compra de alimentos orgânicos ( <i>organic food purchase intention</i> )
Pacho (2020)	Tanzânia	Consumidores de classe média, responsáveis pelas compras de alimentos da família que consomem alimentos orgânicos pelo menos três vezes por semana. ( <i>Middle-class consumers, responsible for the family's grocery shopping who consume organic foods at least three times a week</i> )	730	F (77,40%), M (22,60%)	Entre 46 e 55 anos (40,10%)	CB-SEM	Intenção de compra de alimentos orgânicos ( <i>purchase intention of organic food</i> )
Rahman & Noor (2016)	Bangladesh	Consumidores que visitaram lojas de alimentos orgânicos ( <i>Consumers who visited organic food stores</i> )	154	F (53,90%), M (46,10%)	Entre 36 e 45 anos (34,40%)	PLS-SEM	Intenção de compra de alimentos orgânicos ( <i>organic food purchase intention</i> )
Reis Neto et al. (2019)	Brasil	Consumidores de modo geral	472	F (51,00%), M (49,00%)	n.i.	PLS-SEM	(Intenção de compra de vegetais orgânicos ( <i>intention to buy organic vegetables</i> ))
Saleki et al. (2019)	Malásia	Consumidores de alimentos orgânicos maiores de 18 anos ( <i>Consumers of organic food who were more than 18 years old</i> )	246	F (51,20%), M (48,80%)	Entre 36 e 45 anos (37,80%)	PLS-SEM	Intenção de compra de alimentos orgânicos ( <i>intention to purchase organic food</i> )

Tuan & Vinh (2016)	Vietnã	Indivíduos com 18 anos de idade ou mais ( <i>Individuals who were 18 years of age or older</i> )	352	F (72,45%), M (27,55%)	Entre 18 e 45 anos (81,70%)	CB-SEM	Intenção de compra de alimentos orgânicos ( <i>intention to purchase organic food</i> )
Verga et al. (2020)	Brasil	Consumidores de alimentos orgânicos	639	F (51,00%), M (49,00%)	31,55 (10,99)	CB-SEM	Intenção de compra de alimentos orgânicos
Wang et al. (2019)	Tanzânia	Consumidores de classe média com base no nível de renda ( <i>Middle-class consumers based on income level</i> )	331	F (75,20%), M (24,80%)	n.i.	CB-SEM	Intenção de compra de alimentos orgânicos ( <i>intention to buy organic food</i> )
	Quênia		350	F (68,30%), M (31,70%)			
Yadav & Pathak (2016)	Índia	Consumidores jovens ( <i>Young consumers</i> )	220	F (45,00%), M (55,00%)	Entre 28 e 30 anos (46%)	CB-SEM	Intenção de compra de alimentos orgânicos ( <i>intention to purchase organic food</i> )

**Nota.** Todos os estudos utilizaram o delineamento transversal (*cross-sectional*) com instrumento de autorrelato (*self-report*). n.i. = não informado. CB-SEM = modelagem de equações estruturais baseada em covariância. PLS-SEM = modelagem de equações estruturais via método dos mínimos quadrados parciais.

## Resultados de estudos individuais

Esta revisão considerou uma amostra de 18 estudos que apresentam evidências de 23 modelos testados, baseados na TCP. Esses estudos conformam uma amostra de 10.554 consumidores. As atitudes demonstraram efeito significativo como preditoras da ICAO na maior parte dos estudos, com exceção do estudo desenvolvido por Asif et al. (2018), na Turquia. As normas subjetivas também demonstraram efeito significativo como preditoras da ICAO na maior parte dos estudos, com exceção das pesquisas desenvolvidas por Bai et al. (2019) e Yadav & Pathak (2016), respectivamente na China e Índia. O CCP demonstrou ser um preditor com efeito significativo em 10 dos 18 estudos analisados. Os coeficientes de correlação ( $r$ ), coeficientes de regressão padronizados ( $\beta$ ) e coeficientes de explicação ( $R^2$ ) dos modelos podem ser observados na Tabela 4.

Tabela 4

*Coefficientes de correlação ( $r$ ), de regressão padronizados ( $\beta$ ) e de explicação ( $R^2$ )*

REFERÊNCIA	PAÍS	ATT x INT ( $r$ )	NS x INT ( $r$ )	CCP x INT ( $r$ )	ATT → INT ( $\beta$ )	NS → INT ( $\beta$ )	CCP → INT ( $\beta$ )	$R^2$
Rahman & Noor (2016)	Bangladesh	0,242*	0,293*	0,104*	0,151*	0,229*	0,026	0,106
Branco et al. (2019)	Brasil	0,370*	0,490*	0,250*	0,250**	0,370**	0,200**	0,610
Reis Neto et al. (2019)	Brasil	0,297*	0,392*	0,305*	0,151***	0,273***	0,263***	0,278
Verga et al. (2020)	Brasil	0,820*	0,620*	0,640*	0,301***	0,081*	0,148***	0,800
Bai et al. (2019)	China	0,436**	0,436**	0,311**	0,610**	-0,080	0,130*	0,580
Ham et al. (2018)	Croácia	0,626*	0,682*	0,573*	0,178*	0,259**	0,368**	0,870
Boobalan et al. (2021)	Índia	0,670*	0,650*	0,500*	0,220**	0,270**	0,140**	0,530
Yadav & Pathak (2016)	Índia	0,550*	-0,02	0,150*	0,198*	0,045	0,229**	0,318
Asif et al. (2018)	Irã	n.i.	n.i.	n.i.	0,139***	0,111*	0,153	0,680
Wang et al. (2019)	Quênia	0,130*	0,660**	0,160**	0,145***	0,112**	0,153	0,760
Kashif et al. (2020)	Malásia	n.i.	n.i.	n.i.	0,193**	0,097***	0,285	n.i.
Saleki et al. (2019)	Malásia	0,620*	0,542*	0,581*	0,280*	0,190*	0,240*	0,620
Aitken et al. (2020)	Nova Zelândia	0,700*	0,630*	0,150*	0,710*	0,110*	0,070*	0,710
Asif et al. (2018)	Paquistão	n.i.	n.i.	n.i.	0,257***	0,103***	-0,011	0,810
Kashif et al. (2020)	Paquistão	n.i.	n.i.	n.i.	0,171***	0,132***	0,142	n.i.
Fleseriu et al. (2020)	Romênia	0,757*	0,731*	0,587*	0,345***	0,244***	0,138**	0,668
Pacho (2020)	Tanzânia	0,428*	0,227*	0,084*	0,390***	0,130***	-0,070	n.i.
Wang et al. (2019)	Tanzânia	0,420*	0,290**	0,560*	0,101**	0,202***	0,312**	0,890
Asif et al. (2018)	Turquia	n.i.	n.i.	n.i.	0,084	0,167**	0,077	0,710
Demirtas (2019)	Turquia	n.i.	n.i.	n.i.	0,129*	0,581***	0,209**	0,610
Boobalan et al. (2021)	USA	0,670*	0,650*	0,500*	0,400**	0,240**	0,210**	0,570
Nguyen et al. (2019)	Vietnã	0,573**	0,578**	0,528**	0,389**	0,384**	0,250**	0,666
Tuan & Vinh (2016)	Vietnã	n.i.	n.i.	n.i.	0,264***	0,282***	0,333***	n.i.

*Nota.* ATT = Atitudes. NS = Normas Subjetivas. CCP = Controle Comportamental Percebido. INT = Intenção Comportamental.  $r$  = coeficiente de correlação.  $\beta$  = coeficiente de regressão padronizado.  $R^2$  = coeficiente de explicação do modelo. n.i. = não informado. \* =  $p < 0,05$ . \*\* =  $p < 0,01$ . \*\*\* =  $p < 0,001$ .



Em média, as atitudes e a intenção comportamental apresentaram uma correlação de 0,509. A média das correlações entre as normas subjetivas e a intenção comportamental foi de 0,480 e a média das correlações entre CCP e intenção comportamental foi de 0,366. Os modelos propostos conseguiram explicar, em média, 62% da variância da intenção comportamental.

### Avaliação da qualidade metodológica de cada estudo

A avaliação da qualidade metodológica dos estudos incluídos na revisão sistemática indica que o conjunto de artigos possui limitações, como pode ser observado na Tabela 05. Apenas 5 estudos relataram características dos dados utilizados (item 7), informando aspectos relacionados à normalidade dos dados e tipo de escala utilizada (Ex.: 5-pontos, 7-pontos). Os artigos que atingiram parcialmente esse critério (12) apenas mencionaram as características da escala utilizada sem relatar aspectos de normalidade dos dados. Com relação às decisões tomadas para lidar com *missing data* e *outliers* (item 8), apenas 6 estudos mencionam como lidaram com tais problemas e 8 estudos não mencionaram quaisquer informações relacionadas com tais aspectos.

Tabela 05

*Sumarização da avaliação da qualidade metodológica de cada estudo*

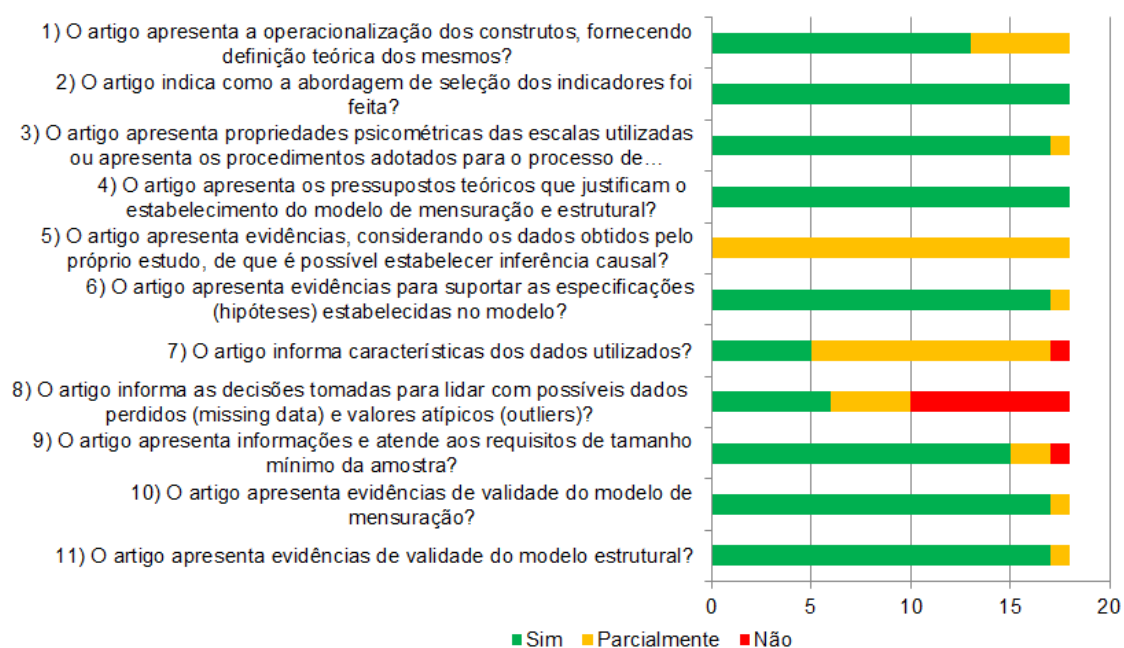
Referência	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Número de critérios atendidos	Percentual de critérios atendidos
Aitken et al. (2020)	S	S	S	S	P	S	S	N	S	S	S	9	81,82
Asif et al. (2018)	P	S	S	S	P	S	P	N	N	S	S	6	54,55
Bai et al. (2019)	S	S	S	S	P	S	N	P	S	S	S	8	72,73
Boobalan et al. (2021)	S	S	S	S	P	S	S	N	S	S	S	9	81,82
Branco et al. (2019)	S	S	S	S	P	S	S	S	P	S	S	9	81,82
Demirtas (2019)	S	S	S	S	P	S	P	N	S	S	S	8	72,73
Fleseriu et al. (2020)	S	S	S	S	P	S	P	S	S	S	S	9	81,82
Ham et al. (2018)	S	S	S	S	P	S	P	P	S	S	S	8	72,73
Kashif et al. (2020)	P	S	S	S	P	S	P	S	S	S	S	8	72,73
Nguyen et al. (2019)	S	S	S	S	P	S	P	N	S	S	S	8	72,73
Pacho (2020)	S	S	S	S	P	S	P	N	S	S	S	8	72,73
Rahman & Noor (2016)	P	S	S	S	P	S	P	S	S	S	S	8	72,73
Reis Neto et al. (2019)	P	S	P	S	P	P	P	N	S	P	P	3	27,27
Saleki et al. (2019)	P	S	S	S	P	S	P	P	S	S	S	7	63,64
Tuan & Vinh (2016)	S	S	S	S	P	S	P	N	P	S	S	10	90,91
Verga et al. (2020)	S	S	S	S	P	S	S	S	S	S	S	9	81,82
Wang et al. (2019)	S	S	S	S	P	S	S	P	S	S	S	9	81,82
Yadav & Pathak (2016)	S	S	S	S	P	S	P	S	S	S	S	8	72,73
<b>Média:</b>												<b>7,89</b>	<b>71,72</b>

**Nota.** 1 = O artigo apresenta a operacionalização dos construtos, fornecendo definição teórica dos mesmos?; 2 = O artigo indica como a abordagem de seleção dos itens foi feita (escalas de pesquisas anteriores, desenvolvimento de novas escalas)?; 3 = O artigo apresenta propriedades psicométricas das escalas utilizadas (abordagem para escalas de pesquisas anteriores) ou apresenta os procedimentos adotados para o processo de validação da escala (Ex.: análise do instrumento por especialistas, análise semântica dos itens por comissão, pré-teste ou estudo piloto, outras evidências de estudos anteriores)?; 4 = O artigo apresenta os pressupostos teóricos que justificam o estabelecimento do modelo de mensuração e estrutural?; 5 = O artigo apresenta evidências, considerando os dados obtidos pelo próprio estudo, de que é possível estabelecer inferência causal (princípios de causalidade)?; 6 = O artigo apresenta evidências para suportar as especificações (hipóteses) estabelecidas no modelo entre os construtos independentes/exógenos e dependentes/endógenos?; 7 = O artigo informa características dos dados utilizados (Ex.: ordinal/likert, normalidade)?; 8 = O artigo informa as decisões tomadas para lidar com possíveis dados perdidos (*missing data*) e valores atípicos (*outliers*)?; 9 = O artigo apresenta informações e atende aos requisitos de tamanho mínimo da amostra?; 10 = O artigo apresenta evidências de validade do modelo de mensuração: tamanho e significância das cargas do itens, confiabilidade do construto, validade convergente e validade discriminante?; 11 = O artigo apresenta evidências de validade do modelo estrutural?; S = Sim; P = Parcialmente; N = Não.

A avaliação do critério relacionado com a apresentação de evidências para estabelecer inferência causal foi feita considerando os critérios de causalidade propostos por Hill (1965): 1) força da associação; 2) consistência; 3) especificidade - exposição específica causa a doença; 4) temporalidade; 5) gradiente biológico; 6) plausibilidade biológica; 7) coerência; 8) evidências experimentais; 9) analogia. O fato de o conjunto de estudos dessa revisão seguir um delineamento de pesquisa de levantamento transversal faz com que vários dos critérios de causalidade de Hill não possam ser atendidos. Isso é evidenciado pela observação do item 5 da Figura 4, onde consta uma descrição geral da avaliação da qualidade metodológica dos estudos.

Figura 4

*Avaliação geral da qualidade metodológica dos estudos incluídos na revisão sistemática*



Nenhum dos estudos atendeu plenamente o critério relacionado com a apresentação de evidências para estabelecer inferência causal. Com relação aos critérios de Hill (1965) que podem ser constatados nos estudos, destacam-se: 1) força da associação, quanto mais forte uma associação, mais provável que seja causal; 2) consistência, a relação deve ser condizente com os achados de outros estudos; 6) plausibilidade biológica, a associação deve ter uma explicação plausível, concordante com o nível atual de conhecimento teórico; 7) Coerência, os achados devem seguir o paradigma da ciência atual.

### **Discussão da revisão sistemática**

O conjunto de evidências encontradas por essa revisão confirma a eficácia da TCP como modelo explicativo da ICAO. Em consonância com os resultados apontados pelas revisões de Han e Stoel (2017) e Scalco et al. (2017), as atitudes desempenham o papel principal na formação da ICAO, seguidas pelas normas subjetivas e pelo CCP. A ICAO apresenta correlações de nível aproximado com as atitudes e as normas subjetivas, enquanto o CCP apresenta um nível de correlação de menor valor.

Ressalta-se que as evidências encontradas se referem a estudos transversais com medidas de autorrelato que possuem limitada capacidade explicativa (preditiva ou de causalidade). A maior limitação do conjunto de estudos considerados nessa revisão diz respeito à ausência de considerações acerca da identificação de fatores de confusão e de estratégias para lidar com fatores de confusão. Não obstante, uma grande parcela de estudos rastreados foi excluída por falta de evidências mínimas de validade de conteúdo e de estrutura interna das medidas utilizadas. Destaca-se que não foi realizado contato com os autores dos estudos selecionados para retirar possíveis dúvidas com relação às informações avaliadas ou solicitar informações adicionais sobre cada estudo. Portanto, não se pode dizer que as medidas utilizadas pelos estudos excluídos durante o processo de elegibilidade sejam inválidas, mas as informações necessárias para que tais conclusões fossem feitas não estavam disponíveis explicitamente nos artigos.

A TCP estabelece um modelo psicológico sólido que tem demonstrado, mais do que outros, ser capaz de explicar os principais fatores antecedentes de escolhas alimentares relacionadas com o consumo de alimentos orgânicos (Peattie, 2010, Scalco et al., 2017). O conjunto de evidências levantado por essa revisão consubstancia as conclusões já apresentadas por Han e Stoel (2017) e Scalco et al. (2017). Essas evidências são úteis às organizações que constituem a cadeia de produção de alimentos orgânicos,

aos profissionais relacionados com as áreas de marketing e publicidade e às organizações que tem por objetivo promover novos padrões comportamentais voltados ao alcance de um desenvolvimento sustentável.

As atitudes com relação à compra de alimentos orgânicos se consolidam como o melhor preditor da ICAO. Segundo Hemmerling, Hamm e Spiller (2015), o conjunto de crenças comportamentais que consolidam as atitudes com relação à compra de alimentos orgânicos pode ser representado por duas dimensões, atribuições altruístas e utilitaristas. Entretanto, de acordo com Hemmerling et al. (2015), embora os consumidores relatem comprar alimentos orgânicos considerando atributos altruístas (Ex.: preocupação ambiental, apoio aos agricultores), são as atribuições utilitaristas que exercem maior influência sobre o consumo de alimentos orgânicos, principalmente no que se refere à percepção de serem alimentos saudáveis, que proporcionam bem-estar, qualidade de vida e segurança alimentar. Desta forma, estratégias de promoção devem levar em consideração a formulação de mensagens com apelos voltados para tais questões.

As normas subjetivas, relacionadas com a percepção da pressão dos pares (Ex.: cônjuges, familiares, amigos, etc.), apresentam evidências que a posicionam como segundo preditor da ICAO. Apenas os estudos de Bai et al. (2019) e Yadav & Pathak (2016) não encontraram evidência de efeito significativo para o construto como preditor. De acordo com Lodorfos e Dennis (2008), uma vez constatado o efeito significativo das normas subjetivas, campanhas voltadas à promoção de alimentos orgânicos devem considerar quem são as figuras principais que exercem pressão social sobre os consumidores em determinado contexto, pois a opinião de tais figuras é levada em consideração durante o processo decisório.

Os estudos de Guido, Prete, Peluso, Maloumby-Baka e Buffa (2010) e Nguyen, Lobo e Greenland (2017) recomendam que estratégias promocionais considerem a comunicação de mensagens que envolvam fontes confiáveis e se utilizando de figuras públicas (Ex.: líderes, influenciadores). O conteúdo das mensagens também pode ser planejado com o objetivo de frisar que familiares, assim como outros possíveis grupos influentes, esperam que os consumidores optem pela compra de alimentos orgânicos.

Por último, mas não menos importante, o CCP demonstrou exercer um papel importantes como preditor da ICAO. De acordo com Yadav e Pathak (2016), as crenças sobre os fatores impeditivos relacionados com a compra de alimentos orgânicos se referem a duas dimensões principais: percepção de que os alimentos orgânicos são caros; percepção de que os alimentos orgânicos não estão facilmente disponíveis.

Mensagens persuasivas destacando os benefícios associados ao consumo de alimentos orgânicos (atitudes) colaboram para maximizar a percepção de valor associado ao produto e, conseqüentemente, atenuam a percepção de que alimentos orgânicos são caros (Yadav & Pathak, 2016, Chaudhary & Bisai, 2018; Al Mamum, Mohamad, Yaacob, & Mohiuddin, 2018). Chaudhary e Bisai (2018) recomendam que esforços sejam direcionados para melhoria e abertura de novos canais de distribuição dos alimentos orgânicos, principalmente próximos às áreas de maior circulação de consumidores, com o objetivo de aumentar a percepção de controle sobre a compra de alimentos orgânicos.

Quatro aspectos se destacam como limitações identificadas entre os estudos dessa revisão: a) foram identificados apenas estudos transversais; b) os estudos utilizam apenas instrumentos com medidas de autorrelato; c) nenhum dos estudos oferece evidências robustas para estabelecer inferência causal; d) são poucos os estudos que levam em consideração a identificação de fatores de confusão e a formulação de estratégias para lidar com fatores de confusão. Entende-se que estas fragilidades dos estudos apontam para importância de considerar essas questões em estudos futuros, optando por delineamentos de pesquisa que permitam alcance explicativo com utilização de medidas de comportamento real (Ex.: autorrelato sobre a frequência de compra de alimentos orgânicos – medidas do comportamento passado) e utilização de variáveis de controle.

Embora não exista um consenso entre as pesquisas internacionais, os trabalhos de Hughner, McDonagh, Prothero, Shultz e Stanton (2007), Dettmann e Dimitri (2009), Pearson, Henryks e Jones (2011), e Dimitri e Dettmann (2012) apresentam evidências sobre a existência de correlação entre variáveis sociodemográficas e os consumidores de alimentos orgânicos. As evidências dos trabalhos mencionados apontam que os consumidores de alimentos orgânicos apresentam maior probabilidade de serem: a) do sexo feminino; b) com maior faixa etária; c) maior nível de escolaridade; d) maior renda; e) casados. A implementação de análise multigrupo via modelagem de equações estruturais são recomendadas como possibilidades de estudos futuros, com o objetivo de verificar se há diferença estatisticamente significativa nos parâmetros de um modelo testado considerando grupos sociodemográficos distintos – avaliação da heterogeneidade observada (Hair et al., 2019). Incluir variáveis de controle sociodemográficas é uma alternativa viável para lidar com fatores de confusão.

### **Desenvolvimento das hipóteses da pesquisa**

As revisões sistemáticas com meta-análise realizadas por Scalco et al. (2017), Han e Stoel (2017) e Iwaya et al. (2022) confirmam a eficácia do modelo da TCP. As atitudes, normas subjetivas e o CCP exercem efeito significativo sobre as respectivas intenções de compra de alimentos orgânicos e de produtos sustentáveis. Pesquisas internacionais recentes realizadas na Croácia (Ham et al., 2018), nos EUA e Índia (Boobalan et al., 2021), Malásia (Saleki et al., 2019), Nova Zelândia (Aitken et al., 2020), Romênia (Fleșeriu et al., 2020), Tanzânia (Wang et al., 2019) e Turquia (Demirtas, 2019) também constataram o efeito significativo dos construtos como preditores da ICAO. No contexto brasileiro, referências em favor do modelo da TCP são apresentadas nos trabalhos de Branco et al. (2019), Reis Neto et al. (2019) e Verga et al. (2020). Com base nessas evidências são estabelecidas as seguintes hipóteses de pesquisa:

- H1.** As atitudes são preditoras da intenção de compra de alimentos orgânicos.
- H2.** As normas subjetivas são preditoras da intenção de compra de alimentos orgânicos.
- H3.** O controle comportamental percebido é preditor da intenção de compra de alimentos orgânicos.
- H4.** A intenção de compra de alimentos orgânicos é preditora do comportamento passado.
- H5.** O controle comportamental percebido é preditor do comportamento passado.

No que diz respeito à influência de variáveis sociodemográficas sobre as atitudes e a ICAO, os estudos de Magnusson et al. (2001), Radman (2005), Padilla Bravo et al. (2013) e Iriantu (2015) apontam que mulheres possuem atitudes mais favoráveis e maior ICAO. Do contrário, existem evidências que indicam não haver influência do sexo biológico sobre as atitudes (Tsakiridou et al., 2008) ou sobre a frequência de compra de alimentos orgânicos (Brjýj-Stipýeviý et al., 2013; Sultan et al., 2018). Com base nessas evidências são estabelecidas as seguintes hipóteses de pesquisa:

- H6.** Sexo biológico modera a relação entre atitudes e a intenção de compra de alimentos orgânicos.
- H7.** Sexo biológico modera a relação entre normas subjetivas e a intenção de compra de alimentos orgânicos.
- H8.** Sexo biológico modera a relação entre controle comportamental percebido e a intenção de compra de alimentos orgânicos.
- H9.** Sexo biológico modera a relação entre a intenção de compra de alimentos orgânicos e comportamento passado.

**H10.** Sexo biológico modera a relação entre o controle comportamental percebido e comportamento passado.

Os estudos de Magnusson et al. (2001) e Bryla (2016) relatam que pessoas jovens apresentam atitudes mais favoráveis em relação aos alimentos orgânicos, maior ICAO e percebem os alimentos orgânicos como mais disponíveis (de fácil acesso). Do contrário, Tsakiridou et al. (2008) apresentam evidências de que jovens possuem atitudes menos favoráveis e menor ICAO. As pesquisas de Roitner-Schobesberger et al. (2008), Nasir e Karakaya (2014) e Sultan et al. (2018) também indicam que existe uma relação positiva entre idade e frequência de compra de alimentos orgânicos, enquanto Rimal et al. (2005) relatam uma relação negativa. A pesquisa de Radman (2005) indica que idosos percebem os alimentos orgânicos como menos caros. Com base nessas evidências são estabelecidas as seguintes hipóteses de pesquisa:

**H11.** Idade modera a relação entre atitudes e a intenção de compra de alimentos orgânicos.

**H12.** Idade modera a relação entre normas subjetivas e a intenção de compra de alimentos orgânicos.

**H13.** Idade modera a relação entre controle comportamental percebido e a intenção de compra de alimentos orgânicos.

**H14.** Idade modera a relação entre a intenção de compra de alimentos orgânicos e comportamento passado.

**H15.** Idade modera a relação entre o controle comportamental percebido e comportamento passado.

Os estudos de Magnusson et al. (2001) e Tsakiridou et al. (2008) indicam que pessoas com níveis mais elevados de escolaridade apresentam atitudes mais favoráveis em relação aos alimentos orgânicos, embora Magnusson et al. (2001) apontem que essa diferença não é significativa para a ICAO. Bryla (2016) relata que a escolaridade não apresenta influência significativa sobre as atitudes com relação aos alimentos orgânicos. Os estudos de Radman (2005), Roitner-Schobesberger et al. (2008), Brjŕiŕy-Stipŕeviŕy et al. (2013) e Sultan et al. (2018) apresentam evidências de que pessoas com níveis de escolaridade elevados (graduação ou superior) tendem a comprar mais alimentos orgânicos. Do contrário, Rimal et al. (2005) relatam que a escolaridade não influencia a compra de alimentos orgânicos. Com base nessas evidências são estabelecidas as seguintes hipóteses de pesquisa:

**H16.** Escolaridade modera a relação entre atitudes e a intenção de compra de alimentos orgânicos.

**H17.** Escolaridade modera a relação entre normas subjetivas e a intenção de compra de alimentos orgânicos.

**H18.** Escolaridade modera a relação entre controle comportamental percebido e a intenção de compra de alimentos orgânicos.

**H19.** Escolaridade modera a relação entre a intenção de compra de alimentos orgânicos e comportamento passado.

**H20.** Escolaridade modera a relação entre o controle comportamental percebido e comportamento passado.

Brčić-Stipčević et al. (2013) relatam que não há diferença significativa na frequência de compra de alimentos orgânicos, considerando o estado civil. Sultan et al. (2018) também relatam que o estado civil não contribui como alternativa explicativa dos gastos semanais e do tempo de consumo de alimentos orgânicos. Em contrapartida, a pesquisa de Tung et al. (2015) demonstrou que pessoas que compartilham a residência com cônjuges consomem mais alimentos orgânicos. Com base nessas evidências são estabelecidas as seguintes hipóteses de pesquisa:

**H21.** Estado civil modera a relação entre atitudes e a intenção de compra de alimentos orgânicos.

**H22.** Estado civil modera a relação entre normas subjetivas e a intenção de compra de alimentos orgânicos.

**H23.** Estado civil modera a relação entre controle comportamental percebido e a intenção de compra de alimentos orgânicos.

**H24.** Estado civil modera a relação entre a intenção de compra de alimentos orgânicos e comportamento passado.

**H25.** Estado civil modera a relação entre o controle comportamental percebido e comportamento passado.

Tsakiridou et al. (2008) relatam que as atitudes em relação aos alimentos orgânicos se correlacionam positivamente com os níveis de renda. Por outro lado, Bryla (2016) aponta que as atitudes não apresentam diferença significativa em função de níveis de renda. Os estudos de Rimal et al. (2005), Brčić-Stipčević et al. (2013) e Sultan et al. (2018) indicam que pessoas com maior renda tendem a comprar mais alimentos orgânicos. Roitner-Schobesberger et al. (2008) também apontam que pessoas com maior renda têm maior probabilidade de terem comprado alimentos orgânicos no passado. O



estudo de Radman (2005) não encontrou diferença significativa nas frequências de compra de alimentos orgânicos, considerando a renda. Com base nessas evidências são estabelecidas as seguintes hipóteses de pesquisa:

**H26.** Renda modera a relação entre atitudes e a intenção de compra de alimentos orgânicos.

**H27.** Renda modera a relação entre normas subjetivas e a intenção de compra de alimentos orgânicos.

**H28.** Renda modera a relação entre controle comportamental percebido e a intenção de compra de alimentos orgânicos.

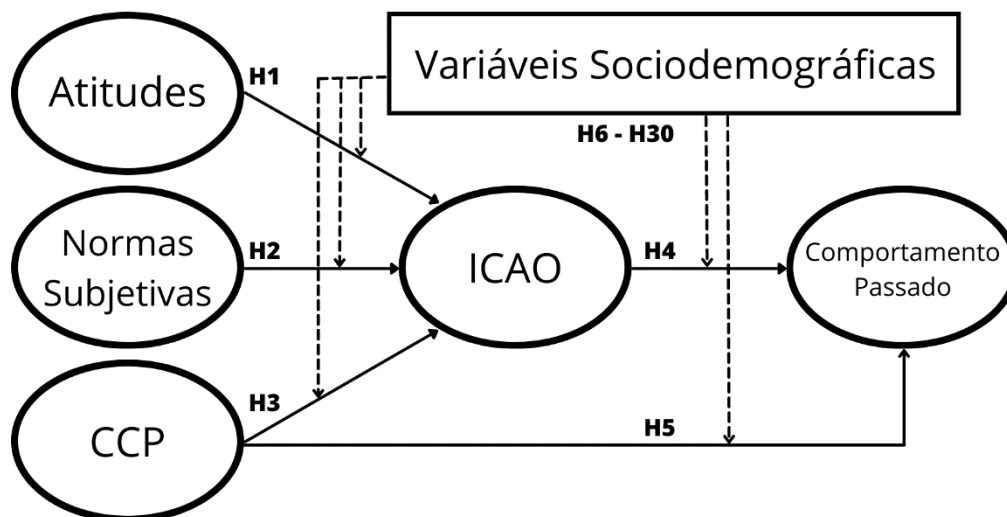
**H29.** Renda modera a relação entre a intenção de compra de alimentos orgânicos e comportamento passado.

**H30.** Renda modera a relação entre o controle comportamental percebido e comportamento passado.

O modelo conceitual (estrutural) estabelecido nessa pesquisa pode ser observado na Figura 5.

Figura 5

*Modelo conceitual da pesquisa*



As setas com linhas contínuas representam as relações hipotéticas (H1-H5) entre os construtos exógenos e endógenos estabelecidas para o modelo estrutural. As setas com linhas seccionadas representam as hipóteses de moderação exercidas pelas variáveis sociodemográficas (sexo biológico, idade, escolaridade, estado civil, renda) sobre as relações estabelecidas no modelo estrutural (H6-H30). Para cada variável sociodemográfica foram propostas cinco hipóteses de moderação no modelo estrutural.

## Método

Essa é uma pesquisa observacional analítica com delineamento transversal (Hulley et al., 2015) de levantamento *online* (Shaughnessy et al., 2012). A coleta de dados foi sistematizada via questionário, desenvolvido pelo Google Forms, com a divulgação do questionário via redes sociais do pesquisador e com a utilização de aplicativos de mensagens (Ex.: Facebook, Whatsapp, Instagram). O período da coleta de dados compreendeu o intervalo de tempo entre 15/11/2021 até 12/03/2022.

### Participantes e tamanho da amostra

A pesquisa considerou participantes residentes de todas as regiões do Brasil. Os participantes podem ser caracterizados como consumidores responsáveis pelas compras de alimentos ou que compartilham dessa responsabilidade como outros integrantes com quem compartilhem a residência (Ex.: família, amigos etc.). A estratégia de amostragem utilizada na pesquisa foi por conveniência (Shaughnessy et al., 2012). Os critérios de inclusão dos participantes no estudo foram: a) possuir idade maior ou igual a 18 anos; b) ser responsável ou parcialmente responsável pelas compras de alimentos da residência.

Para estimar o tamanho mínimo da amostra foi utilizado o *software* G\*Power 3.1.9.7 (Faul, Erdfelder, Buchner, & Lang, 2009), considerando que os construtos endógenos possuem cinco relações de predição associadas aos mesmos e estabelecendo um poder de teste de 0,95 e tamanho de efeito ( $f^2$ ) de 0,15 (Ringle, Silva, & Bido, 2014). A amostra mínima recomendada pelo *software* foi de 138 casos (participantes). Como sugestão, Ringle, Silva e Bido (2014) aconselham considerar parcimoniosamente o triplo desse valor (414 casos). O valor recomendado por Hair, Black, Babin e Anderson (2019), considerando um número de 15 casos para cada item (33) utilizado, é de 495.

A estimativa do tamanho mínimo de amostra também levou em consideração a estimativa proposta por Soper (2022) para o cálculo de tamanho de amostra *a priori* para MEE, considerando o número de variáveis observadas (33) e latentes (5) no modelo, o tamanho do efeito antecipado (0,1 = pequeno) e os níveis desejados de probabilidade (0,05) e poder estatístico (0,8) (Cohen, 1988; Westland, 2010). A estimativa de tamanho mínimo da amostra recomendada para avaliar a estrutura do modelo é de 308. A estimativa de tamanho mínimo da amostra recomendada para detecção de efeitos é de 1599. Essa pesquisa considerou o valor de 1599 casos como a referência para estimativa de tamanho mínimo da amostra para pesquisa.

### Variáveis e instrumentos de coleta de dados

O instrumento utilizado na pesquisa foi um questionário *online* dividido em seis seções: 1) de apresentação do TCLE e de confirmação do consentimento; 2) de triagem dos participantes, com a apresentação do critério de inclusão; 3) itens do modelo de mensuração – atitudes (08), normas subjetivas (08), CCP (07), ICAO (04); 4) itens de autorrelato do comportamento passado (06); 5) variáveis sociodemográficas; e 6) de agradecimentos pela participação. Como estratégia para evitar valores perdidos, todos os itens do questionário foram configurados como obrigatórios para conclusão da participação. A versão completa do questionário encontra-se no Apêndice 06.

Os itens utilizados nessa pesquisa foram adaptados para o contexto brasileiro por Iwaya (2020). Os itens foram traduzidos do inglês para o português e submetidos à avaliação semântica de conteúdo, realizada por especialista da língua inglesa (nativo da língua portuguesa). Após a tradução, um comitê formado por três pesquisadores que utilizam a TCP em suas investigações avaliou a relevância do conteúdo dos itens de acordo com sua dimensão teórica (ATT, NS, CCP, ICAO). A versão preliminar da escala foi então submetida a três *experts* para o processo de busca por evidências de validade de conteúdo do instrumento, proposto por Cassepp-Borges et al. (2010).

O trabalho de Iwaya (2020) também apresenta evidências de validade da estrutura interna da escala via análise fatorial exploratória. A medida KMO de adequação da amostragem foi considerada excelente (0,930). O teste de esfericidade de Bartlett evidenciou a rejeição da hipótese nula, confirmando a adequação da amostragem para aplicação da análise fatorial ( $\chi^2(253) = 11036,765, p < 0,001$ ). A análise fatorial foi feita utilizando o método de extração pelo eixo principal e rotação oblíqua *promax* com normalização de Kaiser. A extração dos fatores foi feita com base nos autovalores maiores que 1. Todos os itens apresentam cargas fatoriais aceitáveis ( $> 0,30$ ) em suas dimensões, sem apresentar cargas cruzadas. A solução fatorial indicou a retenção de uma estrutura de quatro fatores, com variância explicativa acumulada de 67%, conforme pressuposto *a priori* pela TCP. Os índices de confiabilidade (Alfa de Cronbach,  $\alpha$ ) dos fatores são aceitáveis: atitudes ( $\alpha = 0,91$ ); normas subjetivas, injuntivas ( $\alpha = 0,85$ ), descritivas ( $\alpha = 0,87$ ); CCP ( $\alpha = 0,85$ ), ICAO ( $\alpha = 0,92$ ). O conjunto dos itens encontra-se na Tabela 6.

Tabela 6

*Itens do modelo de mensuração da pesquisa*

Construtos		Itens
ATT		ATT1: “Eu acho que comprar alimentos orgânicos, em vez de alimentos convencionais, é...” (errado/certo).
		ATT2: "Comprar alimentos orgânicos, em vez de alimentos convencionais, faria eu me sentir..." (tolo/inteligente).
		ATT3: “Eu acho que comprar alimentos orgânicos, em vez de alimentos convencionais, é...” (inútil/útil).
		ATT4: “Eu acho que comprar alimentos orgânicos, em vez de alimentos convencionais, é...” (insensato/sensato).
		ATT5: "Comprar alimentos orgânicos, em vez de alimentos convencionais, faria eu me sentir satisfeito”.
		ATT6: “Eu acho que alimentos orgânicos são mais saborosos que alimentos convencionais”.
		ATT7: "Comprar alimentos orgânicos, em vez de alimentos convencionais, faria eu me sentir bem".
		ATT8: “Eu acho que alimentos orgânicos são mais saudáveis que alimentos convencionais”.
NS	INJUNTIVAS	NS1: “Pessoas, cuja opinião eu valorizo, aprovariam a compra de alimentos orgânicos”.
		NS2: “A maioria das pessoas que são importantes para mim gostaria que eu comprasse alimentos orgânicos”.
		NS3: “Pessoas, cuja opinião eu valorizo, gostariam que eu comprasse alimentos orgânicos”.
		NS4: “A maioria das pessoas que são importantes para mim pensam que eu deveria comprar alimentos orgânicos”.
	DESCRITIVAS	NS5: “Pessoas que são importantes para mim compram alimentos orgânicos”.
		NS6: “Sinto-me motivado(a) a comprar alimentos orgânicos, pois pessoas importantes para mim também compram alimentos orgânicos”.
		NS7: “Sinto-me motivado(a) a comprar alimentos orgânicos, pois vejo que pessoas cuja opinião eu valorizo compram alimentos orgânicos”.
		NS8: “Pessoas, cuja opinião eu valorizo, compram alimentos orgânicos”.
CCP		CCP1: “Para mim, comprar alimentos orgânicos, em vez de alimentos convencionais, é uma tarefa...” (difícil/fácil).
		CCP2: “Se eu quisesse, eu poderia comprar alimentos orgânicos em vez de alimentos convencionais”.
		CCP3: "Comprar ou não comprar alimentos orgânicos depende inteiramente da minha vontade".
		CCP4: "Estou confiante de que, se eu quiser, posso decidir por comprar alimentos orgânicos em vez de alimentos convencionais".
		CCP5: "Eu tenho dinheiro para comprar alimentos orgânicos".
		CCP6: “Minha compra de alimentos orgânicos depende apenas da minha decisão e não das condições externas”.
		CCP7: “Eu tenho tempo para comprar alimentos orgânicos”.
ICAO		INT1: “Eu vou comprar alimentos orgânicos em um futuro próximo”.
		INT2: "Eu planejo comprar alimentos orgânicos em minhas próximas compras".
		INT3: "Eu estou disposto(a) a comprar alimentos orgânicos em minhas próximas compras".
		INT4: “Eu pretendo comprar alimentos orgânicos em minhas próximas compras”.
CP		CP1: “Eu me considero um consumidor de alimentos orgânicos”.
		CP2: “Tenho o hábito de comprar alimentos orgânicos”.

---

CP3: “Tenho comprado alimentos orgânicos regularmente”.

CP4: “Considerando as vezes em que você comprou alimentos para seu próprio consumo no último mês, com que frequência você comprou alimentos orgânicos?”. (nunca/sempre).

CP5: “Considerando as vezes em que você comprou alimentos para seu próprio consumo nos últimos 2 meses, com que frequência você comprou alimentos orgânicos?”. (nunca/sempre).

CP6: “Considerando as vezes em que você comprou alimentos para seu próprio consumo nos últimos 6 meses, com que frequência você comprou alimentos orgânicos?”. (nunca/sempre).

---

*Nota.* ATT = Atitudes; NS = Normas subjetivas; CCP = Controle comportamental percebido; ICAO = Intenção de compra de alimentos orgânicos; CP = Comportamento passado.

O trabalho de Iwaya (2020) propôs duas medidas de autorrelato do comportamento: “Eu me considero um consumidor de alimentos orgânicos”; “Considerando as vezes em que você comprou alimentos para seu próprio consumo no último mês, com que frequência você comprou alimentos orgânicos?”. Com base nos trabalhos de Demirtas (2019), Dorce et al. (2021), Fleseriu et al. (2020) e Yadav e Pathak (2017), foram incluídas também como medidas de autorrelato do comportamento os itens: “Tenho o hábito de comprar alimentos orgânicos”; “Tenho comprado alimentos orgânicos regularmente”. A medida relacionada com a frequência do comportamento passado foi repetida, considerando também os períodos de dois e seis meses, similares às utilizadas pelos trabalhos de Bai et al. (2019), Onwezen et al. (2014) e Vassallo et al. (2016).

Os itens da pesquisa foram operacionalizados em escalas do tipo Likert de sete pontos (discordo totalmente / concordo totalmente) ou de diferencial semântico (Ex.: inútil/útil; difícil/fácil; nunca/sempre).

Com relação às variáveis sociodemográficas utilizadas nessa pesquisa, foram consideradas as variáveis sexo biológico, idade, escolaridade, estado civil, renda e presença de filhos na residência. A operacionalização dos grupos para posterior análise multigrupo foi feita a partir da criação de variáveis dicotômicas no banco de dados. De modo geral, a criação das variáveis dicotômicas procurou manter o maior número de casos em cada uma das categorias, com vistas a melhorar o poder estatístico nas análises multigrupo (Ex.: escolaridade, renda). Na variável idade as categorias foram divididas pelo valor da mediana da variável. A partir da variável renda, foram criadas três variáveis dicotômicas considerando as faixas de renda de até 3, até 6 e até 9, salários mínimos. Foram definidos os seguintes grupos e valores: sexo biológico, masculino = 1, feminino = 2; idade, até 44 anos = 1, 45 anos ou mais = 2; nível de escolaridade, ensino superior ou menor = 1, especialização ou maior = 2; estado civil, outros = 1, casados(as) = 2; renda

familiar, até 3 SM = 1, acima de 3 SM = 2; renda familiar, até 6 SM = 1, acima de 6 SM = 2; renda familiar, até 9 SM = 1, acima de 9 SM = 2; possui filhos, não = 1, sim = 2.

### **Cuidados éticos**

Considerando os aspectos éticos gerais, essa pesquisa adotou em sua execução o que determina a resolução nº 510/16 do Conselho Nacional de Saúde (CNS), voltada aos preceitos éticos e da proteção aos participantes da pesquisa. Sendo assim, a execução da coleta de dados dessa pesquisa foi condicionada à aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (CEPSH-UFSC) (Número do parecer: 5.071.334).

Toda pesquisa com seres humanos possui riscos potenciais inerentes. Essa pesquisa se classifica como de riscos mínimos aos participantes do estudo. Na ponderação dos riscos individuais ou coletivos, o pesquisador responsável se comprometeu em conduzir a pesquisa atentando para a minimização dos mesmos. Foi garantida a privacidade e confidencialidade dos dados coletados dos participantes, assim como assegurada quaisquer indenizações cabíveis decorrentes da quebra dos termos de consentimento da pesquisa. Para participar da pesquisa, os participantes precisaram assinalar em concordância com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice 07) que foi apresentado no início da participação na pesquisa (com endereço eletrônico incluso no corpo de texto do TCLE para *download* do arquivo).

### **Análise de dados**

A análise dos dados foi realizada via modelagem de equações estruturais (SEM) utilizando o método dos mínimos quadrados parciais (PLS), por meio do *software* “SmartPLS 3” (Ringle et al., 2015). A abordagem via PLS-SEM maximiza a variância explicada das variáveis dependentes em um modelo, sendo a alternativa mais apropriada quando se tem por objetivo verificar a relevância de construtos exógenos como preditores de construtos endógenos (Hair et al., 2019). A avaliação das evidências de validade do modelo testado via PLS-SEM é feita em duas etapas: avaliação do modelo de mensuração e avaliação do modelo estrutural. Os critérios estabelecidos para avaliação dos modelos de mensuração e estrutural podem ser observados na Tabela 7 (Hair et al., 2019; Lopes et al., 2020).

Tabela 7

*Critérios de avaliação dos modelos de mensuração e estrutural*

<b>MEDIDAS</b>	<b>CRITÉRIOS</b>
----------------	------------------

<b>Confiabilidade de construto</b>	
Carga dos itens ( $\lambda$ )	$\lambda > 0,500$ (aceitável), $\lambda > 0,708$ (ideal)
Alfa de Cronbach ( $\alpha$ )	$\alpha > 0,70$
Confiabilidade composta ( $\rho_c$ )	$\rho_c > 0,70$
<b>Validade Convergente</b>	
Variância Média Extraída (VME)	VME $> 0,50$
<b>Validade Discriminante</b>	
Cargas Cruzadas (CC)	$CC_{\text{original}} > CC_{\text{outros}}$
Critério de Fornell-Larcker	$\sqrt{\text{VME}'s} > \text{correlação entre construtos}$
Critério Heterotrait-Monotrait Ratio	HTMT $> 0,90$
Limite superior (LS) do HTMT*	LS (HTMT) $< 1$ ( $p < 0,05$ )
<b>Colinearidade entre construtos</b>	
Variance Inflation Factor (VIF)	VIF $< 5$
<b>Avaliação do Coeficiente de Determinação (<math>R^2</math>) *</b>	$R^2 > 0,25$ (baixo), $R^2 > 0,50$ (médio), $R^2 > 0,75$ (alto)
<b>Avaliação do Tamanho de Efeito (<math>f^2</math>)*</b>	$f^2 > 0,02$ (baixo), $f^2 > 0,15$ (médio), $f^2 > 0,35$ (alto)
<b>Avaliação da Relevância Preditiva (<math>Q^2</math>) **</b>	$Q^2 > 0$ (nível aceitável de acurácia); $0,01 \leq Q^2 \leq 0,075$ (nível baixo), $0,075 < Q^2 \leq 0,25$ (nível moderado), $Q^2 > 0,25$ (nível alto)
<b>Avaliação da Validade e Significância dos Coeficientes de Caminho (<math>\beta</math>)*</b>	$t\text{-valor} > 1,96$ ( $p > 0,05$ )

*Nota.* \*Confirmado via técnica de *bootstrapping* com 5000 subamostras. \*\*Confirmado via técnica de *blindfolding*.

**Fonte:** Hair et al. (2019) e Lopes et al. (2020).

Na avaliação do modelo de mensuração são considerados os tamanhos e níveis de significância das cargas dos itens, a confiabilidade (alfa de Cronbach e confiabilidade composta) e as evidências de validade convergente e discriminante. Na avaliação do modelo estrutural são consideradas possíveis colinearidades entre os construtos, os níveis de significância dos coeficientes de caminho ( $\beta$ ) e se a capacidade preditiva do modelo testado é aceitável, por meio das medidas: de coeficiente de determinação ( $R^2$ ), do tamanho do efeito ( $f^2$ ) e da relevância preditiva do modelo ( $Q^2$ ).

### Análise multigrupo

Após a conclusão da análise dos modelos de mensuração e estrutural, foram realizadas análises multigrupo (PLS-MGA), com o objetivo de verificar se existem diferenças estatisticamente significativas nos parâmetros do modelo em função das categorias das variáveis sociodemográficas (sexo biológico, idade, escolaridade, estado civil, renda) - avaliação da heterogeneidade observada (Hair et al., 2019). De acordo com

Hair et al. (2019), as diferenças entre os grupos são comparadas considerando os coeficientes de caminho via testes T ( $t$ -valor  $> 1,96$ ,  $p < 0,05$ ), utilizando a técnica de *bootstrapping* com 5000 reamostragens.

Ajzen e Schmidt (2020) apontam que o procedimento de análise multigrupo via SEM permite verificar se as evidências de validade dos modelos de mensuração e estrutural são consistentes entre grupos distintos. Pesquisas recentes também utilizam a análise multigrupo com o objetivo de implementar variáveis de controle ao modelo da TCP e verificar a existência de efeitos de moderação das variáveis de controle sobre o modelo da TCP (La Barbera & Ajzen, 2020; Kim & Petrick, 2021; Ngah et al., 2021).

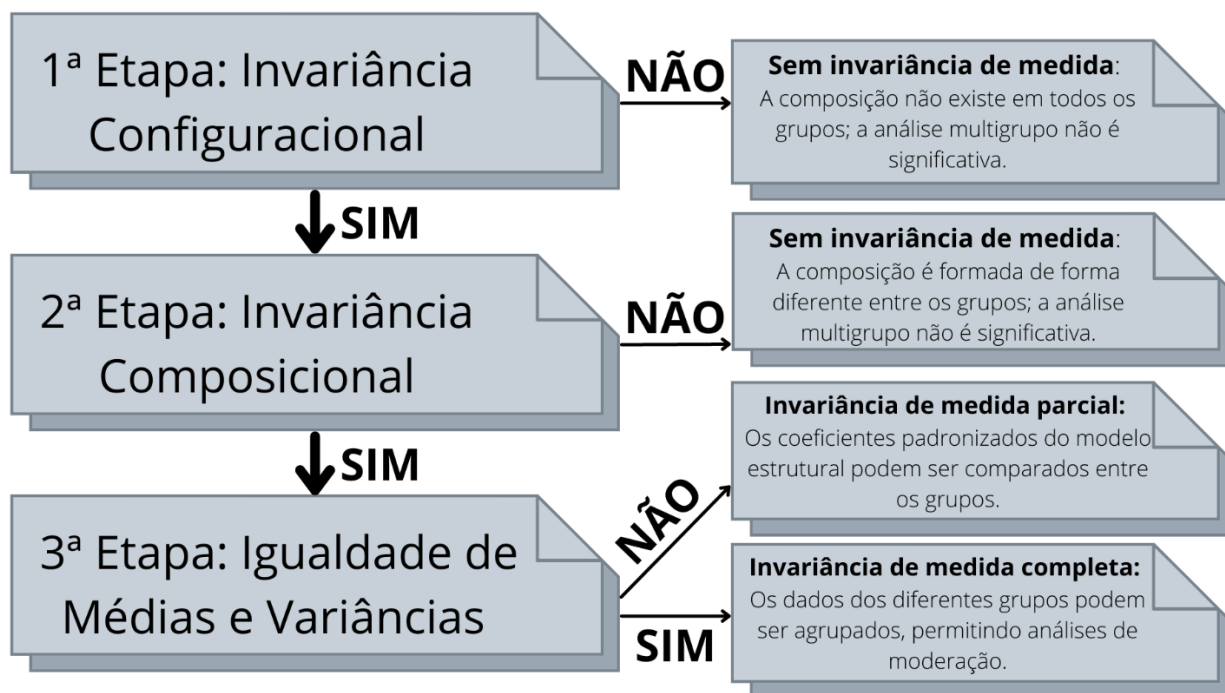
De acordo com Bido e Silva (2019), uma variável moderadora tem potencial para fortalecer ou enfraquecer a relação entre uma variável independente (VI ou preditora) e uma variável dependente (VD ou de critério ou endógena). A PLS-MGA é recomendada nos casos de implementação de análises de moderação, considerando variáveis categóricas (não métricas, dicotômicas). A PLS-MGA possui dois objetivos principais, sendo que o primeiro objetivo é condição pressuposta para a obtenção do segundo objetivo: 1) demonstrar a invariância (ou equivalência) do modelo de mensuração entre grupos (o mesmo construto é medido igualmente em grupos distintos); 2) avaliar se as relações entre os construtos (coeficientes estruturais) são diferentes em grupos distintos.

A avaliação da invariância do modelo de mensuração foi realizada seguindo o procedimento de três etapas proposto por Henseler, Ringle e Sarstedt (2016) - invariância de medida de modelos compostos (MICOM). O procedimento MICOM compreende um processo de três etapas de avaliação: 1) da invariância configuracional; 2) da invariância composicional; e 3) de igualdade dos valores médios compostos e das variâncias. Essas três etapas consolidam uma hierarquia de pressuposições a serem consideradas antes da implementação de análises PLS-MGA. A Figura 6 apresenta as três etapas constituintes do procedimento MICOM (Henseler et al., 2016).

Figura 6

*Procedimento de avaliação da invariância de medida de modelos compostos (MICOM)*  
(Henseler et al., 2016)





A invariância configuracional se refere à forma como a medida foi operacionalizada, considerando os diferentes grupos. Diz respeito a uma avaliação qualitativa que leva em consideração se os itens utilizados são idênticos e se a forma de tratamento dos dados e configurações, assim como os critérios de análise de dados são idênticos. A invariância composicional avalia se a medida se consolida de forma idêntica entre os grupos, considerando o peso dos escores estimados. Sua avaliação considera a hipótese nula de que as correlações entre os vetores de peso dos escores estimados dos grupos são iguais a 1 ( $p\text{-valor} > 0,05$ ) (Henseler et al., 2016).

A igualdade de médias e variâncias considera se os valores médios e as variâncias entre os escores dos construtos diferem de acordo com os grupos. Uma invariância completa indica que ambas as diferenças são iguais a zero ou não significativas (há invariância entre os grupos). Independente da igualdade ou desigualdade das variâncias e médias, uma vez atendidos os passos 1 e 2, pode-se prosseguir para análise de diferenças entre as relações estruturais (testes T,  $t\text{-valor} > 1,96$ ,  $p < 0,05$ , *bootstrapping* com 5000 reamostragens). Uma vez que a análise PLS-MGA forneça evidências de diferenças estruturais, o modelo pode ser estendido, considerando os efeitos de moderação sobre as relações estruturais (Henseler et al., 2016).

## Resultados

Essa seção foi composta com a finalidade de apresentar os resultados obtidos por essa pesquisa. A seção está dividida em cinco subtópicos: análises estatísticas descritivas; análise do modelo de mensuração; análise do modelo estrutural; análises multigrupo; e análises multigrupo adicionais.

### Análises estatísticas descritivas e bivariadas

A amostra da pesquisa contou com a participação de 1730 consumidores brasileiros. Com relação às variáveis sociodemográficas da amostra, há prevalência de consumidores do sexo biológico feminino (72,30%), com ensino superior (35,14%), casados(as) (60,10%), aposentados(as) ou pensionistas (26,53%), com renda familiar entre R\$ 3.300,00 e R\$ 6.600,00 (entre 3 e 6 salários mínimos) (24,34%) e sem filhos (54,70%). A Tabela 8 apresenta as características sociodemográficas da amostra.

Tabela 8

#### *Características sociodemográficas da amostra (n=1730)*

<b>Variável sociodemográfica</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentual (%)</b>
<b>Sexo biológico</b>		
Feminino	1250	72,30
Masculino	480	27,70
<b>Nível de escolaridade</b>		
Sem escolaridade formal	2	0,12
Ensino fundamental	4	0,23
Ensino médio	180	10,40
Ensino superior	608	35,14
Especialização	517	29,88
Mestrado	247	14,28
Doutorado	172	9,94
<b>Estado civil</b>		
Solteiro(a)	441	25,50
Casado(a) / União Estável	1040	60,10
Divorciado(a) / Separado(a)	195	11,30
Viúvo(a)	54	3,10
<b>Ocupação</b>		
Aposentado(a) ou pensionista	459	26,53
Autônomo ou Profissional liberal (sem empregados)	320	18,50
Desempregado	108	6,24
Empresário (empregador)	84	4,86
Funcionário privado	345	19,94
Funcionário público	381	22,02
Trabalhador doméstico	20	1,16
Trabalhador voluntário	13	0,75
<b>Renda familiar</b>		
Até R\$ 3.300 (até 3 salários mínimos)	287	16,59
Entre R\$ 3.300 e R\$ 6.600 (entre 3 e 6 salários mínimos)	421	24,34
Entre R\$ 6.600 e R\$ 9.900 (entre 6 e 9 salários mínimos)	370	21,39
Entre R\$ 9.900 e R\$ 13.200 (entre 9 e 12 salários mínimos)	293	16,94
Entre R\$ 13.200 e R\$ 16.500 (entre 12 e 15 salários mínimos)	124	7,17
Acima de R\$ 16.500 (acima de 15 salários mínimos)	235	13,58

<b>Possui filhos(as)</b>		
Não	946	54,70
Sim	784	45,30

Em sua maioria, os consumidores são residentes do estado de Santa Catarina (45,09%). Os estados de São Paulo (11,45%), Rio de Janeiro (8,55%), Paraná (8,44%), Rio Grande do Sul (7,86%) e Minas Gerais (7,46%) também registram frequências acima de 100 casos. Os demais estados da federação obtiveram frequências entre 1 e 30 casos, totalizando em sua somatória mais 193 casos (11,16%). A exceção foi o estado do Acre, sem registro de casos. A íntegra dos resultados por estado encontra-se no Apêndice 8.

Com base nos resultados descritivos da amostra foram estabelecidos os grupos das variáveis sociodemográficas sexo biológico, idade, escolaridade, estado civil, renda e presença de filhos na residência (dicotômicos). Para o estabelecimento dos grupos foram consideradas as evidências apresentadas no desenvolvimento das hipóteses dessa pesquisa. Foram estabelecidos grupos que contemplam as distinções características do perfil sociodemográfico dos consumidores de alimentos orgânicos (embora existam evidências divergentes), sendo elas: a) sexo feminino; b) com faixa etária mais elevada; c) com nível de escolaridade mais elevado; d) casadas(os); e e) com renda mais elevada. A Tabela 9 apresenta as estatísticas descritivas dos grupos consolidados.

Tabela 9

*Grupos sociodemográficos estabelecidos para pesquisa*

<b>Variável sociodemográfica</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentual (%)</b>
<b>Sexo biológico</b>		
Masculino	480	27,70
Feminino	1250	72,30
<b>Idade</b>		
Até 44 anos	864	49,94
45 anos ou mais	866	50,06
<b>Nível de escolaridade</b>		
Ensino superior ou menor	794	45,90
Especialização ou maior	936	54,10
<b>Estado civil</b>		
Outros	690	39,88
Casado(a) / União Estável	1040	60,12
<b>Renda familiar (até 3SM)</b>		
Até R\$ 3.300 (3 salários mínimos)	287	16,60
Acima de R\$ 3.300 (3 salários mínimos)	1443	83,40
<b>Renda familiar (até 6SM)</b>		
Até R\$ 6.600 (6 salários mínimos)	708	40,90
Acima de R\$ 6.600 (6 salários mínimos)	1022	59,10
<b>Renda familiar (até 9SM)</b>		

Até R\$ 9.900 (9 salários mínimos)	1078	62,31
Acima de R\$ 9.900 (9 salários mínimos)	652	37,69
<b>Possui filhos(as)</b>		
Não	946	54,70
Sim	784	45,30

A operacionalização dos grupos foi feita a partir da criação de variáveis dicotômicas no banco de dados. Foram definidos os seguintes grupos e valores: sexo biológico, masculino = 1, feminino = 2; idade, até 44 anos = 1, 45 anos ou mais = 2; nível de escolaridade, ensino superior ou menor = 1, especialização ou maior = 2; estado civil, outros = 1, casados(as) = 2; renda familiar, até 3 SM = 1, acima de 3 SM = 2; ; renda familiar, até 6 SM = 1, acima de 6 SM = 2; renda familiar, até 9 SM = 1, acima de 9 SM = 2; possui filhos, não = 1, sim = 2. Em todos os casos, o número 2 foi atribuído ao grupo com evidências que indicam para o perfil de consumidores de alimentos orgânicos.

Novas variáveis foram calculadas para os construtos atitudes, normas subjetivas, CCP, ICAO e comportamento passado, considerando a média aritmética dos conjuntos de itens que consolidaram operacionalmente cada construto. As atitudes apresentaram a maior média (6,25) dentre os construtos da TCP, enquanto o comportamento passado apresentou a menor média (3,64). O teste de Shapiro-Wilk foi significativo ao nível de 1% para todas as variáveis, sugerindo anormalidade na distribuição dos dados. Em caráter exploratório, a Tabela 10 apresenta as estatísticas descritivas dos construtos da TCP.

Tabela 10

*Estatística descritivas das atitudes, normas subjetivas, CCP, ICAO e comportamento passado.*

<b>Estatísticas Descritivas</b>	<b>ATT</b>	<b>NS</b>	<b>CCP</b>	<b>ICAO</b>	<b>CP</b>
Média	6,25	4,88	4,34	4,90	3,64
Desvio padrão	0,94	1,44	1,58	1,62	1,84
Mínimo	1,13	1,00	1,00	1,00	1,00
Máximo	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
Assimetria	-1,72	-0,42	-0,07	-0,42	0,24
Curtose	3,31	-0,40	-1,02	-0,70	-1,15
Estatística de Shapiro-Wilk W	0,79	0,96	0,96	0,94	0,94
Shapiro-Wilk <i>p</i> -valor	< 0,01	< 0,01	< 0,01	< 0,01	< 0,01

**Nota.** ATT = Atitudes. ICAO = Intenção de compra de alimentos orgânicos. NS = Normas subjetivas. CCP = Controle comportamental percebido. CP = Comportamento passado.

Com o objetivo de verificar possíveis diferenças entre os níveis dos construtos da TCP entre os grupos sociodemográficos, foram procedidas análises utilizando o teste não paramétrico de Mann-Whitney. A Tabela 11 apresenta as médias dos construtos para cada

grupo sociodemográfico e são destacados os casos em que a diferença encontrada foi significativa ao nível de 5%.

Tabela 11

*Estatística descritivas das atitudes, normas subjetivas, CCP, ICAO e comportamento passado para os grupos sociodemográficos.*

Variáveis	Classificação	ATT	NS	CCP	ICAO	CP
Sexo Biológico	Masculino	5,86*	4,64*	4,41	4,67*	3,49*
	Feminino	6,40*	4,97*	4,31	4,98*	3,69*
Idade	Até 44 anos	6,16*	4,57*	3,86*	3,86*	3,32*
	45 anos ou mais	6,34*	5,18*	4,82*	4,82*	3,95*
Escolaridade	Ensino superior ou menor	6,28	5,03*	4,41	4,93	3,62
	Especialização ou maior	6,23	4,74*	4,28	4,87	3,65
Estado Civil	Outros	6,27	4,93	4,23*	4,89	3,57
	Casados(as)	6,23	4,84	4,41*	4,90	3,68
Renda	Até 3 SM	6,30	4,89	3,73*	4,57*	3,26*
	Acima de 3 SM	6,24	4,88	4,46*	4,96*	3,71*
Renda	Até 6 SM	6,29	4,88	3,91*	4,70*	3,38*
	Acima de 6 SM	6,22	4,88	4,63*	5,03*	3,81*
Renda	Até 9 SM	6,27	4,88	4,04*	4,76*	3,46*
	Acima de 9 SM	6,21	4,88	4,82*	5,12*	3,93*
Possui Filhos	Não	6,21	4,82	4,33	4,88	3,63
	Sim	6,30	4,94	4,35	4,92	3,64

**Nota.** ATT = Atitudes. ICAO = Intenção de compra de alimentos orgânicos. NS = Normas subjetivas. CCP = Controle comportamental percebido. CP = Comportamento passado. \*Diferença significativa ao nível de 5% no teste de Mann-Whitney ( $p$ -valor < 0,05).

Os resultados evidenciam que as mulheres apresentam maiores níveis em comparação com os homens para os construtos das atitudes ( $U = 387392,50$ ,  $z = 9,56$ ,  $p < 0,001$ ), normas subjetivas ( $U = 340190,50$ ,  $z = 4,32$ ,  $p < 0,001$ ), ICAO ( $U = 331557,00$ ,  $z = 3,40$ ,  $p < 0,001$ ) e comportamento passado ( $U = 318339,50$ ,  $z = 1,97$ ,  $p < 0,049$ ).

Com relação à idade, pessoas com 45 anos ou mais apresentam maiores níveis em comparação com as pessoas de até 44 anos para os construtos das atitudes ( $U = 428654,00$ ,  $z = 5,34$ ,  $p < 0,001$ ), normas subjetivas ( $U = 467559,00$ ,  $z = 9,00$ ,  $p < 0,001$ ), CCP ( $U = 504834,00$ ,  $z = 12,59$ ,  $p < 0,001$ ), ICAO ( $U = 437298,00$ ,  $z = 6,10$ ,  $p < 0,001$ ) e comportamento passado ( $U = 449014,00$ ,  $z = 7,21$ ,  $p < 0,001$ ).

A escolaridade influencia apenas o nível das normas subjetivas ( $U = 324295,50$ ,  $z = -4,57$ ,  $p < 0,001$ ). Pessoas com escolaridade de ensino superior ou menor apresentam maior nível em normas subjetivas em comparação com as pessoas com especialização ou de maior escolaridade. O estado civil apenas influencia o nível do CCP ( $U = 383077,50$ ,  $z = 2,38$ ,  $p < 0,017$ ), sendo que pessoas casadas apresentam maior nível de CCP em comparação com as outras categorias de estado civil (outros).

Pessoas com renda familiar superior a 3 salários mínimos apresentaram maiores níveis do CCP ( $U = 261632,00$ ,  $z = 7,06$ ,  $p < 0,001$ ), da ICAO ( $U = 233358,00$ ,  $z = 3,41$ ,  $p < 0,001$ ) e do comportamento passado ( $U = 237547,50$ ,  $z = 3,95$ ,  $p < 0,001$ ) em comparação com pessoas com renda familiar de até 3 salários mínimos. Pessoas com renda familiar superior a 6 salários mínimos apresentaram maiores níveis do CCP ( $U = 457319,50$ ,  $z = 9,35$ ,  $p < 0,001$ ), da ICAO ( $U = 404708,00$ ,  $z = 4,22$ ,  $p < 0,001$ ) e do comportamento passado ( $U = 410698,00$ ,  $z = 4,79$ ,  $p < 0,001$ ) em comparação com pessoas com renda familiar de até 6 salários mínimos. Pessoas com renda familiar superior a 9 salários mínimos apresentaram maiores níveis do CCP ( $U = 451558,50$ ,  $z = 9,95$ ,  $p < 0,001$ ), da ICAO ( $U = 397847,50$ ,  $z = 4,63$ ,  $p < 0,001$ ) e do comportamento passado ( $U = 403457,50$ ,  $z = 5,17$ ,  $p < 0,001$ ) em comparação com pessoas com renda familiar de até 9 salários mínimos. A existência ou não de filhos residindo na mesma residência não apresentou diferença significativa nos níveis dos construtos da TCP.

### Análise do modelo de mensuração

Na análise do modelo de mensuração foram avaliados os tamanhos das cargas dos itens ( $\lambda > 0,50$ , aceitável;  $\lambda > 0,70$ , ideal), os índices de alfa de Cronbach ( $\alpha > 0,70$ ) e confiabilidade composta ( $\rho_c > 0,70$ ) e a variância média extraída dos construtos ( $VME > 0,50$ ), considerando a validade convergente do modelo. Na análise da validade discriminante do modelo estrutural foram considerados os tamanhos das cargas cruzadas ( $CC_{original} > CC_{outros}$ ), o critério de Fornell-Larcker ( $\sqrt{VME/s} > \text{correlação entre construtos}$ ) e o critério HTMT ( $> 0,90$ ,  $LS_{97.5\%} < 1$ ). A Tabela 12 apresenta a matriz de correlação dos construtos e os respectivos índices de consistência interna, VME e critério de Fornell-Larcker.

Tabela 12

Matriz de correlação dos construtos, índices de consistência interna, VME e critério de Fornell-Larcker

<b>Construtos</b>	<b>1.</b>	<b>2.</b>	<b>3.</b>	<b>4.</b>	<b>5.</b>
1. Atitudes	<b>0,821</b>				
2. Comportamento Passado	0,408	<b>0,948</b>			
3. Controle Comportamental Percebido	0,144	0,629	<b>0,807</b>		
4. Intenção de Compra de Alimentos Orgânicos	0,511	0,797	0,602	<b>0,912</b>	
5. Normas Subjetivas	0,572	0,464	0,357	0,527	<b>0,829</b>
<b>Alfa de Cronbach (<math>\alpha</math>)</b>	0,929	0,977	0,908	0,931	0,935
<b>Confiabilidade composta (<math>\rho_c</math>)</b>	0,943	0,981	0,928	0,952	0,946

**Variância Média Extraída (VME)** 0,674 0,898 0,651 0,832 0,688

**Nota.** Todas as correlações são significantes ao nível de 1%. Os valores na diagonal da matriz são a raiz quadrada da VME de cada construto.

Todos os itens incluídos no modelo de mensuração apresentaram cargas fatoriais aceitáveis ( $> 0,50$ ) e significantes no nível de 1% ( $p < 0,01$ ). Os índices de alfa de Cronbach e confiabilidade composta também foram considerados aceitáveis ( $> 0,70$ ), indicando a validade convergente do modelo de mensuração. Com relação às evidências de validade discriminante do modelo estrutural, as cargas fatoriais dos itens dentro de suas dimensões pressupostas foram mais altas e o critério de Fornell-Larcker também foi atendido. A Tabela 13 apresenta a estrutura fatorial do modelo de mensuração.

Tabela 13

Estrutura fatorial do modelo de mensuração

Itens	Atitudes	Comportamento Passado	Controle Comportamental Percebido	Intenção de Compra de Alimentos Orgânicos	Normas Subjetivas
ATT1	<b>0,818</b>	0,323	0,109	0,413	0,431
ATT2	<b>0,762</b>	0,311	0,148	0,380	0,472
ATT3	<b>0,883</b>	0,349	0,107	0,453	0,463
ATT4	<b>0,874</b>	0,317	0,108	0,419	0,466
ATT5	<b>0,881</b>	0,380	0,141	0,472	0,522
ATT6	<b>0,676</b>	0,387	0,189	0,408	0,493
ATT7	<b>0,890</b>	0,354	0,097	0,454	0,514
ATT8	<b>0,760</b>	0,237	0,035	0,332	0,374
CP1	0,404	<b>0,932</b>	0,604	0,778	0,471
CP2	0,414	<b>0,955</b>	0,605	0,784	0,455
CP3	0,387	<b>0,955</b>	0,617	0,765	0,442
CP4	0,372	<b>0,951</b>	0,592	0,738	0,425
CP5	0,375	<b>0,959</b>	0,583	0,743	0,424
CP6	0,367	<b>0,934</b>	0,575	0,718	0,418
CCP1	0,244	0,593	<b>0,760</b>	0,546	0,413
CCP2	0,151	0,542	<b>0,844</b>	0,541	0,330
CCP3	0,021	0,444	<b>0,861</b>	0,424	0,219
CCP4	0,090	0,504	<b>0,865</b>	0,516	0,278
CCP5	0,081	0,538	<b>0,826</b>	0,512	0,236
CCP6	0,034	0,463	<b>0,845</b>	0,426	0,236
CCP7	0,159	0,421	<b>0,618</b>	0,385	0,264
INT1	0,449	0,562	0,439	<b>0,803</b>	0,433
INT2	0,462	0,784	0,615	<b>0,949</b>	0,502
INT3	0,479	0,740	0,545	<b>0,934</b>	0,483
INT4	0,479	0,796	0,584	<b>0,954</b>	0,504
NSI1	0,593	0,271	0,140	0,350	<b>0,667</b>
NSI2	0,545	0,318	0,213	0,385	<b>0,821</b>
NSI3	0,562	0,334	0,203	0,407	<b>0,839</b>

NSI4	0,508	0,340	0,251	0,395	<b>0,848</b>
NSD5	0,375	0,461	0,405	0,483	<b>0,843</b>
NSD6	0,428	0,445	0,379	0,487	<b>0,875</b>
NSD7	0,446	0,416	0,335	0,467	<b>0,869</b>
NSD8	0,415	0,444	0,368	0,490	<b>0,855</b>

**Nota.** Todas as cargas fatoriais são significantes no nível de 1%.

Na Tabela 14 podem ser observados os valores dos limites superiores (LS<sub>97.5%</sub>) de HTMT dos construtos. São considerados aceitáveis valores de HTMT menores que 0,90, com limite superior abaixo de 1. Nenhuma das comparações bivariadas entre os construtos apresentou valor de HTMT com limite superior acima de 0,90.

Tabela 14

Critério Heterotrait-Monotrait Ratio (LS<sub>97.5%</sub>)

<b>Construtos</b>	<b>1.</b>	<b>2.</b>	<b>3.</b>	<b>4.</b>	<b>5.</b>
1. Atitudes	-				
2. Comportamento Passado	0,457	-			
3. Controle Comportamental Percebido	0,197	0,692	-		
4. Intenção de Compra de Alimentos Orgânicos	0,587	0,847	0,683	-	
5. Normas Subjetivas	0,658	0,518	0,420	0,602	-

Conclui-se que o modelo de mensuração apresentou índices aceitáveis relativos às validades convergente e discriminante do mesmo – que, por sua vez, sustentam a aceitação do modelo de mensuração estabelecido pela pesquisa. As evidências aceitáveis de validade do modelo de mensuração fornecem subsídios para a continuidade das análises do modelo estrutural proposto por essa pesquisa.

### **Análise do modelo estrutural**

A análise do modelo estrutural considerou o nível de significância dos coeficientes de caminho ( $t$ -valor  $> 1,96$ ,  $p < 0,05$ ) e a avaliação da sua validade, por meio da observação dos valores de colinearidade entre construtos ( $VIF < 5$ ), dos coeficientes de determinação ( $R^2$ ), de tamanho de efeito ( $f^2$ ) e de relevância preditiva ( $Q^2$ ) do modelo. A Tabela 15 apresenta as relações estruturais propostas e seus respectivos índices.

Tabela 15

Índices de avaliação do modelo estrutural

<b>Relações Estruturais</b>	<b>Hipótese</b>	<b>VIF</b>	<b><math>f^2</math></b>	<b>Coefficiente de Caminho (<math>\beta</math>)</b>	<b>Erro Padrão</b>	<b><math>t</math>-valor</b>	<b><math>R^2</math> (ajustado)</b>	<b><math>Q^2</math></b>
ATT -> ICAO	H1 (+)	1,49	0,19	0,36**	0,02	15,30	0,56	0,46
NS -> ICAO	H2 (+)	1,68	0,03	0,15**	0,02	6,28	(0,56)	



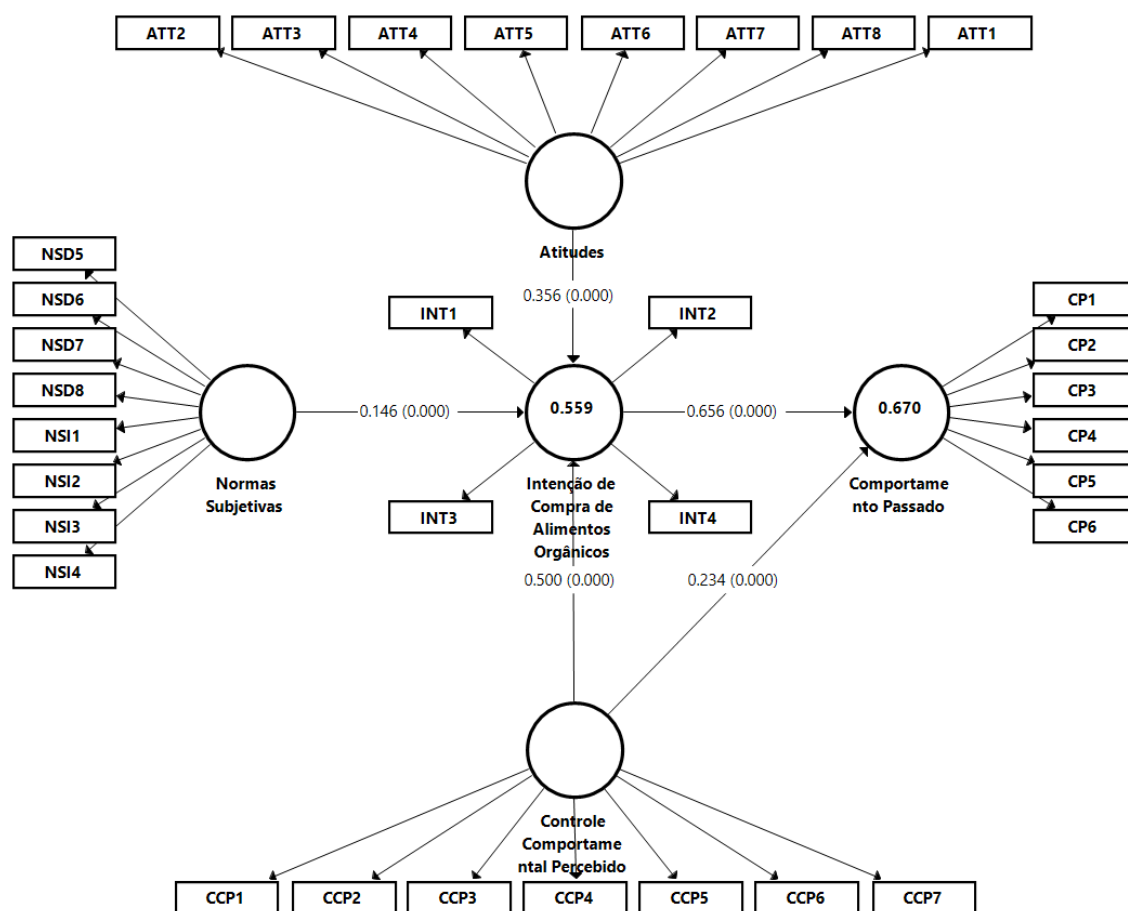
CCP -> ICAO	H3 (+)	1,15	0,49	0,50**	0,02	27,55		
ICAO -> CP	H4 (+)	1,57	0,83	0,66**	0,02	36,99	0,67	0,60
CCP -> CP	H5 (+)	1,57	0,11	0,23**	0,02	11,82	(0,67)	

**Nota.** ATT = Atitudes. ICAO = Intenção de compra de alimentos orgânicos. NS = Normas subjetivas. CCP = Controle comportamental percebido. CP = Comportamento passado. \*\*Coeficientes significantes no nível de 1%.

As hipóteses estabelecidas no modelo estrutural (H1-H5) são aceitas no nível de significância de 1% ( $p > 0,01$ ). Os valores de colinearidade entre construtos (VIF < 5) são aceitáveis. Com relação ao tamanho de efeito dos construtos, o CCP apresentou o maior tamanho de efeito ( $f^2 = 0,49$ , alto) como preditor da ICAO, seguido pelas atitudes ( $f^2 = 0,19$ , médio) e normas subjetivas ( $f^2 = 0,03$ , baixo). O maior tamanho de efeito do modelo estrutural diz respeito à relação entre ICAO e comportamento passado ( $f^2 = 0,83$ , alto). O CCP apresentou um tamanho de efeito baixo como preditor do comportamento passado ( $f^2 = 0,11$ ). A Figura 7 apresenta o modelo estrutural com os respectivos coeficientes de caminho ( $\beta$ ) e de determinação ( $R^2$ ).

Figura 7

*Coeficientes de caminho ( $\beta$ ), nível de significância ( $p$ -valor) e coeficientes de determinação ajustados ( $R^2$  ajustado) do modelo estrutural*



Os coeficientes de determinação ( $R^2$ ,  $R^2$  ajustado) do modelo estrutural para os construtos ICAO ( $R^2$  ajustado = 0,56) e comportamento passado ( $R^2$  ajustado = 0,67) são considerados médios. Os indicadores de relevância preditiva do modelo estrutural para os construtos ICAO ( $Q^2$  = 0,46) e comportamento passado ( $Q^2$  = 0,60) indicam alta relevância preditiva do modelo.

### **Análise multigrupo**

A invariância dos modelos testados foi feita considerando a invariância configuracional e composicional. A invariância configuracional está estabelecida desde o início, pois o modelo de mensuração utilizado é o mesmo – os mesmos itens foram utilizados para medir os mesmos construtos em grupos diferentes. A invariância composicional considerou a análise via algoritmo de permutação do SmartPLS (Ringle et al., 2015), com o objetivo de testar se os itens apresentam mesmas cargas fatoriais para os grupos distintos. Quando constatada diferença significativa das cargas fatoriais, o item que apresentou variância foi excluído e uma nova análise de permutação foi feita – até que fosse alcançada a invariância composicional.

A análise PLS-MGA considerou os seguintes grupos dicotômicos: a) sexo biológico, masculino = 1, feminino = 2; b) idade, até 44 anos = 1, 45 anos ou mais = 2; c) nível de escolaridade, ensino superior ou menor = 1, especialização ou maior = 2; d) estado civil, outros = 1, casados(as) = 2; e) renda familiar, até 3 SM = 1, acima de 3 SM = 2; renda familiar, até 6 SM = 1, acima de 6 SM = 2; renda familiar, até 9 SM = 1, acima de 9 SM = 2; f) possui filhos, não = 1, sim = 2. O grupo estabelecido de acordo com a variável sexo biológico foi o único que apresentou variância composicional em múltiplos itens (NSD6, NSI2, NSD7, NSD5, CCP2, CCP1). Esses itens foram removidos na análise de moderação para que fosse atendido o critério de invariância composicional e pudessem ser interpretadas as diferenças entre grupos (Henseler et al., 2016; Bido e Silva, 2019). Ressalta-se que, apesar das exclusões, todos os construtos continuaram a ser mensurados por 4 itens ou mais. Pela mesma razão, os itens INT3 (idade), NSI2 (estado civil), NSD6, CCP5 (renda 3SM), INT1, ATT6 (renda 6SM) e NSD5 (renda 9SM) foram removidos nas análises de moderação.

A comparação considerando sexo biológico (masculino, feminino) revelou a existência de moderação do sexo biológico sobre os efeitos dos construtos das atitudes e do CCP sobre a ICAO e da ICAO sobre o comportamento passado. As atitudes

apresentam maior efeito sobre a ICAO para amostra masculina e o CCP apresentou maior efeito sobre a ICAO para amostra feminina. A ICAO apresentou maior efeito sobre o comportamento passado, considerando a amostra masculina. As hipóteses H6 e H8 são aceitas no nível de significância de 1% ( $p > 0,01$ ). A hipótese H9 é aceita no nível de significância de 5% ( $p > 0,05$ ). As hipóteses H7 e H10 foram rejeitadas ao nível de significância de 5% ( $p > 0,05$ ). A Tabela 16 apresenta os resultados da análise multigrupo para sexo biológico.

Tabela 16

Análise multigrupo para sexo biológico

Hipóteses / Relações Estruturais	Coeficiente de Caminho ( $\beta$ )		Diferença	Intervalo de Confiança		p-valor
	Masculino	Feminino		2,5%	97,5%	
<b>H6. ATT -&gt; ICAO</b>	0,47*	0,29*	0,18*	-0,11	0,11	0,00
<b>H7. NS -&gt; ICAO</b>	0,21	0,14	0,08	-0,11	0,10	0,15
<b>H8. CCP -&gt; ICAO</b>	0,34*	0,54*	-0,19*	-0,08	0,08	0,00
<b>H9. ICAO -&gt; CP</b>	0,74*	0,66*	0,08*	-0,07	0,07	0,02
<b>H10. CCP -&gt; CP</b>	0,15	0,22	-0,06	-0,09	0,08	0,14

**Nota.** ATT = Atitudes. ICAO = Intenção de compra de alimentos orgânicos. NS = Normas subjetivas. CCP = Controle comportamental percebido. CP = Comportamento passado. \*Coeficientes significantes no nível de 5%.

A comparação considerando a idade (idade, até 44 anos, 45 anos ou mais) revelou a existência de moderação da idade apenas sobre o efeito do construto normas subjetivas sobre a ICAO. As normas subjetivas apresentam maior efeito quando considerada a amostra com menor idade. As demais relações do modelo estrutural indicam para invariância do modelo. A hipótese H12 é aceita no nível de significância de 5% ( $p > 0,05$ ). As hipóteses H11, H13, H14 e H15 foram rejeitadas considerando o nível de significância de 5% ( $p > 0,05$ ). A Tabela 17 apresenta os resultados da análise multigrupo para idade.

Tabela 17

Análise multigrupo para idade

Hipóteses / Relações Estruturais	Coeficiente de Caminho ( $\beta$ )		Diferença	Intervalo de Confiança		p-valor
	Menor Id.	Maior Id.		2,5%	97,5%	
<b>H11. ATT -&gt; ICAO</b>	0,34	0,37	-0,03	-0,09	0,10	0,59
<b>H12. NS -&gt; ICAO</b>	0,20*	0,10*	0,10*	-0,09	0,09	0,04
<b>H13. CCP -&gt; ICAO</b>	0,47	0,53	-0,06	-0,07	0,07	0,10
<b>H14. ICAO -&gt; CP</b>	0,67	0,64	0,03	-0,07	0,08	0,43
<b>H15. CCP -&gt; CP</b>	0,23	0,23	0,00	-0,08	0,08	0,97

**Nota.** Id. = Idade. ATT = Atitudes. ICAO = Intenção de compra de alimentos orgânicos. NS = Normas subjetivas. CCP = Controle comportamental percebido. CP = Comportamento passado. \*Coeficientes significantes no nível de 5%.

A comparação considerando a escolaridade (ensino superior ou menor, especialização ou maior) revelou a existência de moderação da escolaridade apenas sobre o efeito do construto ICAO sobre o comportamento passado. A ICAO apresenta maior efeito quando considerada a amostra com maior escolaridade. As demais relações do modelo estrutural indicam para invariância do modelo. A hipótese H19 é aceita no nível de significância de 1% ( $p > 0,01$ ). As hipóteses H16, H17, H18 e H20 foram rejeitadas no nível de significância de 5% ( $p > 0,05$ ). A Tabela 18 apresenta os resultados da análise multigrupo para escolaridade.

Tabela 18

Análise multigrupo para escolaridade

Hipóteses / Relações Estruturais	Coeficiente de Caminho ( $\beta$ )		Diferença	Intervalo de Confiança		p-valor
	Menor Es.	Maior Es.		2,5%	97,5%	
<b>H16. ATT -&gt; ICAO</b>	0,33	0,37	-0,05	-0,09	0,09	0,31
<b>H17. NS -&gt; ICAO</b>	0,14	0,16	-0,01	-0,10	0,09	0,81
<b>H18. CCP -&gt; ICAO</b>	0,52	0,49	0,03	-0,07	0,08	0,46
<b>H19. ICAO -&gt; CP</b>	0,61*	0,69*	-0,09*	-0,07	0,07	0,01
<b>H20. CCP -&gt; CP</b>	0,27	0,21	0,07	-0,08	0,07	0,10

**Nota.** Es. = Escolaridade. ATT = Atitudes. ICAO = Intenção de compra de alimentos orgânicos. NS = Normas subjetivas. CCP = Controle comportamental percebido. CP = Comportamento passado.  
\*Coeficientes significantes no nível de 5%.

A comparação considerando o estado civil (outros, casados(as)) não revelou a existência de moderação do estado civil sobre os efeitos dos construtos do modelo estrutural, indicando a invariância do modelo para esses grupos. As hipóteses H21-H25 foram rejeitadas, considerando o nível de significância de 5% ( $p > 0,05$ ). A Tabela 19 apresenta os resultados da análise multigrupo para estado civil.

Tabela 19

Análise multigrupo para estado civil

Hipóteses / Relações Estruturais	Coeficiente de Caminho ( $\beta$ )		Diferença	Intervalo de Confiança		p-valor
	Outros	Casados		2,5%	97,5%	
<b>H21. ATT -&gt; ICAO</b>	0,32	0,38	-0,06	-0,09	0,09	0,22
<b>H22. NS -&gt; ICAO</b>	0,16	0,15	0,01	-0,10	0,10	0,87
<b>H23. CCP -&gt; ICAO</b>	0,53	0,48	0,05	-0,07	0,08	0,17
<b>H24. ICAO -&gt; CP</b>	0,66	0,66	0,00	-0,07	0,07	0,95
<b>H25. CCP -&gt; CP</b>	0,24	0,23	0,01	-0,08	0,08	0,80

**Nota.** ATT = Atitudes. ICAO = Intenção de compra de alimentos orgânicos. NS = Normas subjetivas. CCP = Controle comportamental percebido. CP = Comportamento passado.

A comparação considerando a renda (até 6 SM e acima de 6 SM; até 9 SM e acima de 9 SM) revelou a existência de efeito de moderação da renda apenas na relação entre atitudes e ICAO. As atitudes apresentam maior efeito quando consideradas as amostras com maior renda. As demais relações do modelo estrutural indicam para invariância do modelo. A hipótese H26 foi aceita no nível de significância de 1% ( $p > 0,01$ ), considerando os grupos estabelecidos das faixas de 6SM e 9SM. As hipóteses H27-H30 são rejeitadas no nível de significância de 5% ( $p > 0,05$ ). A Tabela 20 apresenta os resultados da análise multigrupo para renda.

Tabela 20

Análise multigrupo para renda (3SM, 6SM, 9SM)

Hipóteses / Relações Estruturais	Coeficiente de Caminho ( $\beta$ )		Diferença	Intervalo de Confiança		<i>p</i> -valor
	Até 3SM	Maior 3SM		2,5%	97,5%	
H26. ATT -> ICAO	0,29	0,37	-0,08	-0,13	0,12	0,23
H27. NS -> ICAO	0,12	0,14	-0,02	-0,12	0,12	0,68
H28. CCP -> ICAO	0,53	0,48	0,05	-0,09	0,10	0,29
H29. ICAO -> CP	0,66	0,67	-0,01	-0,10	0,09	0,80
H30. CCP -> CP	0,25	0,22	0,03	-0,10	0,12	0,62
Hipóteses / Relações Estruturais	Coeficiente de Caminho ( $\beta$ )		Diferença	Intervalo de Confiança		<i>p</i> -valor
	Até 6SM	Maior 6SM		2,5%	97,5%	
H26. ATT -> ICAO	0,24*	0,39*	-0,15*	-0,09	0,08	0,00
H27. NS -> ICAO	0,18	0,14	0,04	-0,08	0,10	0,33
H28. CCP -> ICAO	0,52	0,47	0,05	-0,07	0,08	0,18
H29. ICAO -> CP	0,66	0,69	0,03	-0,07	0,06	0,34
H30. CCP -> CP	0,24	0,20	0,04	-0,07	0,08	0,32
Hipóteses / Relações Estruturais	Coeficiente de Caminho ( $\beta$ )		Diferença	Intervalo de Confiança		<i>p</i> -valor
	Até 9SM	Maior 9SM		2,5%	97,5%	
H26. ATT -> ICAO	0,28*	0,48*	-0,20*	-0,10	0,10	0,00
H27. NS -> ICAO	0,18	0,10	0,08	-0,09	0,10	0,11
H28. CCP -> ICAO	0,50	0,46	0,03	-0,08	0,07	0,37
H29. ICAO -> CP	0,65	0,66	-0,01	-0,07	0,08	0,74
H30. CCP -> CP	0,24	0,22	0,02	-0,08	0,08	0,59

Nota. SM = Salários Mínimos. ATT = Atitudes. ICAO = Intenção de compra de alimentos orgânicos. NS = Normas subjetivas. CCP = Controle comportamental percebido. CP = Comportamento passado. \*Coeficientes significantes no nível de 5%.

Em ordem de importância, as atitudes ( $\beta = 0,47$ ), o CCP ( $\beta = 0,34$ ) e as normas subjetivas ( $\beta = 0,21$ ) são preditores da ICAO para amostra masculina. Para amostra feminina, o CCP ( $\beta = 0,54$ ) lidera com maior efeito, seguido pelas atitudes ( $\beta = 0,29$ ) e normas subjetivas ( $\beta = 0,14$ ). O sexo biológico modera as relações das atitudes e do CCP

com a ICAO. O sexo biológico também exerce efeito de moderação sobre as relações entre ICAO e comportamento passado, sendo o efeito maior para amostra masculina ( $\beta = 0,74$ ) em comparação com a amostra feminina ( $\beta = 0,66$ ). Na Tabela 21 são apresentadas as hipóteses estabelecidas por essa pesquisa e respectivas decisões.

Tabela 21

## Hipóteses estabelecidas e decisões

	<b>Hipóteses</b>	<b>Decisão</b>
H1.	As atitudes são preditoras da intenção de compra de alimentos orgânicos.	<b>Aceitar</b>
H2.	As normas subjetivas são preditoras da intenção de compra de alimentos orgânicos	<b>Aceitar</b>
H3.	O controle comportamental percebido é preditor da intenção de compra de alimentos orgânicos.	<b>Aceitar</b>
H4.	A intenção de compra de alimentos orgânicos é preditora do comportamento passado.	<b>Aceitar</b>
H5.	O controle comportamental percebido é preditor do comportamento passado.	<b>Aceitar</b>
H6.	Sexo biológico modera a relação entre atitudes e a intenção de compra de alimentos orgânicos.	<b>Aceitar</b>
H7.	Sexo biológico modera a relação entre normas subjetivas e a intenção de compra de alimentos orgânicos.	<b>Rejeitar</b>
H8.	Sexo biológico modera a relação entre controle comportamental percebido e a intenção de compra de alimentos orgânicos.	<b>Aceitar</b>
H9.	Sexo biológico modera a relação entre a intenção de compra de alimentos orgânicos e comportamento passado.	<b>Aceitar</b>
H10.	Sexo biológico modera a relação entre o controle comportamental percebido e comportamento passado.	<b>Rejeitar</b>
H11.	Idade modera a relação entre atitudes e a intenção de compra de alimentos orgânicos.	<b>Rejeitar</b>
H12.	Idade modera a relação entre normas subjetivas e a intenção de compra de alimentos orgânicos.	<b>Aceitar</b>
H13.	Idade modera a relação entre controle comportamental percebido e a intenção de compra de alimentos orgânicos.	<b>Rejeitar</b>
H14.	Idade modera a relação entre a intenção de compra de alimentos orgânicos e comportamento passado.	<b>Rejeitar</b>
H15.	Idade modera a relação entre o controle comportamental percebido e comportamento passado.	<b>Rejeitar</b>
H16.	Escolaridade modera a relação entre atitudes e a intenção de compra de alimentos orgânicos.	<b>Rejeitar</b>
H17.	Escolaridade modera a relação entre normas subjetivas e a intenção de compra de alimentos orgânicos.	<b>Rejeitar</b>
H18.	Escolaridade modera a relação entre controle comportamental percebido e a intenção de compra de alimentos orgânicos.	<b>Rejeitar</b>
H19.	Escolaridade modera a relação entre a intenção de compra de alimentos orgânicos e comportamento passado.	<b>Aceitar</b>
H20.	Escolaridade modera a relação entre o controle comportamental percebido e comportamento passado.	<b>Rejeitar</b>
H21.	Estado civil modera a relação entre atitudes e a intenção de compra de alimentos orgânicos.	<b>Rejeitar</b>
H22.	Estado civil modera a relação entre normas subjetivas e a intenção de compra de alimentos orgânicos.	<b>Rejeitar</b>
H23.	Estado civil modera a relação entre controle comportamental percebido e a intenção de compra de alimentos orgânicos.	<b>Rejeitar</b>
H24.	Estado civil modera a relação entre a intenção de compra de alimentos orgânicos e comportamento passado.	<b>Rejeitar</b>
H25.	Estado civil modera a relação entre o controle comportamental percebido e comportamento passado.	<b>Rejeitar</b>
H26.	Renda modera a relação entre atitudes e a intenção de compra de alimentos orgânicos.	<b>Aceitar</b>
H27.	Renda modera a relação entre normas subjetivas e a intenção de compra de alimentos orgânicos.	<b>Rejeitar</b>
H28.	Renda modera a relação entre controle comportamental percebido e a intenção de compra de alimentos orgânicos.	<b>Rejeitar</b>

H29.	Renda modera a relação entre a intenção de compra de alimentos orgânicos e comportamento passado.	Rejeitar
H30.	Renda modera a relação entre o controle comportamental percebido e comportamento passado.	Rejeitar

O sexo biológico exerce efeito moderador sobre as relações entre: atitudes e a ICAO; CCP e ICAO; e ICAO e comportamento passado. O efeito das atitudes sobre a ICAO e da ICAO sobre o comportamento passado é maior para homens, enquanto o efeito do CCP sobre a ICAO é maior para as mulheres. A idade apenas modera a relação entre normas subjetivas e ICAO, sendo maior o efeito das normas subjetivas para amostra de menor idade. A escolaridade exerce efeito de moderação sobre a relação entre ICAO e comportamento passado, sendo maior o efeito da ICAO sobre o comportamento passado para amostra com maior escolaridade. A renda exerce efeito de moderação sobre as relações entre as atitudes e a ICAO, sendo maior o efeito das atitudes sobre a ICAO para amostra com maior renda, considerando os grupos divididos por renda de 6 SM e 9 SM. O estado civil não apresentou efeito de moderação sobre as relações do modelo estrutural.

### Análises multigrupo adicionais

Foram realizadas análises multigrupo adicionais considerando a variável “presença de filhos na residência” (1 = não, 2 = sim) e as análises multigrupo para as amostras divididas pelo sexo biológico (masculino, feminino) considerando os grupos: idade, escolaridade, estado civil, renda e a presença de filhos na residência.

A comparação considerando a presença de filhos na residência para a amostra geral da pesquisa (n = 1730) não revelou diferença estatística considerando a presença de filhos sobre os efeitos dos construtos do modelo estrutural, indicando a invariância do modelo para esses grupos. A Tabela 22 apresenta os resultados da análise multigrupo considerando a presença de filhos na residência.

Tabela 22

Análise multigrupo considerando a presença de filhos na residência

Relações Estruturais	Coeficiente de Caminho ( $\beta$ )		Diferença	Intervalo de Confiança		p-valor
	Sem Filho	Com Filho		2,5%	97,5%	
ATT -> ICAO	0,38	0,32	0,06	-0,08	0,08	0,16
NS -> ICAO	0,14	0,16	-0,02	-0,10	0,08	0,61
CCP -> ICAO	0,50	0,51	-0,01	-0,07	0,07	0,78
ICAO -> CP	0,24	0,23	0,02	-0,08	0,07	0,68
CCP -> CP	0,66	0,64	0,02	-0,07	0,07	0,58

**Nota.** ATT = Atitudes. ICAO = Intenção de compra de alimentos orgânicos. NS = Normas subjetivas. CCP = Controle comportamental percebido. CP = Comportamento passado.

Para as análises considerando as amostras distintas pelo sexo biológico, foram procedidas novamente as análises dos modelos de mensuração e estrutural antes de serem realizadas as análises multigrupo. Os resultados provenientes dessas análises demonstraram que são aceitáveis os modelos de mensuração e estruturais para as amostras masculina (n = 480) e feminina (n = 1250) (Apêndice 09). Com relação às análises de invariância composicional e multigrupo, a íntegra dos resultados está disponível no Apêndice 10. A Tabela 23 apresenta as estatísticas descritivas dos grupos sociodemográficos das amostras masculina e feminina.

Tabela 23

*Grupos sociodemográficos das amostras masculina e feminina*

<b>Variável sociodemográfica</b>	<b>Frequência Masculina (n = 480)</b>	<b>Frequência Feminina (n = 1250)</b>
<b>Idade</b>		
Até 44 anos	255	609
45 anos ou mais	225	641
<b>Nível de escolaridade</b>		
Ensino superior ou menor	222	572
Especialização ou maior	258	678
<b>Estado civil</b>		
Outros	163	527
Casado(a) / União Estável	317	723
<b>Renda familiar (até 3SM)</b>		
Até R\$ 3.300 (3 salários mínimos)	83	204
Acima de R\$ 3.300 (3 salários mínimos)	397	1046
<b>Renda familiar (até 6SM)</b>		
Até R\$ 6.600 (6 salários mínimos)	170	538
Acima de R\$ 6.600 (6 salários mínimos)	310	712
<b>Renda familiar (até 9SM)</b>		
Até R\$ 9.900 (9 salários mínimos)	273	805
Acima de R\$ 9.900 (9 salários mínimos)	207	445
<b>Possui filhos(as)</b>		
Não	285	661
Sim	195	589

As análises multigrupo para amostra feminina (n=1250) revelaram efeito de moderação das variáveis escolaridade e renda. A escolaridade exerce efeito de moderação sobre a relação entre a ICAO e o comportamento passado, sendo o efeito da ICAO sobre o comportamento passado maior para o grupo com maior escolaridade. As demais



relações do modelo estrutural indicam para invariância do modelo. A Tabela 24 apresenta os resultados da análise multigrupo para escolaridade, considerando a amostra feminina.

Tabela 24

Análise multigrupo para escolaridade (feminina)

Relações Estruturais	Coeficiente de Caminho ( $\beta$ )		Diferença	Intervalo de Confiança		p-valor
	Menor E.	Maior E.		2,5%	97,5%	
ATT-ICAO	0,24	0,30	-0,07	-0,10	0,09	0,18
NS-ICAO	0,30	0,23	0,07	-0,09	0,09	0,12
CCP-ICAO	0,60	0,53	0,07	-0,08	0,08	0,09
ICAO-CP	0,57*	0,67*	-0,10*	-0,08	0,08	0,02
CCP-CP	0,13	0,14	-0,02	-0,10	0,11	0,73

*Nota.* ATT = Atitudes. ICAO = Intenção de compra de alimentos orgânicos. NS = Normas subjetivas. CCP = Controle comportamental percebido. CP = Comportamento passado. \*Coeficientes significantes no nível de 5%.

A renda também apresentou efeito de moderação sobre a relação entre as atitudes e a ICAO, sendo o efeito das atitudes sobre a ICAO maior para o grupo com maior renda, considerando apenas os grupos divididos pelas faixas de renda de 6 SM e 9 SM. As demais relações estruturais indicam para invariância do modelo. A Tabela 25 apresenta os resultados da análise multigrupo para renda, considerando a amostra feminina.

Tabela 25

Análise multigrupo para renda (feminina)

Relações Estruturais	Coeficiente de Caminho ( $\beta$ )		Diferença	Intervalo de Confiança		p-valor
	Até 3SM	Maior 3SM		2,5%	97,5%	
ATT-ICAO	0,24	0,29	-0,05	-0,12	0,14	0,44
NS-ICAO	0,11	0,13	-0,02	-0,14	0,13	0,80
CCP-ICAO	0,57	0,53	0,04	-0,11	0,11	0,48
ICAO-CP	0,66	0,64	0,02	-0,12	0,11	0,80
CCP-CP	0,23	0,24	-0,01	-0,13	0,13	0,88

Relações Estruturais	Coeficiente de Caminho ( $\beta$ )		Diferença	Intervalo de Confiança		p-valor
	Até 6SM	Maior 6SM		2,5%	97,5%	
ATT-ICAO	0,21*	0,32*	-0,11*	-0,10	0,10	0,03
NS-ICAO	0,14	0,11	0,03	-0,10	-0,11	0,51
CCP-ICAO	0,57	0,53	0,04	-0,08	0,08	0,43
ICAO-CP	0,64	0,68	0,04	-0,08	0,08	0,39
CCP-CP	0,25	0,21	0,04	-0,08	0,09	0,42

Relações Estruturais	Coeficiente de Caminho ( $\beta$ )		Diferença	Intervalo de Confiança		p-valor
	Até 9SM	Maior 9SM		2,5%	97,5%	
ATT-ICAO	0,22*	0,40*	-0,18*	-0,10	0,10	0,00
NS-ICAO	0,26	0,20	0,06	-0,09	0,10	0,25

CCP-ICAO	0,54	0,52	0,03	-0,08	0,09	0,59
ICAO-CP	0,63	0,66	-0,04	-0,09	0,08	0,38
CCP-CP	0,17	0,09	0,08	-0,10	0,11	0,14

*Nota.* SM = Salários Mínimos. ATT = Atitudes. ICAO = Intenção de compra de alimentos orgânicos. NS = Normas subjetivas. CCP = Controle comportamental percebido. CP = Comportamento passado. \*Coeficientes significantes no nível de 5%.

As análises multigrupo para amostra feminina considerando as variáveis idade, estado civil e a presença de filhos na residência indicam para invariância do modelo – não apresentaram efeito de moderação para a amostra feminina. A Tabela 26 apresenta um resumo das hipóteses adicionais avaliadas, considerando os grupos feminino e masculino.

Tabela 26

Análises multigrupo para amostras feminina e masculina

Hipóteses adicionais	Decisão (Feminino)	Decisão (Masculino)
Idade modera a relação entre atitudes e a ICAO.	Rejeitar	Rejeitar
Idade modera a relação entre normas subjetivas e a ICAO.	Rejeitar	Rejeitar
Idade modera a relação entre CCP e a ICAO.	Rejeitar	Rejeitar
Idade modera a relação entre a ICAO e comportamento passado.	Rejeitar	Rejeitar
Idade modera a relação entre o CCP e comportamento passado.	Rejeitar	Rejeitar
Escolaridade modera a relação entre atitudes e a ICAO.	Rejeitar	Rejeitar
Escolaridade modera a relação entre normas subjetivas e a ICAO.	Rejeitar	Rejeitar
Escolaridade modera a relação entre CCP e a ICAO.	Rejeitar	Rejeitar
Escolaridade modera a relação entre a ICAO e comportamento passado.	Aceitar	Rejeitar
Escolaridade modera a relação entre o CCP e comportamento passado.	Rejeitar	Rejeitar
Estado civil modera a relação entre atitudes e a ICAO.	Rejeitar	Rejeitar
Estado civil modera a relação entre normas subjetivas e a ICAO.	Rejeitar	Rejeitar
Estado civil modera a relação entre CCP e a ICAO.	Rejeitar	Rejeitar
Estado civil modera a relação entre a ICAO e comportamento passado.	Rejeitar	Rejeitar
Estado civil modera a relação entre o CCP e comportamento passado.	Rejeitar	Rejeitar
Renda modera a relação entre atitudes e a ICAO.	Aceitar	Rejeitar
Renda modera a relação entre normas subjetivas e a ICAO.	Rejeitar	Rejeitar
Renda modera a relação entre CCP e a ICAO.	Rejeitar	Rejeitar
Renda modera a relação entre a ICAO e comportamento passado.	Rejeitar	Rejeitar
Renda modera a relação entre o CCP e comportamento passado.	Rejeitar	Rejeitar
Presença de filhos modera a relação entre atitudes e a ICAO.	Rejeitar	Rejeitar
Presença de filhos modera a relação entre normas subjetivas e a ICAO.	Rejeitar	Rejeitar
Presença de filhos modera a relação entre CCP e a ICAO.	Rejeitar	Rejeitar
Presença de filhos modera a relação entre a ICAO e comportamento passado.	Rejeitar	Rejeitar
Presença de filhos modera a relação entre o CCP e comportamento passado.	Rejeitar	Rejeitar

*Nota.* ICAO = Intenção de compra de alimentos orgânicos. CCP = Controle comportamental percebido.

As análises multigrupo para amostra masculina (n=480) indicaram para invariância do modelo, considerando todas as variáveis sociodemográficas: idade, escolaridade, estado civil, renda (3SM, 6SM, 9SM) e a presença de filhos na residência – não há efeito de moderação dessas variáveis sobre o modelo quando considerada apenas a amostra masculina desse estudo (Apêndice 10).

## Discussão

Os resultados das análises do modelo de mensuração suportam a validade do instrumento de pesquisa utilizado. Essas evidências se consolidam como evidências de validade da estrutura interna do instrumento. Os resultados das análises do modelo estrutural suportam as hipóteses estabelecidas (H1-H5), pressupostas pelo modelo da Teoria do Comportamento Planejado (TCP) e apoiadas em evidências anteriores. Essas evidências indicam para a validade da teoria como modelo explicativo do comportamento de compra de alimentos orgânicos, considerando a amostra dessa pesquisa.

Em ordem de importância, o CCP apresentou o maior tamanho de efeito ( $\beta = 0,50$ ,  $p$ -valor  $< 0,01$ ,  $f^2 = 0,49$ , alto) como preditor da ICAO, seguido pelas atitudes ( $\beta = 0,36$ ,  $p$ -valor  $< 0,01$ ,  $f^2 = 0,19$ , médio) e normas subjetivas ( $\beta = 0,15$ ,  $p$ -valor  $< 0,01$ ,  $f^2 = 0,03$ , baixo). O maior tamanho de efeito do modelo estrutural diz respeito à relação entre ICAO e comportamento passado ( $\beta = 0,66$ ,  $p$ -valor  $< 0,01$ ,  $f^2 = 0,83$ , alto). O CCP apresentou um tamanho de efeito baixo como preditor do comportamento passado ( $\beta = 0,23$ ,  $p$ -valor  $< 0,01$ ,  $f^2 = 0,11$ , baixo). Os coeficientes de determinação ( $R^2$  ajustado) dos construtos ICAO ( $R^2$  ajustado = 0,56) e comportamento passado ( $R^2$  ajustado = 0,67) são considerados médios. O modelo estrutural baseado na TCP explica 56% da variância da ICAO e 67% da variância do comportamento passado - alta relevância preditiva.

O objetivo geral dessa pesquisa foi verificar o efeito de moderação das variáveis sociodemográficas sobre as relações estabelecidas entre as variáveis do modelo da TCP, considerando o comportamento de compra de alimentos orgânicos. As evidências dessa pesquisa indicam que as variáveis sexo biológico, idade, escolaridade e renda exercem algum tipo de moderação sobre as relações estabelecidas pelo modelo da TCP. Apenas as variáveis “estado civil” e “presença de filhos na residência” não apresentam efeito de moderação sobre quaisquer relações do modelo da TCP, indicando que as relações do modelo da TCP não diferem em função dos consumidores serem casados(as) ou possuírem filhos compartilhando a residência.

O sexo biológico exerce efeito de moderação sobre as relações entre: as atitudes e ICAO; CCP e ICAO; ICAO e comportamento passado. O coeficiente de caminho ( $\beta$ ) das atitudes sobre a ICAO para os homens é maior, enquanto o coeficiente de caminho do CCP sobre a ICAO é maior para as mulheres. Essas evidências indicam que as atitudes são um melhor preditor da ICAO para os homens ( $\beta = 0,47$ ) em comparação com as mulheres ( $\beta = 0,29$ ). Do contrário, o CCP é um melhor preditor da ICAO para as mulheres

( $\beta = 0,54$ ) em comparação com os homens ( $\beta = 0,34$ ). Além disso, a análise multigrupo também evidenciou que o sexo biológico exerce efeito de moderação sobre a relação entre ICAO e comportamento passado, sendo o coeficiente de caminho ( $\beta$ ) da ICAO sobre o comportamento passado maior para os homens ( $\beta = 0,74$ ) em comparação com as mulheres ( $\beta = 0,66$ ) – ambos de tamanho alto.

As evidências dessa pesquisa também indicam que as mulheres apresentam maiores níveis/médias em comparação com os homens para os construtos das atitudes, normas subjetivas, ICAO e comportamento passado. O nível do CCP não apresentou diferença significativa entre homens e mulheres. Os estudos de Magnusson et al. (2001), Radman (2005), Padilla Bravo et al. (2013) e Iriantú (2015) apontam que mulheres possuem atitudes mais favoráveis e maior ICAO. Entretanto, as evidências da presente pesquisa contrariam os achados de Tsakiridou et al. (2008), considerando as atitudes; e de Brýiý-Stipýeviý et al. (2013) e Sultan et al. (2018), relacionados ao comportamento passado - nesses estudos não foram identificadas influências do sexo biológico.

A maior diferença entre os níveis (médias) dos construtos para homens (5,86) e mulheres (6,40) foi observada para as atitudes, enquanto o CCP não apresenta diferença significativa em função do sexo biológico. Esses resultados indicam que as mulheres possuem crenças atitudinais bastante favoráveis com relação aos alimentos orgânicos, demonstrando perceber em maior nível os benefícios associados ao seu consumo. Entretanto, é o CCP o principal apelo que exerce efeito sobre a ICAO para as mulheres. Do contrário, as atitudes exercem maior efeito sobre a ICAO para os homens. Isso indica que, para os homens, o fator mais decisivo nesse processo de tomada de decisão é justamente reconhecer ou acreditar nos benefícios associados ao consumo de alimentos orgânicos. No caso das mulheres, as crenças atitudinais já são em média bastante elevadas, mas o que exerce o maior efeito sobre a ICAO são as percepções de fatores facilitadores ou impeditivos (Ex.: percepção de autoeficácia, disponibilidade, tempo, dinheiro) associados a compra de alimentos orgânicos.

Em ambos os casos, a ICAO exerce alto efeito sobre o comportamento passado, priorizando a rota das atitudes para os homens ou pela rota do CCP para as mulheres. Não obstante, o efeito da ICAO sobre o comportamento passado é maior para os homens, embora em média as mulheres (3,69) apresentem maiores níveis de comportamento passado do que os homens (3,49). Tendo em conta as referências até então apresentadas, essa constatação se configura como uma evidência inédita dessa pesquisa.

A idade exerce um efeito moderador apenas sobre a relação das normas subjetivas com a ICAO ( $p$ -valor = 0,04). O coeficiente de caminho das normas subjetivas sobre a ICAO é maior quando considerados consumidores mais jovens (com até 44 anos) ( $n = 864$ ,  $\beta = 0,20$ ), em comparação com os consumidores com maior idade ( $n = 866$ ,  $\beta = 0,10$ ). As demais comparações não apresentam diferença no nível de significância de 5%.

Nesse estudo, a operacionalização das normas subjetivas considerou itens que representam duas características normativas fundamentais desse construto: as normas injuntivas e descritivas (Fishbein & Ajzen, 2010). Os estudos de Castelo-Branco et al. (2019) e Dorce et al. (2021), realizados no contexto brasileiro, adotam operacionalização similar para as normas subjetivas. O estudo de Castelo-Branco et al. (2019) optou por utilizar no modelo estrutural dois construtos separadamente (normas subjetivas injuntivas e descritivas), enquanto Dorce et al. (2021) utiliza apenas um construto com ambas as dimensões normativas (normas subjetivas). As duas formas de operacionalizar as normas subjetivas são utilizadas na literatura (Fishbein & Ajzen, 2010; Urban et al., 2012), principalmente quando se conjectura que estas exerçam efeitos heterogêneos para um determinado comportamento (Ex.: parar de fumar cigarros) e se tenha por objetivo verificar o tamanho de cada efeito isolado. Entretanto, Fishbein e Ajzen (2010) recomendam que as normas subjetivas sejam representadas por um construto único, incorporando as dimensões injuntiva e descritiva.

Como pontuam Ajzen e Fishbein (2010, p. 131), “as normas injuntivas referem-se a percepções sobre o que deve ou não ser feito em relação ao desempenho de um determinado comportamento, enquanto as normas descritivas referem-se a percepções de que outros estão ou não realizando o comportamento em questão”. Fishbein e Ajzen (2010) sugerem a utilização dos termos norma percebida (*perceived norm*) ou pressão social percebida (*perceived social pressure*) para se referir à influência normativa geral derivada de normas injuntivas e descritivas percebidas.

Para além do efeito geral das normas subjetivas sobre a ICAO, as evidências dessa pesquisa indicam que os consumidores jovens estão mais propícios a considerar a pressão social percebida durante o processo de tomada de decisão voltado ao consumo de alimentos orgânicos. A revisão realizada por Ravis e Sheeran (2003) também relata que as normas descritivas são moderadas pela idade. A relação entre normas descritivas e intenção comportamental é mais forte em amostras jovens, considerando comportamentos relacionados com a saúde (*health-risk, health-promoting behaviours*). De acordo com Ravis e Sheeran (2003), o efeito de moderação da idade sobre a relação entre normas

descritivas e intenção é consistente com evidências da psicologia do desenvolvimento ao longo da vida. Os jovens são particularmente mais sensíveis às pressões sociais percebidas e são cotidianamente confrontados com o desafio de estabelecer novas relações de amizade. Aquiescer-se diante da opinião dos pares e imitar o comportamento de pessoas que consideram importantes é uma estratégia comum para ganhar a aceitação de um grupo e obter o reconhecimento dos pares como membro de um grupo (identificação do grupo) (Rivis & Sheeran, 2003).

Castelo-Branco et al. (2019) realizaram sua pesquisa considerando uma amostra por conveniência formada apenas por consumidores de feiras orgânicas no Brasil. Nesse contexto, o estudo de Castelo-Branco et al. (2019) indica que as normas subjetivas (injuntivas) ( $\beta = 0,44$ ) se apresentam como o principal preditor da ICAO, seguido pelas atitudes ( $\beta = 0,34$ ), CCP ( $\beta = 0,22$ ) e normas subjetivas (descritivas,  $\beta = 0,19$ ). O estudo de Dorce et al. (2021) considerou uma amostra por conveniência de consumidores brasileiros de modo geral com coleta de dados obtida via questionário online. No estudo de Dorce et al. (2021), as normas subjetivas (injuntivas e descritivas,  $\beta = 0,23$ ) apresentam impacto similar ao CCP ( $\beta = 0,28$ ) e as atitudes se configuram como principal preditor da ICAO ( $\beta = 0,46$ ). O presente estudo considerou uma amostra de consumidores de modo geral e constatou que as normas subjetivas exercem um efeito baixo como preditor da ICAO ( $\beta = 0,15$ ,  $p$ -valor  $< 0,01$ ,  $f^2 = 0,03$ ). Embora os estudos de Castelo-Branco et al. (2019) e Dorce (2021) não informem o tamanho de efeito ( $f^2$ ) das normas subjetivas, parece evidente que as normas subjetivas exercem um efeito mais relevante quando considerada a amostra de consumidores de orgânicos (Castelo-Branco et al., 2019). Com base nesses resultados, pode-se conjecturar que ser um consumidor de alimentos orgânicos (sim, não) seja também uma característica moderadora do modelo da TCP, considerando o comportamento de compra de alimentos orgânicos.

Vale destacar que nas análises multigrupo, considerando as amostras feminina e masculina (separadamente), a idade não demonstrou o efeito de moderação sobre a relação entre as normas subjetivas e a ICAO – em um nível de significância de 5%. Apenas com o tamanho amostral total ( $n = 1730$ ) foi possível constatar essa diferença significativa. No caso da amostra feminina, os coeficientes de caminho são diferentes para consumidores de menor ( $n = 609$ ,  $\beta = 0,18$ ) ou maior idade ( $n = 641$ ,  $\beta = 0,10$ ), apenas em um nível de significância de 10% ( $p$ -valor = 0,09). No caso da amostra masculina, os coeficientes de caminho não apresentaram diferença significativa ( $p$ -valor

= 0,17) para consumidores de menor ( $n = 255$ ,  $\beta = 0,26$ ) ou maior idade ( $n = 225$ ,  $\beta = 0,13$ ). Em ambas as análises, é possível que o tamanho limitado de casos das subamostras tenha inviabilizado a detecção do efeito de moderação em um nível de significância aceitável ( $p$ -valor  $< 0,05$ ).

As evidências dessa pesquisa também indicam que pessoas com 45 anos ou mais apresentam maiores níveis/médias em comparação com as pessoas de até 44 anos para todos os construtos da TCP. Essas evidências corroboram os resultados encontrados por Tsakiridou et al. (2008), que constataram que os jovens possuem atitudes menos favoráveis e menor ICAO. O estudo de Radman (2005) também indica que idosos percebem os alimentos orgânicos como menos caros – o que sugere um maior nível de CCP. Roitner-Schobesberger et al. (2008), Nasir e Karakaya (2014) e Sultan et al. (2018) também identificaram uma relação positiva entre idade e frequência de compra de alimentos orgânicos. Do contrário, os estudos de Magnusson et al. (2001) e Bryla (2016) concluíram que pessoas jovens apresentam atitudes mais favoráveis em relação aos alimentos orgânicos, maior ICAO e percebem os alimentos orgânicos como mais disponíveis (de fácil acesso). O estudo de Rimal et al. (2005) identificou uma relação negativa entre idade e frequência de compra de alimentos orgânicos.

Em conjunto com os resultados dessa pesquisa, existem evidências que suportam a afirmação de que pessoas com 45 anos ou mais estariam mais propensas a comprar alimentos orgânicos. O CCP é o principal preditor da ICAO para ambas as faixas etárias, seguido pelas atitudes e pelas normas subjetivas. Entretanto, as pessoas com até 44 anos estão mais propensas a considerar, durante o processo de tomada de decisão, as pressões sociais percebidas (Ex.: cônjuges, amigos, familiares, influenciadores, líderes, etc.), em comparação com as pessoas com idade acima de 45 anos.

A escolaridade exerce um efeito moderador apenas sobre a relação da ICAO com o comportamento passado. O coeficiente de caminho da ICAO sobre o comportamento passado é maior quando considerados consumidores com maior escolaridade (especialização ou maior) ( $\beta = 0,69$ ), em comparação com os consumidores com menor escolaridade ( $\beta = 0,60$ ) – ambos de tamanho elevado. Entretanto, quando realizadas as análises multigrupo considerando as amostras feminina e masculina, a escolaridade demonstrou efeito sobre a relação entre ICAO e comportamento passado apenas para amostra feminina ( $p$ -valor = 0,02).

Os resultados também indicam que existe diferença significativa no nível das normas subjetivas em função da escolaridade. Consumidores com ensino superior ou menor apresentam maior nível das normas subjetivas em comparação com os consumidores com especialização, mestrado ou doutorado. Isso indica que consumidores com menor escolaridade estão mais sujeitos a manifestar consideração, durante o processo de tomada de decisão, as pressões sociais advindas dos pares em comparação com os consumidores de maior escolaridade.

A literatura é escassa no que diz respeito a evidências sobre o efeito da escolaridade sobre os construtos da TCP. O estudo de Bryla (2016) aponta que a escolaridade não apresenta influência significativa sobre as atitudes com relação aos alimentos orgânicos. O estudo de Rimal et al. (2005) indica que a escolaridade não influencia a compra de alimentos orgânicos. Em contrapartida, os estudos de Magnusson et al. (2001) e Tsakiridou et al. (2008) indicam que pessoas com maior escolaridade apresentam maiores níveis/médias de atitudes com relação aos alimentos orgânicos, embora Magnusson et al. (2001) relate que essa diferença não é significativa para a ICAO. Radman (2005), Roitner-Schobesberger et al. (2008), Brýiý-Stipýeviý et al. (2013) e Sultan et al. (2018) apresentam evidências de que consumidores com maior escolaridade tendem a comprar mais alimentos orgânicos.

As constatações de Magnusson et al. (2001), Tsakiridou et al. (2008), Radman (2005), Roitner-Schobesberger et al. (2008), Brýiý-Stipýeviý et al. (2013) não são suportados pelos resultados dessa pesquisa. Para ambas as categorias de escolaridade dessa pesquisa, o CCP permaneceu sendo o melhor preditor da ICAO, seguido pelas atitudes e normas subjetivas – não havendo diferença no tamanho de efeito dos construtos sobre a ICAO. O efeito da ICAO sobre o comportamento passado é maior para o grupo com maior escolaridade ( $\beta = 0,69$ ), em comparação com o grupo com menor escolaridade ( $\beta = 0,61$ ), sugerindo que a ICAO é um melhor preditor para consumidores com maior escolaridade – embora ambos os coeficientes de caminho sejam altos.

A renda apresentou um efeito de moderação sobre a relação entre as atitudes e a ICAO. O coeficiente de caminho das atitudes sobre a ICAO é maior quando considerados consumidores com maior renda familiar (acima de 6 SM,  $\beta = 0,39$ ; 9 SM,  $\beta = 0,48$ ), em comparação com os consumidores com menor renda (abaixo de 6 SM,  $\beta = 0,24$ ; 9 SM,  $\beta = 0,28$ ). Isso indica que as crenças atitudinais favoráveis são mais importantes durante o processo de tomada de decisão relacionado ao consumo de alimentos orgânicos para



pessoas com maior renda, chegando a se igualar ao tamanho do coeficiente de caminho do CCP sobre a ICAO na comparação com o grupo acima de 9 SM (acima de 6 SM,  $\beta = 0,47$ ; 9 SM,  $\beta = 0,46$ ). Não obstante, para os consumidores com menor renda, o CCP continua a exercer um papel preponderante sobre a ICAO (acima de 6 SM,  $\beta = 0,52$ ; 9 SM,  $\beta = 0,50$ ). Entretanto, vale destacar que quando foram realizadas as análises multigrupo considerando as amostras feminina e masculina, a renda demonstrou efeito sobre a relação entre as atitudes e a ICAO apenas para amostra feminina. Essas evidências indicam que o efeito de moderação da renda sobre a relação entre as atitudes e a ICAO ocorre apenas no caso das mulheres. Entretanto, deve-se considerar que o tamanho da amostra masculina é um limitador e isso pode ocasionar erros do tipo I e II (falso positivo, falso negativo).

A evidências dessa pesquisa também demonstram, para os três grupos de renda analisados, que consumidores com renda familiar acima de 3, 6 ou 9 salários mínimos apresentam maiores níveis/médias de CCP, ICAO e comportamento passado em comparação com os respectivos consumidores com renda familiar de até 3, 6 ou 9 salários mínimos. Isso indica que a renda exerce influência sobre o processo tomada de decisão relacionado ao consumo de alimentos orgânicos para amostra dessa pesquisa. Roitner-Schobesberger et al. (2008), Rimal et al. (2005), Brčić-Stipčević et al. (2013) e Sultan et al. (2018) apontam que consumidores com maior renda tendem a comprar mais alimentos orgânicos. Bryla (2016) indica que as atitudes não apresentam diferença significativa em função de níveis de renda. Essas evidências são corroboradas pelos resultados dessa pesquisa. Do contrário, Tsakiridou et al. (2008) indicam que há correlação positiva entre as atitudes e renda; e Radman (2005) aponta que não há diferença significativa na frequência de compra de alimentos orgânicos, quando considerados os níveis de renda dos consumidores. As evidências de Tsakiridou et al. (2008) e Radman (2005) são contraditórias aos achados dessa pesquisa.

O estado civil e “presença de filhos na residência” não apresentaram efeitos de moderação sobre as relações do modelo estrutural proposto nessa pesquisa. Com relação aos níveis/médias dos construtos, há diferença entre os níveis apenas para o CCP. Consumidores casado(as) apresentam maior CCP em comparação com o grupo com as outras categorias de estado civil. O estudo de Brčić-Stipčević et al. (2013) indica que não há diferença significativa na frequência de compra de alimentos orgânicos, considerando o estado civil. Sultan et al. (2018) também aponta que o estado civil não exerce influência

sobre os gastos semanais ou do tempo de consumo de alimentos orgânicos. Pode-se conjecturar que o estado civil exerça um papel emulador da renda. Pessoas casadas possuem maiores níveis/médias de CCP, assim como famílias com maior renda.

Em contrapartida, a pesquisa de Tung et al. (2015) demonstrou que pessoas que compartilham a residência com cônjuges e filhos consomem mais alimentos orgânicos. Com relação a esses achados, Tung et al. (2015) comentam que é possível que compartilhar a refeição domiciliares com cônjuge e filhos seja um fator facilitador para o consumo de alimentos orgânicos. Do contrário, indivíduos que moram sozinhos ou sem filhos podem encontrar mais dificuldades para consumir refeições domiciliares, como falta de tempo ou apoio para preparar as refeições, dentre outras atividades (Ex.: lavar louças); e menor motivação para se preocupar com diversidade e segurança alimentar.

Pode-se conjecturar que, indiretamente, isso explica a diferença entre os níveis do CCP em função do estado civil, mas os resultados apontados por Tung et al. (2015) não são corroborados efetivamente pelas evidências dessa pesquisa, ao passo que o estado civil não apresenta o efeito de moderação sobre as relações do modelo estrutural estabelecido. O CCP continua sendo o principal preditor da ICAO, seguido pelas atitudes e normas subjetivas para esses grupos (casados(as), outros; sem filhos, com filhos).

Os resultados desta pesquisa, embora forneçam *insights* valiosos sobre o efeito de moderação das variáveis sociodemográficas no contexto do comportamento de compra de alimentos orgânicos, devem ser interpretados com cautela, pois a amostra utilizada foi selecionada por conveniência e não é representativa da diversidade da população brasileira. Portanto, a generalização dos resultados para além da amostra específica da pesquisa deve ser feita com parcimônia, limitando o alcance explicativo dos dados aos participantes envolvidos na pesquisa.

### **Implicações teóricas**

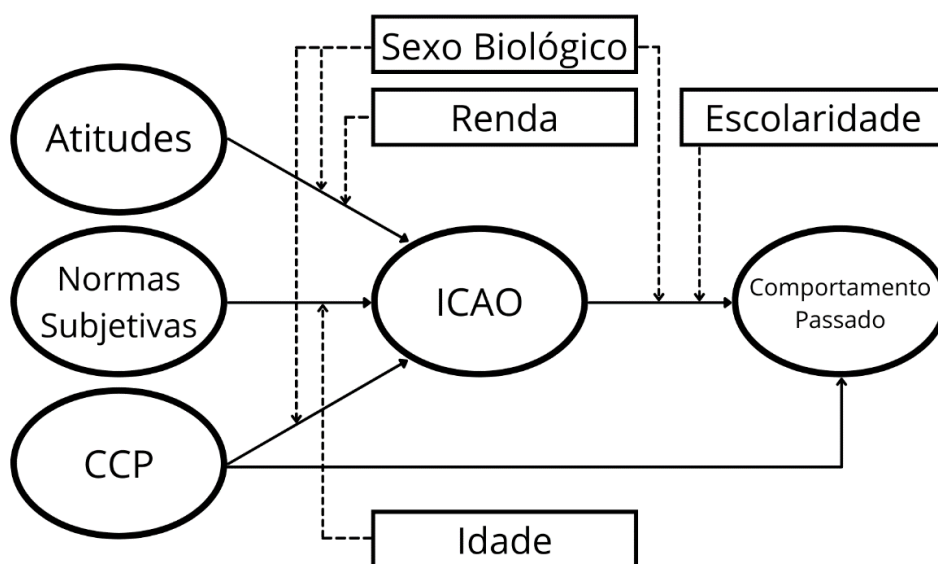
A TCP pode ser classificada como um modelo teórico parcimonioso, composto por três construtos independentes (atitudes, normas subjetivas e CCP) e preditores da intenção comportamental. A intenção comportamental se caracteriza como um construto com um papel dependente em relação aos seus antecedentes e independente e preditor em relação ao comportamento. Entretanto, a TCP não se consolida como um modelo cristalizado ou indiferente às novas evidências disponíveis, próprias do processo de construção do conhecimento científico. Ajzen (1991) reconhece a incompletude da TCP, dada a complexidade da realidade e dos inúmeros fatores psicossociais com potencial

para explicar o desenvolvimento de intenções comportamentais e do comportamento. Fishbein e Ajzen (2010) elencam uma série de potenciais fatores de fundo (*background factors*), assim como é o caso das variáveis sociodemográficas, que devem ser considerados na medida em que evidências empíricas suportem a influência dessas variáveis sobre os construtos do modelo da TCP.

As evidências dessa pesquisa indicam que as variáveis sexo biológico, idade, escolaridade e renda exercem efeitos de moderação sobre as relações estabelecidas pelo modelo da TCP. À luz dessas evidências se sugere uma extensão do modelo estrutural da TCP, considerando o comportamento de compra de alimentos orgânicos no contexto brasileiro. A Figura 8 apresenta uma proposta do modelo estrutural estendido da TCP como contribuição teórica dessa pesquisa.

Figura 8

*Modelo estrutural estendido da TCP.*



*Nota.* CCP = Controle comportamental percebido. ICAO = Intenção de compra de alimentos orgânicos.

Revisões internacionais que investigaram o perfil dos consumidores de alimentos orgânicos (Hugner et al., 2007; Dettmann, 2008; Dettmann & Dimitri, 2009; Pearson et al., 2011; Dimitri & Dettmann, 2012; Hemmerling et al., 2015) e avaliaram as evidências de validade do modelo da TCP (Scalco et al., 2017; Han & Stoel, 2017) consideraram predominantemente estudos com amostras populacionais da América do Norte, Europa e Ásia. Essas são evidências relevantes para responder “Quem são os consumidores de alimentos orgânicos?” e “Por que as pessoas compram alimentos orgânicos?”. Entretanto, a carência de evidências de pesquisas com amostras populacionais da América do Sul é uma limitação que impede prontamente a generalização dos resultados dessas revisões.

No Brasil, os estudos de Castelo Branco et al. (2019), Reis Neto et al. (2019), Verga et al. (2020), Iwaya et al. (2022) são evidências que corroboram a validade do modelo da TCP no contexto nacional. Entretanto, estudos internacionais ou nacionais que consideraram verificar o efeito de moderação de variáveis sociodemográficas (*background factors*) são escassos, embora evidências indiquem a existência de efeito de moderação do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) dos países sobre as relações do modelo da TCP (Iwaya et al., 2022), considerando o comportamento de compra de alimentos orgânicos.

Essa pesquisa representa um esforço pioneiro de verificar o efeito de moderação das variáveis sociodemográficas sobre as relações estabelecidas entre as variáveis do modelo da TCP, considerando o comportamento de compra de alimentos orgânicos no contexto brasileiro. Destaca-se que os resultados dessa pesquisa apontam para a existência de um papel principal das atitudes durante o processo de tomada de decisão de compra de alimentos orgânicos para os homens, enquanto para as mulheres o CCP exerce o protagonismo no processo de tomada de decisão. O modelo estrutural proposto na Figura 8 se estabelece como uma alternativa potencialmente relevante para explicar o comportamento do consumidor de alimentos orgânicos brasileiro, situando as evidências de validade do modelo da TCP em um território com as peculiaridades da realidade da América do Sul, notadamente diferente das realidades de países da América do Norte e Europa - “*Western, Educated, Industrialized, Rich, and Democratic*” (Henrich, 2020).

### **Implicações gerenciais**

O CCP é principal preditor da ICAO para amostra geral e considerando os diferentes grupos por idade, escolaridade e estado civil - com um alto tamanho de efeito. Quando considerado o sexo biológico, o CCP se mantém sendo o principal preditor da ICAO para o grupo feminino, entretanto as atitudes são o principal preditor da ICAO para o grupo masculino. Quando considerada a renda, o CCP se mantém sendo o principal preditor da ICAO para grupos com menor renda (3 SM, 6 SM), entretanto as atitudes são o principal preditor da ICAO na comparação com o grupo com maior renda (9 SM). As atitudes são o segundo melhor preditor da ICAO com um médio tamanho de efeito, com exceção dos casos acima mencionados. As normas subjetivas são o terceiro principal preditor da ICAO com um baixo tamanho de efeito, embora aceitável em um nível de significância de 1%. Com relação às normas subjetivas, também foi identificado que

existe um efeito de moderação da idade sobre a relação das normas subjetivas e ICAO. A Tabela 27 apresenta a sumarização dessas evidências.

Tabela 27

Coefficientes de caminho ( $\beta$ ) das análises multigrupo

Relações	Coefficientes de Caminho ( $\beta$ )													
	M.	F.	I. (-)	I. (+)	E. (-)	E. (+)	O.	C.	R. 3SM (-)	R. 3SM (+)	R. 6SM (-)	R. 6SM (+)	R. 9SM (-)	R. 9SM (+)
ATT -> ICAO	<b>0,47*</b>	<b>0,29*</b>	0,34	0,37	0,33	0,37	0,32	0,38	0,29	0,37	<b>0,24*</b>	<b>0,39*</b>	<b>0,28*</b>	<b>0,48*</b>
NS -> ICAO	0,21	0,14	<b>0,20*</b>	<b>0,10*</b>	0,14	0,16	0,16	0,15	0,12	0,14	0,18	0,14	0,18	0,10
CCP -> ICAO	<b>0,34*</b>	<b>0,54*</b>	<b>0,47</b>	<b>0,53</b>	<b>0,52</b>	<b>0,49</b>	<b>0,53</b>	<b>0,48</b>	<b>0,53</b>	<b>0,48</b>	<b>0,52</b>	<b>0,47</b>	<b>0,50</b>	0,46
ICAO -> CP	<b>0,74*</b>	<b>0,66*</b>	0,67	0,64	<b>0,61*</b>	<b>0,69*</b>	0,66	0,66	0,66	0,67	0,66	0,69	0,65	0,66
CCP -> CP	0,15	0,22	0,23	0,23	0,27	0,21	0,24	0,23	0,25	0,22	0,24	0,20	0,24	0,22

*Nota.* M = Masculino. F = Feminino. I = Idade. E = Escolaridade. O = Outros. C = Casados. R = Renda. SM = Salários mínimos. Todos os coeficientes de caminho ( $\beta$ ) são significantes no nível de 5%. \*A diferença dos coeficientes de caminho ( $\beta$ ) é significativa no nível de 5% na análise multigrupo.

Dado que o CCP é um forte preditor da ICAO, organizações e formuladores de políticas interessados em aumentar o consumo de orgânicos devem trabalhar para fortalecer e facilitar o acesso aos canais de distribuição de orgânicos no varejo. De acordo com Yadav e Pathak (2016), a maioria dos clientes não está disposta a ir a várias lojas para encontrar o alimento que deseja. Como resultado, Chaudhary e Bisai (2018) indicam que esforços se concentrem no fortalecimento dos canais de distribuição de alimentos orgânicos, incluindo a criação de canais alternativos adjacentes a mercados varejistas onde ocorre maior circulação de consumidor. Essas atividades, segundo Chaudhary e Bisai (2018), diminuiriam a percepção de dificuldade associada à compra de alimentos orgânicos e, ao mesmo tempo, melhorariam a percepção de controle comportamental. As organizações podem explorar o envio de itens orgânicos para as casas dos consumidores como uma tática de vendas, de acordo com Dorce et al. (2020). Sugere-se também que organizações governamentais interessadas em promover o consumo de alimentos orgânicos auxiliem o crescimento dos mercados orgânicos locais.

As atitudes apresentaram o segundo maior tamanho de efeito como preditor da ICAO. Os esforços que podem ser feitos para potencializar a ICAO por meio das atitudes estão focados em reforçar os benefícios associados ao consumo de alimentos orgânicos. Segundo Guido et al. (2010), divulgações dos benefícios associados ao consumo de alimentos orgânicos devem ser direcionadas a vastas parcelas da população. Com base nas evidências dessa pesquisa, esse tipo de apelo ganha relevante importância quando

considerados públicos-alvo como homens e pessoas com renda elevada, considerando que as atitudes são o melhor preditor da ICAO para essa parcela da amostra pesquisada.

As normas subjetivas são preditoras da ICAO, embora seu tamanho de efeito seja baixo. Como resultado, normas injuntivas ou descritivas ligadas à percepção de pressões sociais e/ou à percepção de que pessoas influentes dentro de um círculo social aprovam ou realizam esse comportamento não são consideradas de forma expressiva pelos consumidores durante o processo de tomada de decisão, considerando a amostra dessa pesquisa. Esses achados são consistentes com os estudos realizados na Malásia e na Índia, onde o construto das normas subjetivas não revelou impacto substancial (Yadav & Pathak, 2016; Al Mamun et al., 2018; Chaudhary & Bisai, 2018). As evidências dessa pesquisa sugerem que a via das normas subjetivas pode ser útil quando considerado o público-alvo de consumidores jovens, embora esse efeito tenha sido encontrado apenas na análise da amostra geral da pesquisa.

### **Limitações e estudos futuros**

Este estudo contém limitações metodológicas que devem ser destacadas. É possível que os dados contenham algum viés de resposta relacionado à desejabilidade social, característico de pesquisas que empregam medidas de autorrelato. Esse tipo de viés pode ocasionar sub ou superestimação dos coeficientes de caminho e tamanhos de efeito encontrados. O estudo também se utilizou de um método de amostragem não probabilística com coleta de dados via redes sociais. Como resultado, os achados relatados não podem ser extrapolados para além da amostra do estudo, sendo essa amostra não representativa da população brasileira. O tamanho da amostra também pode ser considerado uma limitação da pesquisa, dadas as análises multigrupo procedidas. Subamostras maiores devem ser consideradas, principalmente em se tratando da realização de análises de moderação em subamostras (Ex.: análise de moderação em amostra masculina). Embora essa pesquisa tenha implementado uma medida de comportamento passado, usualmente utilizada em trabalhos similares, ressalta-se que essa medida não é análoga a uma medida do comportamento real. Dessa forma, os resultados da pesquisa não são suficientes para sustentar relações de causalidade. Estudos futuros podem considerar implementar métodos de amostragem representativa (aleatória ou aleatória estratificada), aumentar o tamanho da amostra, utilizar outros tipos de desenhos de estudo (longitudinais e experimentais), incluir uma medida do comportamento real e buscar alternativas para controlar o viés de desejabilidade social.

Existem evidências que sustentam a afirmação de que o construto das normas subjetivas é o que menos se relaciona com a intenção comportamental (Ajzen, 1991). Essa falta de relação pode indicar que a intenção é consolidada predominantemente por fatores pessoais (atitudes, CCP). Entretanto, as normas subjetivas captam fundamentalmente percepções de pressão social externa. Componentes normativos internos consolidados ao longo da vida não são considerados pelas normas subjetivas. Esses componentes normativos internos são nomeados como normas morais (positivas e negativas) e representam crenças sobre o que é considerado como certo ou errado por um indivíduo. O autoconceito de um indivíduo está ligado às consequências percebidas acerca da violação ou manutenção das suas normas morais estabelecidas. As normas morais diferem de normas injuntivas e descritivas na medida em que se baseiam na crença de que certas ações são intrinsecamente corretas ou imorais, independentemente das percepções de pressões sociais (Arvola et al., 2008; Dean, Raats, & Shepherd, 2008; 2012; Dowd & Burke, 2013). O estudo de Iwaya (2020) identificou que as normas morais positivas e negativas são preditores da ICAO e a adição desses construtos aumenta em 5% a variância explicada pelo modelo da TCP. Ajzen (1991) incentiva abertamente a investigação sobre o papel de novos construtos que podem ser adicionados ao modelo da TCP, afirmando que: “a teoria do comportamento planejado é, em princípio, aberta à inclusão de preditores adicionais se puder ser demonstrado que eles capturam uma proporção significativa da variação da intenção ou do comportamento, após as variáveis atuais da teoria terem sido levadas em conta” (p. 199). A adição dos construtos das normas morais positivas e negativas, bem como a verificação de possíveis efeitos de moderação de variáveis sociodemográficas devem ser considerados em estudos futuros.

Hemmerling, Hamm e Spiller (2015) indicam que os consumidores de orgânicos podem ser classificados em dois grandes grupos: utilitaristas e altruístas. Consumidores utilitários se preocupam com sua saúde, com o uso de pesticidas, aditivos e produtos químicos nos alimentos (fóbicos alimentares), ou que apreciam o prazer de um bom jantar (hedonistas). Consumidores altruístas são também reconhecidos como consumidores verdes ou humanistas, preocupados com questões relacionadas a sustentabilidade socioambiental (Guido et al., 2010; Yazdanpanah & Forouzani, 2015). Dowd & Burk (2013) indicam que as motivações altruístas estão relacionadas com o que vem se convencendo chamar de consumo ético na literatura. O consumo ético é um padrão de consumo deliberado e consciente que leva em consideração os valores morais internalizados de uma pessoa. Nesse sentido, também é possível se conjecturar que as

normas morais influenciam as decisões de compra de alimentos orgânicos (Dowd & Burke, 2013). Outros construtos promissores a serem considerados em estudos futuros são consciência em saúde, identidade própria, preocupação ambiental, experiência passada (Iwaya & Steil, 2019), confiança (Castelo-Branco et al., 2019), bem-estar subjetivo (Verga et al. 2020) e disposição para pagar (Watanabe et al., 2023). O papel moderador das variáveis sociodemográficas sobre as relações de eventuais extensões do modelo da TCP também se configura como alternativa promissora para estudos futuros.

### Referências

- Aitken, R., Watkins, L., Williams, J., & Kean, A. (2020). The positive role of labelling on consumers' perceived behavioural control and intention to purchase organic food. *Journal of Cleaner Production*, 255, 120334. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120334>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211. [http://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](http://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2008). Consumer Attitudes and Behavior. In Haugtvedt, C. P., Herr, P. M., & Kardes, F. R. (Eds.). *Handbook of consumer psychology*, pp. 525-548 Psychology Press.
- Ajzen, I., & Kruglanski, A. (2019). Reasoned Action in the Service of Goal Pursuit. *American Psychological Association*, 126(5), 774-786. <https://doi.org/10.1037/rev0000155>
- Ajzen, I., & Schmidt, P. (2020). Changing behavior using the theory of planned behavior. In M. S. Hagger, L. D. Cameron, K. Hamilton, N. Hankonen, & T. Lintunen (Eds.), *The Handbook of Behavior Change* (pp. 17-31). Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/97811086773180.002>
- Al Mamun, A., Mohamad, M. R., Yaacob, M. R. B., & Mohiuddin, M. (2018). Intention and behavior towards green consumption among low-income households. *Journal of environmental management*, 227, 73-86. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2018.08.061>
- American Educational Research Association (AERA), American Psychological Association (APA), & National Council on Measurement in Education (NCME). (2014). *Standards for educational and psychological testing*. AERA, APA, NCME.



- Asif, M., Xuhui, W., Nasiri, A., & Ayyub, S. (2018). Determinant factors influencing organic food purchase intention and the moderating role of awareness: A comparative analysis. *Food Quality and Preference*, 63, 144-150. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2017.08.006>
- Arvola, A., Vassallo, M., Dean, M., Lampila, P., Saba, A., Lähteenmäki, L., & Shepherd, R. (2008). Predicting intentions to purchase organic food: The role of affective and moral attitudes in the Theory of Planned Behaviour. *Appetite*, 50(2), 443-454. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2007.09.010>
- Bai, L., Wang, M., & Gong, S. (2019). Understanding the antecedents of organic food purchases: The important roles of beliefs, subjective norms, and identity expressiveness. *Sustainability*, 11(11), 3045. <https://doi.org/10.3390/su11113045>
- Bamberg, S. (2002). Implementation intention versus monetary incentive comparing the effects of interventions to promote the purchase of organically produced food. *Journal of Economic Psychology*, 23(5), 573-587. [https://doi.org/10.1016/S0167-4870\(02\)00118-6](https://doi.org/10.1016/S0167-4870(02)00118-6)
- Bamberg, S., & Schmidt, P. (2003). Incentives, morality, or habit? Predicting students' car use for university routes with the models of Ajzen, Schwartz, and Triandis. *Environment and behavior*, 35(2), 264-285. <https://doi.org/10.1177/0013916502250134>
- Bravo, C. P., Cordts, A., Schulze, B., & Spiller, A. (2013). Assessing determinants of organic food consumption using data from the German National Nutrition Survey II. *Food quality and Preference*, 28(1), 60-70. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2012.08.010>
- Bryła, P. (2016). Organic food consumption in Poland: Motives and barriers. *Appetite*, 105, 737-746. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2016.07.012>
- Brčić-Stipčević, V., Petljak, K., & Guszak, I. (2013). Organic food consumers purchase patterns—insights from Croatian market. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(11), 472. <https://10.5901/mjss.2013.v4n11p472>
- Castelo-Branco, T. V., Watanabe, E. A. M., & Alfinito, S. (2019). Consciência saudável e confiança do consumidor: um estudo sobre a aplicação da teoria do comportamento planejado na compra de alimentos orgânicos. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 13(1), 2-20. <http://dx.doi.org/10.24857/rgsa.v13i1.1730>

- Chaudhary, R. and Bisai, S. (2018). Factors influencing green purchase behavior of millennials in India. *Management of Environmental Quality*, 29(5), 798-812. <https://doi.org/10.1108/MEQ-02-2018-0023>
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd Edition). Hillsdale, NJ: Lawrence Earlbaum Associates.
- Dean, M., Raats, M. M., & Shepherd, R. (2008). Moral concerns and consumer choice of fresh and processed organic foods. *Journal of Applied Social Psychology*, 38(8), 2088-2107. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2008.00382.x>
- Dean, M., Raats, M. M., & Shepherd, R. (2012). The role of self-identity, past behavior, and their interaction in predicting intention to purchase fresh and processed organic food. *Journal of Applied Social Psychology*, 42(3), 669-688. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2011.00796.x>
- De Luca Canto, G; Porporatti, A.; Mendes De Souza, B. D.; Massignan, C.; Flores-Mir, C.; Casett, E.; Porfírio, G. J. M.; Polmann, H.; Porto De Toledo, I.; Réus, J. C.; Dias De Oliveira, J. M.; Dutra-Horstmann, K. L.; Mezzomo, L. A.; Savi, M. G. M.; Bolan, M.; Pauletto, P.; Pacheco-Pereira, C.; Martins, C. C.; Guerra, E.; & Melo, G. (2020). *Revisões sistemáticas da literatura: guia prático*. 1. ed. Brazil Publishing.
- Demirtas, B. (2019). Assessment of the impacts of the consumers' awareness of organic food on consumption behavior. *Food Science and Technology*, 39(4), 881-888. <http://dx.doi.org/10.1590/fst.10518>
- Dettmann, R. L. (2008). *Organic Produce: Who's Eating it? A Demographic Profile of Organic Produce Consumers*. Orlando, Florida: American Agricultural Economics Association Annual Meeting. <https://doi.org/10.22004/ag.econ.6446>
- Dettmann, R. L., & Dimitri, C. (2009). Who's buying organic vegetables? Demographic characteristics of US consumers. *Journal of Food Products Marketing*, 16(1), p. 79-91. <https://doi.org/10.1080/10454440903415709>
- Dimitri, C., & Dettmann, R. L. (2012). Organic food consumers: what do we really know about them? *British Food Journal*, 114(8), p. 1157-1183. <https://doi.org/10.1108/00070701211252101>

- Dorce, L. C., Silva, M. C., Mauad, J. R. C., Faria Domingues, C. H., & Borges, J. A. R. (2021). Extending the theory of planned behavior to understand consumer purchase behavior for organic vegetables in Brazil: The role of perceived health benefits, perceived sustainability benefits and perceived price. *Food Quality and Preference*, *91*, 104191. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2021.104191>
- Dowd, K., & Burke, K. J. (2013). The influence of ethical values and food choice motivations on intentions to purchase sustainably sourced foods. *Appetite*, *69*, 137-144. <http://doi.org/10.1016/j.appet.2013.05.024>
- Feil, A. A., da Silva Cyrne, C. C., Sindelar, F. C. W., Barden, J. E., & Dalmoro, M. (2020). Profiles of sustainable food consumption: Consumer behavior toward organic food in southern region of Brazil. *Journal of Cleaner Production*, *258*(1), p. 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120690>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. New York, NY: Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9780203838020>
- Fleşeriu, C., Cosma, S. A., & Bocăneţ, V. (2020). Values and planned behaviour of the romanian organic food consumer. *Sustainability*, *12*(5), p. 1-21. <https://doi.org/10.3390/su12051722>
- Groening, C., Sarkis, J., & Zhu, Q. (2018). Green marketing consumer-level theory review: A compendium of applied theories and further research directions. *Journal of Cleaner Production*, *172*(1), p. 1848-1866. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.002>
- Guido, G., Prete, M. I., Peluso, A. M., Maloumby-Baka, R. C., & Buffa, C. (2010). The role of ethics and product personality in the intention to purchase organic food products: A structural equation modeling approach. *International Review of Economics*, *57*(1), 79-102. <https://doi.org/10.1007/s12232-009-0086-5>
- Hagger, M. S., Hamilton, K., Ajzen, I., Bosnjak, M., & Schmidt, P. (2019). Testing the replicability of the Theory of Planned Behavior: a large-scale multi-sample registered replication study. Leibniz Institut für Psychologische Information und Dokumentation. <http://dx.doi.org/10.23668/psycharchives.2652>
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Pearson Educational.

- Ham, M., Pap, A., & Stanic, M. (2018). What drives organic food purchasing?—evidence from Croatia. *British Food Journal*, 120(4), 734-748. <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2017-0090>
- Han, T., & Stoel, L. (2017). Explaining Socially Responsible Consumer Behavior: A Meta-Analytic Review of Theory of Planned Behavior. *Journal of International Consumer Marketing*, 29(2), p. 91-103. <https://doi.org/10.1080/08961530.2016.1251870>
- Hemmerling, S., Hamm, U., & Spiller, A. (2015). Consumption behaviour regarding organic food from a marketing perspective — A literature review. *Organic Agriculture*, 5(4), 277-313. <https://doi.org/10.1007/s13165-015-0109-3>
- Henrich, J. (2020). The WEIRD people in the world: How the West became psychologically peculiar and particularly prosperous. Penguin UK.
- Hill, A. B. (1965). The environment and disease: Association or causation? *Proceedings of the Royal Society of Medicine*, 58, 295-300.
- Hughner, R. S., Mcdonagh, P., Prothero, A., Shultz, C. J., & Stanton, J. (2007). Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 6(2), p. 94-110. <https://doi.org/10.1002/cb.210>
- Hulley, S. B., Cummings, S. R., Browner, W. S., Grady, D. G., & Newman, T. B. (2015). *Delineando a pesquisa clínica*. Artmed Editora.
- Irianto, H. (2015). Consumers' attitude and intention towards organic food purchase: An extension of theory of planned behavior in gender perspective. *International journal of management, economics and social sciences*, 4(1), 17-31. <https://ssrn.com/abstract=2578399>
- Iwaya, G. H., & Steil, A. V. (2019). Intenção de compra de alimentos orgânicos: Revisão sistemática dos preditores utilizados em extensões da teoria do comportamento planejado. *Revista Administração em Diálogo*, 21(3), 23-48. <http://dx.doi.org/10.23925/2178-0080.2019v21i3.40454>
- Iwaya, G. H. (2020). Preditores da intenção de compra de alimentos orgânicos: um estudo com base na Teoria do Comportamento Planejado. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Florianópolis. Disponível em: <http://www.bu.ufsc.br/teses/PPSI0885-D.pdf>

- Iwaya, G. H., & Steil, A. V. (2021). Variáveis sociodemográficas e os consumidores de alimentos orgânicos no Brasil. *Revista Administração em Diálogo-RAD*, 23(1), 54-66. <https://doi.org/10.23925/2178-0080.2021v23i1.47915>
- Iwaya, G. H., Steil, A. V., Ferretti-Rebustini, R. E. L., & Soares, J. B. (2022). Teoria do Comportamento Planejado e intenção de compra de alimentos orgânicos: Uma revisão sistemática. *Amazônia, Organizações e Sustentabilidade*, 11(2), 225-244. <http://dx.doi.org/10.17648/aos.v11i2.2716>
- Iwaya, G. H., Steil, A. V., Lopes, L. F. D., Cruz, R. M (2022). Predictors of the Intention to Purchase Organic Food in the Brazilian Context. *Revista Psicologia: Organizações e Trabalho*, 22(2), 1943-1952. <https://doi.org/10.5935/rpot/2022.2.22269>
- Jackson, T. (2005). *Motivating Sustainable Consumption: A review of evidence on consumer behaviour and behavioural change*. Report to the Sustainable Development Research Network. Recuperado de [http://www.sdresearch.org.uk/wp-content/uploads/motivatingsefinal\\_000.pdf](http://www.sdresearch.org.uk/wp-content/uploads/motivatingsefinal_000.pdf)
- Joshi, Y., & Rahman, Z. (2015). Factors affecting green purchase behaviour and future research directions. *International Strategic management review*, 3(1/2), p. 128-143. <https://doi.org/10.1016/j.ism.2015.04.001>
- Kashif, U., Hong, C., Naseem, S., Khan, W. A., & Akram, M. W. (2020). Consumer preferences toward organic food and the moderating role of knowledge: a case of Pakistan and Malaysia. *Ciência Rural*, 50(5), e20190842. <http://doi.org/10.1590/0103-8478cr20190842>
- Khan, Y., Hameed, I., & Akram, U. (2023). What drives attitude, purchase intention and consumer buying behavior toward organic food? A self-determination theory and theory of planned behavior perspective. *British Food Journal*, 125(7), 2572-2587. <https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2022-0564>
- Kim, M. J., & Petrick, J. F. (2021). Roles of constraint and attachment in crowdfunder behavior for sustainable development: An extended theory of planned behavior. *Sustainable Development*, 1-15. <https://doi.org/10.1002/sd.2174>
- La Barbera, F., & Ajzen, I. (2020). Understanding support for European integration across generations: A study guided by the theory of planned behavior. *Europe's Journal of Psychology*, 16(3), 437-457. <https://doi.org/10.5964/ejop.v16i3.1844>
- Liobikienė, G., & Bernatoniene, J. (2017). Why determinants of green purchase cannot be treated equally? The case of green cosmetics: Literature review. *Journal of*

- Cleaner Production*, 162(1), p. 109-120.  
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.05.204>
- Lodorfos, G. N., & Dennis, J. (2008). Consumers' intent: in the organic food market. *Journal of Food Products Marketing*, 14(2), 17-38.  
<https://doi.org/10.1080/10454440801918218>
- Lopes, L. F. D., Chaves, B. M., Fabricio, A., Porto, A., Almeida, D. M., Obregon, S. L., Lima, M. P., Silva, W. V., Camargo, M. E., Veiga, C. P., Moura, G. L., Silva, L. S. C. V., & Costa, V. M. F. (2020). Analysis of well-being and anxiety among university students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 17(11), 3874. <https://doi.org/10.3390/ijerph17113874>
- Magnusson, M. K., Arvola, A., Hursti, U. K. K., Åberg, L., & Sjöden, P. O. (2001). Attitudes towards organic foods among Swedish consumers. *British food journal*, 103(3), 209-227. <https://doi.org/10.1108/00070700110386755>
- Massey, M., O'Cass, A., & Otahal, P. (2018). A meta-analytic study of the factors driving the purchase of organic food. *Appetite*, 125, 418-427.  
<https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.02.029>
- Moher, D., Shamseer, L., Clarke, M., Ghersi, D., Liberati, A., Petticrew, M., Shekelle, P., Stewart, L. A., & PRISMA-P Group. (2015). Preferred reporting items for systematic review and meta-analysis protocols (PRISMA-P) 2015 statement. *Systematic reviews*, 4(1), 1-9. <https://doi.org/10.1186/2046-4053-4-1>
- Moola S, Munn Z, Tufanaru C, Aromataris E, Sears K, Sfetcu R, Currie M, Qureshi R, Mattis P, Lisy K, Mu P-F (2017). Chapter 7: Systematic reviews of etiology and risk . In: Aromataris E, Munn Z (Editors). Joanna Briggs Institute Reviewer's Manual. The Joanna Briggs Institute. Available from <https://reviewersmanual.joannabriggs.org/>
- Nações Unidas (2015). *Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. Retirado de <https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld>
- Nasir, V. A., & Karakaya, F. (2014). Underlying motivations of organic food purchase intentions. *Agribusiness*, 30(3), 290-308. <https://doi.org/10.1002/agr.21363>
- Ngah, A. H., Gabarre, S., Han, H., Rahi, S., Al-Gasawneh, J. A., & Park, S. H. (2021). Intention to Purchase Halal Cosmetics: Do Males and Females Differ? A Multigroup Analysis. *Cosmetics*, 8(1), 19.  
<https://doi.org/10.3390/cosmetics8010019>

- Nguyen, T.N., Lobo, A., & Greenland, S. (2017). The influence of cultural values on green purchase behaviour. *Marketing Intelligence & Planning*, 35(3), 377-396. <https://doi.org/10.1108/MIP-08-2016-0131>
- Nguyen, T. T. M., Phan, T. H., Nguyen, H. L., Dang, T. K. T., & Nguyen, N. D. (2019). Antecedents of purchase intention toward organic food in an asian emerging market: A study of urban vietnamese consumers. *Sustainability*, 11(17), 4773. <https://doi.org/10.3390/su11174773>
- Onwezen, M. C., Bartels, J., & Antonides, G. (2014). The self-regulatory function of anticipated pride and guilt in a sustainable and healthy consumption context. *European Journal of Social Psychology*, 44(1), 53-68. <https://doi.org/10.1002/ejsp.1991>
- Pacho, F. (2020). What influences consumers to purchase organic food in developing countries? *British Food Journal*, 122(12), 3695-3709. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2020-0075>
- Padilla Bravo, C., Cordts, A., Schulze, B., & Spiller, A. (2013). Assessing determinants of organic food consumption using data from the German National Nutrition Survey II. *Food quality and Preference*, 28(1), pp. 60-70. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2012.08.010>
- Page, M. J., Moher, D., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., McGuinness, L. A., Stewart, L. A., Thomas, J., Tricco, A. C., Welch, W. A., Whiting, P., & McKenzie, J. E. (2021). PRISMA 2020 explanation and elaboration: Updated guidance and exemplars for reporting systematic reviews. *bmj*, 372. <https://doi.org/10.1136/bmj.n160>
- Pasquali, L. (2015). Princípios de elaboração de escala. In Gorenstein, C., Wang, Y. P., & Hungerbühler, I. In *Instrumentos de avaliação em saúde mental*. Artmed Editora, p. 04-12.
- Pearson, D., Henryks, J., & Jones, H. (2011). Organic food: What we know (and do not know) about consumers. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 26(2), p. 171-177. <https://doi.org/10.1017/S1742170510000499>
- Peattie, K. (2010). Green consumption: Behavior and norms. *Annual review of environment and resources*, 35(1), p. 195-228. <https://doi.org/10.1146/annurev-environ-032609-094328>



- Primi, R., Muniz, M., & Nunes, C. H. S. S. (2009). Definições contemporâneas de validade de testes psicológicos. In C. S. Hutz (Org.), *Avanços e polêmicas em avaliação psicológica* (pp.243-265). São Paulo, SP: Casa do Psicólogo.
- Radman, M. (2005). Consumer consumption and perception of organic products in Croatia. *British food journal*, 107(4), pp. 263-273.
- Rahman, K. M., & Noor, N. A. M. (2016). Exploring organic food purchase intention in Bangladesh: An evaluation by using the theory of planned behavior. *International Business Management*, 10(18), 4292-4300.
- Reis Neto, J. F., Kazama, A. S., & Pereira, S. R. (2019). Determinants of the theory of planned behavior of consumer related to intention to purchase of organic vegetables. *Bioscience Journal*, 35(2), 431-440. <http://dx.doi.org/10.14393/BJ-v35n2a2019-41754>
- Reppold, C. T., Gurgel, L. G., & Hutz, C. S. (2014). O processo de construção de escalas psicométricas. *Avaliação Psicológica*, 13(2), 307-310.
- Rimal, A. P., Moon, W., & Balasubramanian, S. (2005). Agrobiotechnology and organic food purchase in the United Kingdom. *British Food Journal*, 107(2), 84-97. <https://doi.org/10.1108/00070700510579162>
- Ringle, C. M., Silva, D., & Bido, D. (2014). Modelagem de equações estruturais com utilização do SmartPLS. *Revista Brasileira de Marketing*, 13(2), 56-73. <https://doi.org/10.5585/remark.v13i2.2717>
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J, M, (2015). *SmartPLS 3*. SmartPLS GmbH. <http://www.smartpls.com>
- Roitner-Schobesberger, B., Darnhofer, I., Somsook, S., & Vogl, C. R. (2008). Consumer perceptions of organic foods in Bangkok, Thailand. *Food policy*, 33(2), 112-121. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2007.09.004>
- Sahota, A. (2021). The Global Market for Organic Food & Drink. In Willer, H., Trávníček, J., Meier, C., & Schlatter, B. *The World of Organic Agriculture Statistics and Emerging Trends 2021*. Research Institute of Organic Agriculture FiBL and IFOAM – Organics International, 136-149. Recuperado em <http://www.organic-world.net/yearbook/yearbook-2021.html>
- Saleki, R., Quoquab, F., & Mohammad, J. (2019). What drives Malaysian consumers' organic food purchase intention? The role of moral norm, self-identity, environmental concern and price consciousness. *Journal of Agribusiness in*



- Developing and Emerging Economies*, 9(4), 584-603.  
<https://doi.org/10.1108/JADEE-02-2019-0018>
- Scalco, A., Noventa, S., Sartori, R., & Ceschi, A. (2017). Predicting organic food consumption: A meta-analytic structural equation model based on the theory of planned behavior. *Appetite*, 112(1), p. 235-248.  
<https://doi.org/10.1016/j.appet.2017.02.007>
- Shaughnessy, J. J., Zechmeister, E. B., & Zechmeister, J. S. (2012). *Metodologia de pesquisa em psicologia*. AMGH.
- Souza, K. J. C., Filho, R. A. M., Santos, V. H. S., Melo, A. S., & Cavalcanti, A. M. (2018). Perfil dos consumidores de alimentos orgânicos no Brasil. *Sustentabilidade e Responsabilidade Social em foco*, 4(1), p. 87-99. Recuperado de <https://poisson.com.br/2018/produto/sustentabilidade-e-responsabilidade-social-em-foco-volume-4-2/>
- Soper, D. S. (2022). *A-priori Sample Size Calculator for Structural Equation Models* [Software]. Retirado de <https://www.danielsoper.com/statcalc>
- Sultan, P., Wong, H. Y., & Sigala, M. (2018). Segmenting the Australian organic food consumer market. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(1), 163-181. <https://doi.org/10.1108/APJML-10-2016-0211>
- Tricco A. C., Lillie E., Zarin W., O'Brien K. K., Colquhoun H., Levac D., Moher D., Peters M. D. J., Horsley T., Weeks L., Hempel S., Akl E. A., Chang C., McGowan J., Stewart L., Hartling L., Aldcroft A., Wilson M. G., Garritty C., Lewin S., Godfrey C. M., Macdonald M. T., Langlois E. V., Soares-Weiser K., Moriarty J., Clifford T., Tunçalp Ö., Straus S. E. (2018). PRISMA extension for scoping reviews (PRISMA-ScR): checklist and explanation. *Annals of internal medicine*, 169(7), 467-473. <https://doi.org/10.7326/M18-0850>
- Tran, T., & Vinh, T. (2016). An exploration in the theory of planned behavior: A case of organic food in Vietnam. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 14(6), 4951-4972.
- Vassallo, M., Scalvedi, M. L., & Saba, A. (2016). Investigating psychosocial determinants in influencing sustainable food consumption in Italy. *International Journal of Consumer Studies*, 40(4), 422-434. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12268>
- Verga, E., Silva, J. D., & Alfinito, S. (2020). O bem-estar subjetivo no comportamento de compra de alimentos orgânicos. *Revista Administração em Diálogo-RAD*, 22(3), 95-117. <http://dx.doi.org/10.23925/2178-0080.2020v22i3.46579>

- Wang, X., Pacho, F., Liu, J., & Kajungiro, R. (2019). Factors influencing organic food purchase intention in developing countries and the moderating role of knowledge. *Sustainability*, *11*(1), 209. <https://doi.org/10.3390/su11010209>
- Watanabe, E. A. M., Alfinito, S., Castelo Branco, T. V., Felix Raposo, C., & Athayde Barros, M. (2023). The Consumption of Fresh Organic Food: Premium Pricing and the Predictors of Willingness to Pay. *Journal of Food Products Marketing*, *29*(2-3), 41-55. <https://doi.org/10.1080/10454446.2023.2185118>
- Westland, J. C. (2010). Lower bounds on sample size in structural equation modeling. *Electronic Commerce Research and Applications*, *9*(6), 476-487. <https://doi.org/10.1016/j.eierap.2010.07.003>
- Willer, H., Trávníček, J., Meier, C., & Schlatter, B., (2022). The World of Organic Agriculture Statistics and Emerging Trends 2022. Research Institute of Organic Agriculture FiBL and IFOAM – Organics International. Recuperado em <https://www.organic-world.net/yearbook/yearbook-2022/yearbook-2022-download-pdf.html>
- Willer, H., Schlatter, B., & Trávníček, J. (2023). The World of Organic Agriculture Statistics and Emerging Trends 2023. Research Institute of Organic Agriculture FiBL and IFOAM – Organics International. Recuperado em <https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1254-organic-world-2023.pdf>
- Yadav, R., & Pathak, G. S. (2016). Intention to purchase organic food among young consumers: Evidences from a developing nation. *Appetite*, *96*, 122-128. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.09.017>
- Yadav, R., & Pathak, G. S. (2017). Determinants of consumers' green purchase behavior in a developing nation: Applying and extending the theory of planned behavior. *Ecological economics*, *134*, 114-122. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2016.12.019>
- Zagata, L. (2012). Consumers' beliefs and behavioural intentions towards organic food. Evidence from the Czech Republic. *Appetite*, *59*(1), 81-89. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2012.03.023>

## Apêndices

### Apêndice 01 – Instrumento para Coleta de Dados da Revisão Sistemática

Revisor: ( ) R1 ( ) R2

- 1) Referência (Exemplo: Iwaya et al. (2020)): \_\_\_\_\_
- 2) Ano de publicação: \_\_\_\_\_
- 3) Revista (Journal): \_\_\_\_\_
- 4) Título do artigo (original): \_\_\_\_\_
- 5) País (onde amostra foi coletada): \_\_\_\_\_
- 6) Tipo de participante (descrição conforme escrito no artigo): \_\_\_\_\_
- 7) Tamanho da amostra: \_\_\_\_\_
- 8) Tipo de amostra (exemplo: conveniência, aleatória, aleatória estratificada): \_\_\_\_\_
- 9) Média da idade (desvio padrão) ou faixa etária prevalente (exemplo: 33,60 (4,30); 28-30 years (46%)): \_\_\_\_\_
- 10) Distribuição do sexo da amostra (exemplo: Female (52,30%), Male (47,70%)): \_\_\_\_\_
- 11) Delineamento do estudo (exemplo: levantamento (survey)): \_\_\_\_\_
- 12) Método de análise de dados: ( ) CB-SEM ( ) PLS-SEM ( ) Outros
- 13) Construtos adicionais (exemplo: intention to purchase organic food; intention to buy organic vegetables; etc (conforme escrito no artigo)): \_\_\_\_\_
- 14) Medida de comportamento:
  - ( ) Não utilizou ( ) Medida de autorrelato (frequência do comportamento passado)
  - ( ) Observada (comportamento real)
- 15) Outras relações/hipóteses testadas (exemplo: normas morais predizem a intenção; normas subjetivas modera relação entre atitudes e intenção; CCP modera relação entre atitudes e intenção; environment conscious prediz atitudes; etc. (colocar as hipóteses adicionais conforme original, se possível)): \_\_\_\_\_
- 16) Correlação ATT->INT (exemplo: 0,35\*\* (\*p < 0,05; \*\*p < 0,01; \*\*\*p < 0,001)):
- 17) Correlação NS->INT (exemplo: 0,35\*\* (\*p < 0,05; \*\*p < 0,01; \*\*\*p < 0,001)):
- 18) Correlação CCP->INT (exemplo: 0,35\*\* (\*p < 0,05; \*\*p < 0,01; \*\*\*p < 0,001)):
- 19) Coeficiente de caminho padronizado ( $\beta$ ) ATT->INT (exemplo: 0,35\*\* (\*p < 0,05; \*\*p < 0,01; \*\*\*p < 0,001)):
- 20) Coeficiente de caminho padronizado ( $\beta$ ) NS->INT: (exemplo: 0,35\*\* (\*p < 0,05; \*\*p < 0,01; \*\*\*p < 0,001)):
- 21) Coeficiente de caminho padronizado ( $\beta$ ) CCP->INT (exemplo: 0,35\*\* (\*p < 0,05; \*\*p < 0,01; \*\*\*p < 0,001)):
- 22) Coeficiente de explicação ( $R^2$ ) do modelo da TCP (exemplo: 0,355): \_\_\_\_\_
- 23) Comentários adicionais (se necessário): \_\_\_\_\_

## Apêndice 02 – Ferramenta de análise de risco de viés baseada em Hair et al. (2019)

### Critérios:

- 1) O artigo apresenta a operacionalização dos construtos, fornecendo definição teórica dos mesmos? O artigo caracterizou o construto, informando o instrumento utilizado para mensurar os construtos, os itens utilizados e definição dos mesmos? Comentário (se respondido como parcialmente, não). Utilizar sempre citações diretas para apontar justificativa.
- 2) O artigo indica como a abordagem de seleção dos itens foi feita (escalas de pesquisas anteriores, desenvolvimento de novas escalas)? Comentário (se respondido como parcialmente, não). Utilizar sempre citações diretas para apontar justificativa.
- 3) O artigo apresenta propriedades psicométricas das escalas utilizadas (abordagem para escalas de pesquisas anteriores) ou apresenta os procedimentos adotados para o processo de validação da escala (Ex.: análise do instrumento por especialistas, análise semântica dos itens por comissão, pré-teste ou estudo piloto, outras evidências de estudos anteriores)? Tipos de evidências de validação possíveis apontadas por estudos anteriores: a) de conteúdo do teste; b) processo de resposta; c) estrutura interna avaliada em trabalhos anteriores; d) relação com variáveis externas; e) consequências da testagem. Comentário (se respondido como parcialmente, não). Utilizar sempre citações diretas para apontar justificativa.
- 4) O artigo apresenta os pressupostos teóricos que justificam o estabelecimento do modelo de mensuração e estrutural? Apresentou evidências de que as hipóteses/relações estabelecidas são pertinentes. Comentário (se respondido como parcialmente, não). Utilizar sempre citações diretas para apontar justificativa.
- 5) O artigo apresenta evidências, considerando os dados obtidos pelo próprio estudo, de que é possível estabelecer inferência causal (princípios de causalidade)? Critérios de causalidade de Hill: 1) Força da associação - quanto mais forte uma associação, mais provável que seja causal; 2) Consistência - a relação deve ser condizente com os achados de outros estudos; 3) Especificidade - exposição específica causa a doença; 4) Temporalidade - causa deve ser anterior à doença; 5) Gradiente biológico (efeito dose-resposta) - deve ser em gradiente, proporcionalmente ao estudo de caso controle; 6) Plausibilidade biológica - a associação deve ter uma explicação plausível, concordante com o nível atual de conhecimento do processo patológico; 7) Coerência - os achados devem seguir o paradigma da ciência atual; 8) Evidências experimentais - mudanças na exposição mudam o padrão da doença; 9) Analogia - com outra doença ou com outra exposição. Comentário (se respondido como parcialmente, não). Utilizar sempre citações diretas para apontar justificativa.
- 6) O artigo apresenta evidências para suportar as especificações (hipóteses) estabelecidas no modelo entre os construtos independentes/exógenos e dependentes/endógenos? Comentário (se respondido como parcialmente, não). Utilizar sempre citações diretas para apontar justificativa.
- 7) O artigo informa características dos dados utilizados (Ex.: ordinal/likert, normalidade)? CB-SEM (Hair et al., 2019, p. 629): Diferentes tipos de variáveis podem até ser usados como itens para o mesmo construto latente. O pesquisador deve ter o cuidado de especificar o tipo de dados que está sendo usado para cada variável medida para que a medida de associação apropriada possa ser calculada. SEM-PLS: “PLS-SEM produz bons resultados com dados não normais e quando a heterocedasticidade está

presente. PLS-SEM funciona bem com dados métricos e não métricos” (Hair et al., 2019, p. 771). Comentário (se respondido como parcialmente, não). Utilizar sempre citações diretas para apontar justificativa.

- 8) O artigo informa as decisões tomadas para lidar com possíveis dados perdidos (missing data) e valores atípicos (outliers)? CB-SEM: Dados ausentes (Hair et al., 2019, p. 771). SEM-PLS: “Dados ausentes e outliers devem ser tratados antes de executar um modelo PLS” (Hair et al., 2019, p. 771). Comentário (se respondido como parcialmente, não). Utilizar sempre citações diretas para apontar justificativa.
- 9) O artigo apresenta informações e atende aos requisitos de tamanho mínimo da amostra? CB-SEM: leva em consideração questões como: a) normalidade multivariada dos dados, b) técnica de estimativa, c) complexidade do modelo, d) a quantidade de dados ausentes; e) a variância do erro médio entre os itens reflexivos. Ver “resumo sobre tamanho da amostra” em Hair et al. (2019, p. 633). SEM-PLS (Hair et al., 2019, p. 770): pode levar em consideração o número de casos por parâmetro estimado (10x); número de casos por item (x15); número de casos por preditor (G\*Power). Comentário (se respondido como parcialmente, não). Utilizar sempre citações diretas para apontar justificativa.
- 10) O artigo apresenta evidências de validade do modelo de mensuração: tamanho e significância das cargas do item, confiabilidade do construto, validade convergente e validade discriminante? CB-SEM: “O pesquisador deve relatar pelo menos um índice incremental (NFI, TLI, CFI, RNI) e um índice absoluto (GFI, RMSEA, SRMR), além do valor de  $X^2$  e os graus de liberdade associados (Hair et al., 2019, p.641). Ver tabela: “Characteristics of Different Fit indices Demonstrating Goodness-of-Fit Across Different Model Situations” (Hair et al., 2019, p.642). SEM-PLS (Hair et al., 2019, p.776): ● As cargas do item devem ser de no mínimo 0,708; ● As cargas quadradas devem ser no mínimo 0,50; ● A confiabilidade composta é preferida, mas o alfa de Cronbach é aceitável. A confiabilidade mínima recomendada é de 0,70, exceto para estudos exploratórios, onde 0,60 é considerado o mínimo. A confiabilidade máxima recomendada é 0,95 e, de preferência, 0,90; ● A validade convergente, medida pela variância média extraída (AVE), deve ser de pelo menos 0,50; ● A validade discriminante deve ser avaliada usando o método HTMT. Para o método HTMT, a diretriz é 0,90 para construções conceitualmente semelhantes e 0,85 para construções conceitualmente distintas. Além disso, o valor HTMT deve ser examinado com base em intervalos de confiança para determinar se é significativamente diferente de 1,0. Comentário (se respondido como parcialmente, não). Utilizar sempre citações diretas para apontar justificativa.
- 11) O artigo apresenta evidências de validade do modelo estrutural? CB-SEM: A diretriz aqui é a mesma que em outras técnicas multivariadas. Os coeficientes podem ser estatisticamente significativos, mas praticamente sem significado, particularmente quando as amostras se tornam grandes” (Hair et al., 2019, p.647). “O pesquisador também pode examinar as estimativas de variância explicada para os construtos endógenos análogos à análise de  $R^2$  realizada em regressão múltipla” (Hair et al., 2019, p.647). SEM-PLS (Hair et al., 2019, p.781): Para interpretar os caminhos do modelo estrutural, os coeficientes devem ser significativos em tamanho e estatisticamente significativos. A principal métrica para avaliar o modelo estrutural é o coeficiente de determinação  $R^2$ . O tamanho do efeito  $f^2$  deve ser avaliado para poder preditivo na amostra. Os valores de  $f^2$  de 0,02, 0,15 e 0,35, respectivamente, representam efeitos pequenos, médios e grandes de uma construção exógena, e

tamanhos de efeito menores que 0,02 indicam que não há efeito. A relevância preditiva do modelo estrutural deve ser avaliada usando o método de redundância validado para venda nos olhos. Como diretriz geral, os valores de Q2 maiores que zero para um construto endógeno específico indicam que a precisão preditiva do modelo de caminho é aceitável. Comentário (se respondido como parcialmente, não). Utilizar sempre citações diretas para apontar justificativa.

**Apêndice 03 - Artigos em texto completo excluídos com justificativa (critérios de exclusão)**

<p><b>O artigo investigou a intenção de comprar/consumir outros tipos de produtos sustentáveis/orgânicos (Ex.: produtos orgânicos de modo geral):</b></p> <p>Al Mamun et al. (2018), Kumar et al. (2017), Puellas Gallo et al. (2014), Testa et al. (2019), Yang et al. (2018).</p>	05
<p><b>O artigo não testou e reportou o efeito e nível de significância (<math>\beta</math>, p-valor) de todos os construtos da teoria do comportamento planejado (atitudes, normas subjetivas e controle comportamental percebido):</b></p> <p>Ashraf (2020), Aungatichart et al. (2020), Boobalan &amp; Nachimuthu (2020), Chen &amp; Lobo (2012), Ercis et al. (2020), Farias et al. (2019), Kuran &amp; Mihic (2014), Kusumaningsih et al. (2019), López-Galán et al. (2013), Mohanty (2020), Othman &amp; Rahman (2014), Qi &amp; Ploeger (2019), Shahriari et al. (2019), Smith &amp; Paladino (2010), Tarkiainen &amp; Sundqvist (2005), Teng &amp; Wang (2015), Unal et al. (2019), Yogananda &amp; Nair (2019), Žibret et al. (2018).</p>	19
<b>Total:</b>	<b>24</b>

## Apêndice 04 – Avaliação via Critical Appraisal Checklist for Analytical Cross-Sectional Studies

Referência:	1	2	3	4	5	6	7	8	Número de critérios atendidos	Percentual de critérios atendidos	Avaliação geral:
Aitken et al. (2020)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Sim	6	75,00	Incluído
Anh et al. (2017)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não	4	50,00	Excluído
Arvola et al. (2008)	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	7	87,50	Excluído
Asif et al. (2018)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Sim	6	75,00	Incluído
Azam et al. (2012)	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não	Não	3	37,50	Excluído
Bai et al. (2019)	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	8	100,00	Incluído
Branco et al. (2019)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Sim	6	75,00	Incluído
Boobalan et al. (2021)	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	8	100,00	Incluído
Chen (2007)	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Não	Não	Não	3	37,50	Excluído
Dangi et al. (2020)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não	4	50,00	Excluído
Dean et al. (2008)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não	4	50,00	Excluído
Dean et al. (2012)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não	4	50,00	Excluído
Demirtas (2019)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Sim	6	75,00	Incluído
Dowd & Burke (2013)	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Não	Não	Não	3	37,50	Excluído
Fleseriu et al. (2020)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Sim	6	75,00	Incluído
Guido et al. (2010)	Sim	Não	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não	3	37,50	Excluído
Ham et al. (2015)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não	4	50,00	Excluído
Ham et al. (2018)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Sim	6	75,00	Incluído
Kashif et al. (2020)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Sim	6	75,00	Incluído
Liang (2014)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não	4	50,00	Excluído
Lodorfos & Dennis (2008)	Não	Não	Não	Sim	Não	Não	Não	Não	1	12,50	Excluído
Maya et al. (2011)	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	7	87,50	Excluído
Nguyen et al. (2019)	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	8	100,00	Incluído
Pacho (2020)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Sim	6	75,00	Incluído
Pomsanam et al. (2014)	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não	Não	3	37,50	Excluído
Rahman & Noor (2016)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Sim	6	75,00	Incluído
Reis Neto et al. (2019)	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	8	100,00	Incluído
Robinson & Smith (2002)	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Não	Não	Não	3	37,50	Excluído
Saleki et al. (2019)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Sim	6	75,00	Incluído
Suh et al. (2015)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não	4	50,00	Excluído
Tuan & Vinh (2016)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Sim	6	75,00	Incluído
Urban et al. (2012)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não	4	50,00	Excluído
Vassallo et al. (2016)	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	7	87,50	Excluído
Verga et al. (2020)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Sim	6	75,00	Incluído
Wang et al. (2019)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Sim	6	75,00	Incluído
Wijaya & Sukidjo (2017)	Sim	Não	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não	3	37,50	Excluído
Yadav & Pathak (2016)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Sim	6	75,00	Incluído
Yazdanpanah & Forouzani (2015)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não	4	50,00	Excluído
Zagata (2012)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não	4	50,00	Excluído
Zhou et al. (2013)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não	4	50,00	Excluído

**Nota.** 1 - Os critérios de inclusão na amostra foram claramente definidos?; 2 - Os sujeitos do estudo e o ambiente foram descritos em detalhes?; 3 - A exposição foi medida de forma válida e confiável?; 4 - Foram usados critérios objetivos e padronizados para a medição da condição?; 5 - Fatores de confusão foram identificados?; 6 - Foram estabelecidas estratégias para lidar com fatores de confusão?; 7 - Os resultados foram medidos de forma válida e confiável?; 8 - Foi usada uma análise estatística apropriada?



### Apêndice 05 – Avaliação de qualidade metodológica baseada em Hair et al. (2019)

Referência	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Número de critérios atendidos	Percentual de critérios atendidos
Aitken et al. (2020)	Sim	Sim	Sim	Sim	Parcial	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	8	72,73
Asif et al. (2018)	Parcial	Sim	Sim	Sim	Parcial	Sim	Parcial	Não	Não	Sim	Sim	6	54,55
Bai et al. (2019)	Sim	Sim	Sim	Sim	Parcial	Sim	Não	Parcial	Sim	Sim	Sim	8	72,73
Boobalan et al. (2021)	Sim	Sim	Sim	Sim	Parcial	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	9	81,82
Branco et al. (2019)	Sim	Sim	Sim	Sim	Parcial	Sim	Sim	Sim	Parcial	Sim	Sim	9	81,82
Demirtas (2019)	Sim	Sim	Sim	Sim	Parcial	Sim	Parcial	Não	Sim	Sim	Sim	8	72,73
Fleseriu et al. (2020)	Sim	Sim	Sim	Sim	Parcial	Sim	Parcial	Sim	Sim	Sim	Sim	9	81,82
Ham et al. (2018)	Sim	Sim	Sim	Sim	Parcial	Sim	Parcial	Parcial	Sim	Sim	Sim	8	72,73
Kashif et al. (2020)	Parcial	Sim	Sim	Sim	Parcial	Sim	Parcial	Sim	Sim	Sim	Sim	8	72,73
Nguyen et al. (2019)	Sim	Sim	Sim	Sim	Parcial	Sim	Parcial	Não	Sim	Sim	Sim	8	72,73
Pacho (2020)	Sim	Sim	Sim	Sim	Parcial	Sim	Parcial	Não	Sim	Sim	Sim	8	72,73
Rahman & Noor (2016)	Parcial	Sim	Sim	Sim	Parcial	Sim	Parcial	Sim	Sim	Sim	Sim	8	72,73
Reis Neto et al. (2019)	Parcial	Sim	Parcial	Sim	Parcial	Parcial	Parcial	Não	Sim	Parcial	Parcial	3	27,27
Saleki et al. (2019)	Parcial	Sim	Sim	Sim	Parcial	Sim	Parcial	Parcial	Sim	Sim	Sim	7	63,64
Tuan & Vinh (2016)	Sim	Sim	Sim	Sim	Parcial	Sim	Parcial	Não	Parcial	Sim	Sim	10	90,91
Verga et al. (2020)	Sim	Sim	Sim	Sim	Parcial	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	9	81,82
Wang et al. (2019)	Sim	Sim	Sim	Sim	Parcial	Sim	Sim	Parcial	Sim	Sim	Sim	9	81,82
Yadav & Pathak (2016)	Sim	Sim	Sim	Sim	Parcial	Sim	Parcial	Sim	Sim	Sim	Sim	8	72,73

**Nota.** 1 = O artigo apresenta a operacionalização dos construtos, fornecendo definição teórica dos mesmos?; 2 = O artigo indica como a abordagem de seleção dos itens foi feita (escalas de pesquisas anteriores, desenvolvimento de novas escalas)?; 3 = O artigo apresenta propriedades psicométricas das escalas utilizadas (abordagem para escalas de pesquisas anteriores) ou apresenta os procedimentos adotados para o processo de validação da escala (Ex.: análise do instrumento por especialistas, análise semântica dos itens por comissão, pré-teste ou estudo piloto, outras evidências de estudos anteriores)?; 4 = O artigo apresenta os pressupostos teóricos que justificam o estabelecimento do modelo de mensuração e estrutural?; 5 = O artigo apresenta evidências, considerando os dados obtidos pelo próprio estudo, de que é possível estabelecer inferência causal (princípios de causalidade)?; 6 = O artigo apresenta evidências para suportar as especificações (hipóteses) estabelecidas no modelo entre os construtos independentes/exógenos e dependentes/endógenos?; 7 = O artigo informa características dos dados utilizados (Ex.: ordinal/likert, normalidade)?; 8 = O artigo informa as decisões tomadas para lidar com possíveis dados perdidos (missing data) e valores atípicos (outliers)?; 9 = O artigo apresenta informações e atende aos requisitos de tamanho mínimo da amostra?; 10 = O artigo apresenta evidências de validade do modelo de mensuração: tamanho e significância das cargas do item, confiabilidade do construto, validade convergente e validade discriminante?; 11 = O artigo apresenta evidências de validade do modelo estrutural?

## Apêndice 06 – Questionário da pesquisa

### Termo de Consentimento Livre e Esclarecido Baseado na Resolução 510/16



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA

#### Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Você está sendo **convidado(a)** a participar da **pesquisa ONLINE** intitulada “INTENÇÃO DE COMPRA DE ALIMENTOS ORGÂNICOS: TEORIA DO COMPORTAMENTO PLANEJADO E VARIÁVEIS SOCIODEMOGRÁFICAS” a ser conduzida pelo acadêmico Gabriel Horn Iwaya, sob responsabilidade da Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Andrea Valéria Steil, do Departamento de Psicologia da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Por favor, leia este documento com bastante **atenção** antes de assiná-lo. A proposta deste Termo é explicar tudo sobre o estudo e solicitar a sua permissão para participar do mesmo.

O **objetivo** desta pesquisa é verificar o efeito de moderação das variáveis sociodemográficas sobre as relações estabelecidas entre variáveis psicológicas preditoras da compra de alimentos orgânicos. Caso você aceite o convite, você participará respondendo um questionário, com 40 questões e que leva de 05-10 minutos para ser respondido. O questionário utilizado conterá itens relacionados a questões sociodemográficas e questões avaliativas sobre a compra de alimentos orgânicos.

A sua participação nessa pesquisa pode oferecer **riscos mínimos**, referentes à possível: a) cansaço ou aborrecimento ao responder ao questionário; b) constrangimento e/ou desconforto ao responder as questões relativas à escala e/ou de expor-se. **Caso isso ocorra**, você poderá interromper sua participação sem nenhum problema, deixando de responder ao questionário. Após interromper, se julgar necessário, você poderá entrar em contato com os pesquisadores responsáveis pela pesquisa (que são psicólogos) para um acolhimento. Outro **risco** inerente à pesquisa é a remota possibilidade da quebra do sigilo, mesmo que involuntário e não intencional (por exemplo, perda ou roubo de documentos, computadores, *pendrive*). Sinta-se **absolutamente à vontade** em deixar de participar da pesquisa a qualquer momento, sem ter que apresentar qualquer justificativa e com a certeza de que você não terá qualquer prejuízo. Caso você venha a sofrer qualquer dano ou prejuízo decorrente desta pesquisa, você terá **garantia de indenização**.

Todas as informações colhidas serão analisadas em caráter estritamente científico, os pesquisadores serão os únicos a ter acesso aos dados e tomarão todas as providências necessárias para manter o **sigilo**. Os resultados deste trabalho poderão ser apresentados em encontros ou revistas científicas da área da Psicologia e mostrarão apenas os resultados obtidos como um todo, **sem revelar seu nome** ou qualquer informação relacionada à sua privacidade. Os dados serão utilizados apenas para essa pesquisa e ficarão **armazenados por pelo menos cinco anos**, em sala e armário chaveados, de posse da pesquisadora responsável, podendo ser descartadas (deletados e incinerados) posteriormente ou mantidos armazenados em sigilo. Você não terá despesas pessoais em qualquer fase deste estudo e também não há compensação financeira relacionada à sua participação. Caso você tenha alguma despesa em decorrência desta pesquisa, você terá

garantia de **ressarcimento**.

Por outro lado, embora esta pesquisa não lhe ofereça **benefícios** diretos imediatos, as suas respostas contribuem para: a) melhorar o entendimento dos fatores que influenciam na compra de alimentos orgânicos; b) fornece informações relevantes aos profissionais que atuam nesse segmento de produção de alimentos orgânicos; e c) fornecer informações que contribuem para a promoção desse tipo de produto em consonância com questões de consumo responsável e temáticas voltadas à sustentabilidade socioambiental.

O pesquisador responsável, compromete-se a conduzir a pesquisa de acordo com o que preconiza a **Resolução 510/16**, que trata dos preceitos éticos e da proteção aos participantes da pesquisa.

Caso você queira maiores explicações sobre a pesquisa você poderá entrar em **contato** com a **pesquisadora Andrea Valéria Steil, responsável** por este estudo, através do telefone: (047) 99912-3350; do e-mail [andreasteil@egc.ufsc.br](mailto:andreasteil@egc.ufsc.br) ou pessoalmente no endereço: Centro de Filosofia e Ciências Humanas, bloco C, sala 6b, Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - Trindade, Florianópolis - SC, 88040-970.

Em caso de dúvidas ou preocupações quanto aos seus direitos como participante deste estudo, você pode entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (CEPSH) da UFSC pelo telefone (48)3721-6094; e-mail [cep.propesq@contato.ufsc.br](mailto:cep.propesq@contato.ufsc.br) ou pessoalmente na rua Desembargador Vitor Lima, nº 222, 4º andar, sala 401, bairro Trindade. O CEPSH existe justamente com o propósito de avaliar os aspectos éticos de uma pesquisa, defender os interesses dos participantes da pesquisa em sua integridade e dignidade e para contribuir no desenvolvimento da pesquisa dentro de padrões éticos.

Para ter acesso aos resultados desta pesquisa, quando ela for concluída, basta encaminhar um e-mail solicitando uma cópia do documento digitalizada da dissertação produzida pela pesquisa ao acadêmico Gabriel Horn Iwaya, pelo endereço: [gabrielwaya@hotmail.com](mailto:gabrielwaya@hotmail.com). Os resultados da pesquisa também serão apresentados entre os primeiros meses do ano de 2020, na UFSC, sendo assim você poderá, caso haja interesse, solicitar a data de defesa da dissertação para assistir à apresentação dos resultados.

Após a leitura do presente termo, por favor avalie as alternativas abaixo. Caso você concorde em participar dessa pesquisa, solicitamos que selecione a opção “Concordo com os termos apresentados pela pesquisa” para que você possa dar continuidade a sua participação nessa pesquisa. Caso não queira participar, apenas selecione a opção “Não concordo em participar dessa pesquisa” e a pesquisa não será iniciada. Sua participação somente ocorrerá se você concordar com este termo.

Caso julgue necessário, recomendamos que você faça o *download* deste documento clicando no link a seguir:

<https://drive.google.com/file/d/12GcSYcblFn2anM4saKvumMUKIwvnUpq6/view?usp=sharing>

Este é um documento importante que traz informações de contato e garante os seus direitos como participante da pesquisa. Você pode retirar seu consentimento em qualquer fase da pesquisa, sem nenhum prejuízo. Você terá acesso ao registro do consentimento sempre que solicitado.

Agradecemos desde já pela atenção dispensada.

- ( ) Concordo em participar dessa pesquisa.  
 ( ) Não concordo em participar dessa pesquisa.

**ATENÇÃO:** Para participar dessa pesquisa é necessário que você tenha idade superior a 18 anos (concluídos) e seja a pessoa responsável ou parcialmente responsável pelas compras de alimentos de sua residência.

( ) Sim, tenho idade maior que 18 anos e sou a(o) responsável ou parcialmente responsável pelas compras de alimentos da minha residência.

( ) Não, não tenho idade maior que 18 anos e/ou não sou a(o) responsável ou parcialmente responsável pelas compras de alimentos da minha residência.

**Avalie as frases abaixo atribuindo um valor de 1 até 7 para cada frase:**

	"Eu acho que comprar alimentos orgânicos, em vez de alimentos convencionais, é..." (errado/certo).							
Errado	1	2	3	4	5	6	7	Certo
	"Comprar alimentos orgânicos, em vez de alimentos convencionais, faria eu me sentir..." (tolo/inteligente).							
Tolo	1	2	3	4	5	6	7	Inteligente
	"Eu acho que comprar alimentos orgânicos, em vez de alimentos convencionais, é..." (inútil/útil).							
Inútil	1	2	3	4	5	6	7	Útil
	"Eu acho que comprar alimentos orgânicos, em vez de alimentos convencionais, é..." (insensato/sensato).							
Insensato	1	2	3	4	5	6	7	Sensato
	"Comprar alimentos orgânicos, em vez de alimentos convencionais, faria eu me sentir satisfeito".							
Discordo totalmente	1	2	3	4	5	6	7	Concordo totalmente
	"Eu acho que alimentos orgânicos são mais saborosos que alimentos convencionais".							
Discordo totalmente	1	2	3	4	5	6	7	Concordo totalmente
	"Comprar alimentos orgânicos, em vez de alimentos convencionais, faria eu me sentir bem".							
Discordo totalmente	1	2	3	4	5	6	7	Concordo totalmente
	"Eu acho que alimentos orgânicos são mais saudáveis que alimentos convencionais".							
Discordo totalmente	1	2	3	4	5	6	7	Concordo totalmente
	"Pessoas, cuja opinião eu valorizo, aprovariam a compra de alimentos orgânicos".							
Discordo totalmente	1	2	3	4	5	6	7	Concordo totalmente
	"A maioria das pessoas que são importantes para mim gostaria que eu comprasse alimentos orgânicos".							
Discordo totalmente	1	2	3	4	5	6	7	Concordo totalmente
	"Pessoas, cuja opinião eu valorizo, gostariam que eu comprasse alimentos orgânicos".							
Discordo totalmente	1	2	3	4	5	6	7	Concordo totalmente
	"A maioria das pessoas que são importantes para mim pensam que eu deveria comprar alimentos orgânicos".							
Discordo totalmente	1	2	3	4	5	6	7	Concordo totalmente
	"Pessoas que são importantes para mim compram alimentos orgânicos".							
Discordo totalmente	1	2	3	4	5	6	7	Concordo totalmente
	"Sinto-me motivado(a) a comprar alimentos orgânicos, pois pessoas importantes para mim também compram alimentos orgânicos".							
Discordo totalmente	1	2	3	4	5	6	7	Concordo totalmente
	"Sinto-me motivado(a) a comprar alimentos orgânicos, pois vejo que pessoas cuja opinião eu valorizo compram alimentos orgânicos".							
Discordo totalmente	1	2	3	4	5	6	7	Concordo totalmente

"Pessoas, cuja opinião eu valorizo, compram alimentos orgânicos".								
Discordo totalmente	1	2	3	4	5	6	7	Concordo totalmente
"Para mim, comprar alimentos orgânicos, em vez de alimentos convencionais, é uma tarefa..." (difícil/fácil).								
Difícil	1	2	3	4	5	6	7	Fácil
"Se eu quisesse, eu poderia comprar alimentos orgânicos em vez de alimentos convencionais".								
Discordo totalmente	1	2	3	4	5	6	7	Concordo totalmente
"Comprar ou não comprar alimentos orgânicos depende inteiramente da minha vontade".								
Discordo totalmente	1	2	3	4	5	6	7	Concordo totalmente
"Estou confiante de que, se eu quiser, posso decidir por comprar alimentos orgânicos em vez de alimentos convencionais".								
Discordo totalmente	1	2	3	4	5	6	7	Concordo totalmente
"Eu tenho dinheiro para comprar alimentos orgânicos".								
Discordo totalmente	1	2	3	4	5	6	7	Concordo totalmente
"Minha compra de alimentos orgânicos depende apenas da minha decisão e não das condições externas".								
Discordo totalmente	1	2	3	4	5	6	7	Concordo totalmente
"Eu tenho tempo para comprar alimentos orgânicos".								
Discordo totalmente	1	2	3	4	5	6	7	Concordo totalmente
"Eu vou comprar alimentos orgânicos em um futuro próximo".								
Discordo totalmente	1	2	3	4	5	6	7	Concordo totalmente
"Eu planejo comprar alimentos orgânicos em minhas próximas compras".								
Discordo totalmente	1	2	3	4	5	6	7	Concordo totalmente
"Eu estou disposto(a) a comprar alimentos orgânicos em minhas próximas compras".								
Discordo totalmente	1	2	3	4	5	6	7	Concordo totalmente
"Eu pretendo comprar alimentos orgânicos em minhas próximas compras".								
Discordo totalmente	1	2	3	4	5	6	7	Concordo totalmente
"Eu me considero um consumidor de alimentos orgânicos".								
Discordo totalmente	1	2	3	4	5	6	7	Concordo totalmente
"Tenho o hábito de comprar alimentos orgânicos".								
Discordo totalmente	1	2	3	4	5	6	7	Concordo totalmente
"Tenho comprado alimentos orgânicos regularmente".								
Discordo totalmente	1	2	3	4	5	6	7	Concordo totalmente
"Considerando as vezes em que você comprou alimentos para seu próprio consumo no último mês, com que frequência você comprou alimentos orgânicos?" (nunca/sempre).								
Nunca	1	2	3	4	5	6	7	Sempre
"Considerando as vezes em que você comprou alimentos para seu próprio consumo nos últimos 2 meses, com que frequência você comprou alimentos orgânicos?" (nunca/sempre).								
Nunca	1	2	3	4	5	6	7	Sempre
"Considerando as vezes em que você comprou alimentos para seu próprio consumo nos últimos 6 meses, com que frequência você comprou alimentos orgânicos?" (nunca/sempre).								
Nunca	1	2	3	4	5	6	7	Sempre

## DADOS SOCIODEMOGRÁFICOS

Sexo:

Feminino  Masculino

Idade (em anos completos): \_\_\_\_\_.

Nível de escolaridade (concluída):

- Sem escolaridade formal
- Ensino fundamental
- Ensino médio
- Ensino superior
- Pós-graduação (especialização)
- Mestrado
- Doutorado

Estado Civil:

- Solteiro(a)
- Casado(a) / União estável
- Divorciado(a) / Separado(a)
- Viúvo(a)

Ocupação:

- Funcionário privado
- Funcionário público
- Empresário (empregador)
- Autônomo ou Profissional liberal (sem empregados)
- Aposentado ou pensionista
- Trabalhador doméstico
- Trabalhador voluntário
- Desempregado

Renda familiar (soma das rendas do mês de todos os integrantes da família):

- até R\$ 2.994 (até 3 salários mínimos)
- entre R\$ 2.995 e R\$ 5.988 (entre 3 e 6 salários mínimos)
- entre R\$ 5.989 e R\$ 8.982 (entre 6 e 9 salários mínimos)
- entre R\$ 8.983 e R\$ 11.976 (entre 9 e 12 salários mínimos)
- entre R\$ 11.977 e R\$ 14.970 (entre 12 e 15 salários mínimos)
- acima de R\$ 14.971 (acima de 15 salários mínimos)

Possui filhos(as) que moram na mesma residência?

- Não
- Sim

Estado onde mora: \_\_\_\_\_.

Cidade onde mora: \_\_\_\_\_.

## Apêndice 07 - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido Baseado na Resolução 510/16



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA

### Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Você está sendo **convidado(a)** a participar da **pesquisa ONLINE** intitulada “INTENÇÃO DE COMPRA DE ALIMENTOS ORGÂNICOS: TEORIA DO COMPORTAMENTO PLANEJADO E VARIÁVEIS SOCIODEMOGRÁFICAS” a ser conduzida pelo acadêmico Gabriel Horn Iwaya, sob responsabilidade da Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Andrea Valéria Steil, do Departamento de Psicologia da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Por favor, leia este documento com bastante **atenção** antes de assiná-lo. A proposta deste Termo é explicar tudo sobre o estudo e solicitar a sua permissão para participar do mesmo.

O **objetivo** desta pesquisa é verificar o efeito de moderação das variáveis sociodemográficas sobre as relações estabelecidas entre variáveis psicológicas preditoras da compra de alimentos orgânicos. Caso você aceite o convite, você participará respondendo um questionário, com 40 questões e que leva de 05-10 minutos para ser respondido. O questionário utilizado conterá itens relacionados a questões sociodemográficas e questões avaliativas sobre a compra de alimentos orgânicos.

A sua participação nessa pesquisa pode oferecer **riscos mínimos**, referentes à possível: a) cansaço ou aborrecimento ao responder ao questionário; b) constrangimento e/ou desconforto ao responder as questões relativas à escala e/ou de expor-se. **Caso isso ocorra**, você poderá interromper sua participação sem nenhum problema, deixando de responder ao questionário. Após interromper, se julgar necessário, você poderá entrar em contato com os pesquisadores responsáveis pela pesquisa (que são psicólogos) para um acolhimento. Outro **risco** inerente à pesquisa é a remota possibilidade da quebra do sigilo, mesmo que involuntário e não intencional (por exemplo, perda ou roubo de documentos, computadores, *pendrive*). Sinta-se **absolutamente à vontade** em deixar de participar da pesquisa a qualquer momento, sem ter que apresentar qualquer justificativa e com a certeza de que você não terá qualquer prejuízo. Caso você venha a sofrer qualquer dano ou prejuízo decorrente desta pesquisa, você terá **garantia de indenização**.

Todas as informações colhidas serão analisadas em caráter estritamente científico, os pesquisadores serão os únicos a ter acesso aos dados e tomarão todas as providências necessárias para manter o **sigilo**. Os resultados deste trabalho poderão ser apresentados em encontros ou revistas científicas da área da Psicologia e mostrarão apenas os resultados obtidos como um todo, **sem revelar seu nome** ou qualquer informação relacionada à sua privacidade. Os dados serão utilizados apenas para essa pesquisa e ficarão **armazenados por pelo menos cinco anos**, em sala e armário chaveados, de posse da pesquisadora responsável, podendo ser descartadas (deletadas e incineradas) posteriormente ou mantidas armazenadas em sigilo. Você não terá despesas pessoais em qualquer fase deste estudo e também não há compensação financeira relacionada à sua participação. Caso você tenha alguma despesa em decorrência desta pesquisa, você terá garantia de **ressarcimento**.

Por outro lado, embora esta pesquisa não lhe ofereça **benefícios** diretos imediatos, as suas respostas contribuem para: a) melhorar o entendimento dos fatores que influenciam na compra de alimentos orgânicos; b) fornece informações relevantes aos profissionais que atuam nesse segmento de produção de alimentos orgânicos; e c) fornecer informações que contribuem para a promoção desse tipo de produto em consonância com questões de consumo responsável e temáticas voltadas à sustentabilidade socioambiental.

O pesquisador responsável, compromete-se a conduzir a pesquisa de acordo com o que preconiza a **Resolução 510/16**, que trata dos preceitos éticos e da proteção aos participantes da pesquisa.

Caso você queira maiores explicações sobre a pesquisa você poderá entrar em **contato** com a **pesquisadora Andrea Valéria Steil, responsável** por este estudo, através do telefone: (047) 99912-3350; do e-mail [andreasteil@egc.ufsc.br](mailto:andreasteil@egc.ufsc.br) ou pessoalmente no endereço: Centro de Filosofia e Ciências Humanas, bloco C, sala 6b, Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - Trindade, Florianópolis - SC, 88040-970.

Em caso de dúvidas ou preocupações quanto aos seus direitos como participante deste estudo, você pode entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (CEPSH) da UFSC pelo

telefone (48)3721-6094; e-mail cep.propesq@contato.ufsc.br ou pessoalmente na rua Desembargador Vitor Lima, nº 222, 4º andar, sala 401, bairro Trindade. O CEPESH existe justamente com o propósito de avaliar os aspectos éticos de uma pesquisa, defender os interesses dos participantes da pesquisa em sua integridade e para contribuir no desenvolvimento da pesquisa dentro de padrões éticos.

Para ter acesso aos resultados desta pesquisa, quando ela for concluída, basta encaminhar um e-mail solicitando uma cópia do documento digitalizada da dissertação produzida pela pesquisa ao acadêmico Gabriel Horn Iwaya, pelo endereço: gabrielwaya@hotmail.com. Os resultados da pesquisa também serão apresentados entre os primeiros meses do ano de 2020, na UFSC, sendo assim você poderá, caso haja interesse, solicitar a data de defesa da dissertação para assistir à apresentação dos resultados.

Após a leitura do presente termo, por favor avalie as alternativas abaixo. Caso você concorde em participar dessa pesquisa, solicitamos que selecione a opção “Concordo com os termos apresentados pela pesquisa” para que você possa dar continuidade a sua participação nessa pesquisa. Caso não queira participar, apenas selecione a opção “Não concordo em participar dessa pesquisa” e a pesquisa não será iniciada. Sua participação somente ocorrerá se você concordar com este termo.

Caso julgue necessário, recomendamos que você faça o *download* deste documento clicando no link a seguir:

<https://drive.google.com/file/d/12GcSYcblFn2anM4saKvumMUKIwvnUpq6/view?usp=sharing>

Este é um documento importante que traz informações de contato e garante os seus direitos como participante da pesquisa. Você pode retirar seu consentimento em qualquer fase da pesquisa, sem nenhum prejuízo. Você terá acesso ao registro do consentimento sempre que solicitado.

Agradecemos desde já pela atenção dispensada.

- Concordo em participar dessa pesquisa.
- Não concordo em participar dessa pesquisa.



**Apêndice 08 – Frequência acumulada e percentual do número de casos por estado brasileiro**

		Estado onde mora:			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Alagoas	4	,23	,23	,23
	Amapá	1	,06	,06	,29
	Amazonas	4	,23	,23	,52
	Bahia	27	1,56	1,56	2,08
	Ceará	14	,81	,81	2,89
	Distrito Federal	24	1,39	1,39	4,28
	Espírito Santo	10	,58	,58	4,86
	Goiás	17	,98	,98	5,84
	Maranhão	3	,17	,17	6,01
	Mato Grosso	7	,40	,40	6,42
	Mato Grosso do Sul	9	,52	,52	6,94
	Minas Gerais	129	7,46	7,46	14,39
	Pará	15	,87	,87	15,26
	Paraíba	4	,23	,23	15,49
	Paraná	146	8,44	8,44	23,93
	Pernambuco	13	,75	,75	24,68
	Piauí	4	,23	,23	24,91
	Rio de Janeiro	148	8,55	8,55	33,47
	Rio Grande do Norte	30	1,73	1,73	35,20
	Rio Grande do Sul	136	7,86	7,86	43,06
	Rondônia	2	,12	,12	43,18
	Roraima	3	,17	,17	43,35
	Santa Catarina	780	45,09	45,09	88,44
	São Paulo	198	11,45	11,45	99,88
	Sergipe	1	,06	,06	99,94
	Tocantins	1	,06	,06	100,00
	Total	1730	100,0	100,0	

## Apêndice 09 – Modelos de mensuração e estrutural das amostras feminina e masculina

### Modelo de mensuração (Feminino)

Matriz de correlação dos construtos, índices de consistência interna, VME e critério de Fornell-Larcker

<b>Construtos</b>	<b>1.</b>	<b>2.</b>	<b>3.</b>	<b>4.</b>	<b>5.</b>
1. Atitudes	0,786				
2. Comportamento Passado	0,391	0,948			
3. Controle Comportamental Percebido	0,206	0,671	0,813		
4. Intenção de Compra de Alimentos Orgânicos	0,459	0,796	0,662	0,909	
5. Normas Subjetivas	0,531	0,441	0,383	0,491	0,825
<b>Alfa de Cronbach (<math>\alpha</math>)</b>	0,909	0,978	0,912	0,928	0,932
<b>Confiabilidade composta (<math>\rho_c</math>)</b>	0,928	0,982	0,931	0,95	0,944
<b>Variância Média Extraída (VME)</b>	0,618	0,899	0,66	0,826	0,68

*Nota.* Todas as correlações são significantes ao nível de 1%. Os valores na diagonal da matriz são a raiz quadrada da VME.

### Estrutura fatorial do modelo de mensuração

<b>Itens</b>	<b>Atitudes</b>	<b>Comportamento Passado</b>	<b>Controle Comportamental Percebido</b>	<b>Intenção de Compra de Alimentos Orgânicos</b>	<b>Normas Subjetivas</b>
ATT1	0,778	0,295	0,169	0,359	0,380
ATT2	0,722	0,268	0,183	0,312	0,400
ATT3	0,856	0,320	0,152	0,387	0,418
ATT4	0,846	0,286	0,159	0,354	0,410
ATT5	0,866	0,345	0,171	0,411	0,477
ATT6	0,622	0,370	0,222	0,364	0,450
ATT7	0,871	0,335	0,148	0,404	0,467
ATT8	0,690	0,200	0,077	0,247	0,296
CP1	0,388	0,936	0,649	0,780	0,453
CP2	0,392	0,955	0,642	0,780	0,429
CP3	0,371	0,954	0,660	0,764	0,416
CP4	0,365	0,950	0,628	0,740	0,405
CP5	0,359	0,959	0,624	0,743	0,405
CP6	0,347	0,935	0,610	0,717	0,400
CCP1	0,271	0,607	0,758	0,566	0,426
CCP2	0,201	0,584	0,863	0,600	0,345
CCP3	0,088	0,485	0,863	0,480	0,252
CCP4	0,142	0,545	0,877	0,572	0,311
CCP5	0,151	0,597	0,834	0,585	0,274
CCP6	0,109	0,513	0,852	0,496	0,276
CCP7	0,201	0,451	0,607	0,426	0,273
INT1	0,387	0,544	0,481	0,787	0,393
INT2	0,413	0,783	0,669	0,949	0,471

INT3	0,431	0,740	0,598	0,933	0,441
INT4	0,438	0,797	0,641	0,956	0,474
NSI1	0,542	0,239	0,156	0,291	0,643
NSI2	0,502	0,284	0,219	0,325	0,801
NSI3	0,525	0,305	0,222	0,358	0,825
NSI4	0,476	0,309	0,264	0,344	0,838
NSD5	0,359	0,454	0,411	0,461	0,847
NSD6	0,411	0,428	0,402	0,476	0,887
NSD7	0,415	0,394	0,366	0,450	0,874
NSD8	0,385	0,422	0,380	0,462	0,858

**Nota.** Todas as cargas fatoriais são significantes no nível de 1%.

Critério Heterotrait-Monotrait Ratio ( $1 > LS_{97,5\%}$ )

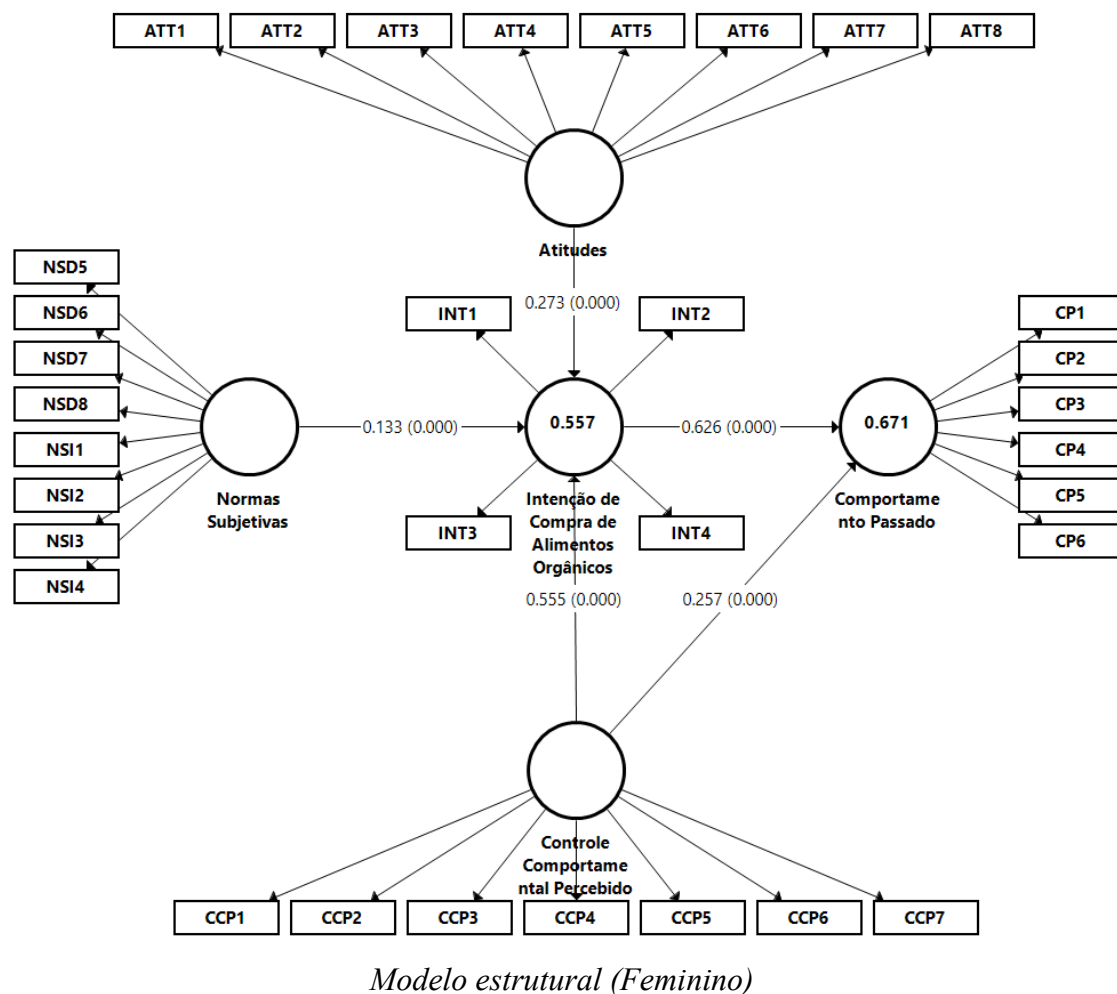
Construtos	1.	2.	3.	4.	5.
1. Atitudes	-				
2. Comportamento Passado	0,449	-			
3. Controle Comportamental Percebido	0,282	0,741	-		
4. Intenção de Compra de Alimentos Orgânicos	0,542	0,849	0,749	-	
5. Normas Subjetivas	0,633	0,500	0,454	0,567	-

### Modelo estrutural (Feminino)

Índices de avaliação do modelo estrutural

Relações Estruturais	Hipótese	VIF	$f^2$	Coefficiente de Caminho ( $\beta$ )	Erro Padrão	$t$ -valor	$R^2$ (ajustado)	$Q^2$
ATT -> ICAO	H1 (+)	1,39	0,12	0,27	0,03	10,94	0,56	0,46
NS -> ICAO	H2 (+)	1,56	0,03	0,13	0,03	5,05	(0,56)	
CCP -> ICAO	H3 (+)	1,17	0,60	0,56	0,02	26,19		
ICAO -> CP	H4 (+)	1,78	0,67	0,63	0,02	29,71	0,67	0,60
CCP -> CP	H5 (+)	1,78	0,11	0,26	0,02	10,86	(0,67)	

**Nota.** ATT = Atitudes. ICAO = Intenção de compra de alimentos orgânicos. NS = Normas subjetivas. CCP = Controle comportamental percebido. CP = Comportamento passado. \*\*Coeficientes significantes no nível de 1%.



### Modelo de mensuração (Masculino)

Matriz de correlação dos construtos, índices de consistência interna, VME e critério de Fornell-Larcker

Construtos	1.	2.	3.	4.	5.
1. Atitudes	0,849				
2. Comportamento Passado	0,470	0,946			
3. Controle Comportamental Percebido	0,074	0,520	0,793		
4. Intenção de Compra de Alimentos Orgânicos	0,617	0,799	0,462	0,918	
5. Normas Subjetivas	0,657	0,522	0,308	0,612	0,837
<b>Alfa de Cronbach (<math>\alpha</math>)</b>	0,944	0,976	0,901	0,937	0,938
<b>Confiabilidade composta (<math>\rho_c</math>)</b>	0,954	0,981	0,922	0,955	0,949
<b>Variância Média Extraída (VME)</b>	0,721	0,895	0,628	0,843	0,700

*Nota.* Todas as correlações são significantes ao nível de 1%. Os valores na diagonal da matriz são a raiz quadrada da VME.

Estrutura fatorial do modelo de mensuração

Itens	Atitudes	Comportamento Passado	Controle Comportamental Percebido	Intenção de Compra de Alimentos Orgânicos	Normas Subjetivas
ATT1	0,849	0,384	0,018	0,505	0,509
ATT2	0,797	0,404	0,103	0,502	0,601
ATT3	0,910	0,413	0,045	0,570	0,534
ATT4	0,893	0,385	0,048	0,530	0,560
ATT5	0,893	0,460	0,114	0,580	0,599
ATT6	0,726	0,428	0,146	0,485	0,561
ATT7	0,902	0,402	0,031	0,544	0,597
ATT8	0,804	0,307	-0,006	0,459	0,493
CP1	0,472	0,923	0,481	0,773	0,523
CP2	0,485	0,953	0,506	0,795	0,522
CP3	0,442	0,958	0,503	0,770	0,505
CP4	0,414	0,952	0,498	0,733	0,477
CP5	0,431	0,958	0,477	0,741	0,471
CP6	0,422	0,931	0,486	0,719	0,462
CCP1	0,197	0,551	0,768	0,486	0,372
CCP2	0,086	0,423	0,790	0,393	0,302
CCP3	-0,053	0,344	0,861	0,302	0,163
CCP4	0,040	0,395	0,836	0,385	0,216
CCP5	0,011	0,391	0,805	0,347	0,170
CCP6	-0,052	0,345	0,830	0,275	0,163
CCP7	0,095	0,338	0,639	0,280	0,240
INT1	0,560	0,606	0,348	0,836	0,521
INT2	0,553	0,784	0,487	0,948	0,569
INT3	0,591	0,738	0,410	0,937	0,585
INT4	0,567	0,794	0,444	0,947	0,572
NSI1	0,645	0,337	0,124	0,457	0,703
NSI2	0,635	0,399	0,211	0,517	0,856
NSI3	0,631	0,399	0,165	0,508	0,859
NSI4	0,580	0,414	0,224	0,510	0,862
NSD5	0,438	0,480	0,393	0,537	0,844
NSD6	0,477	0,485	0,321	0,505	0,847
NSD7	0,513	0,468	0,260	0,498	0,856
NSD8	0,496	0,498	0,338	0,557	0,857

**Nota.** Todas as cargas fatoriais são significantes no nível de 1%.

Critério Heterotrait-Monotrait Ratio ( $1 > LS_{97.5\%}$ )

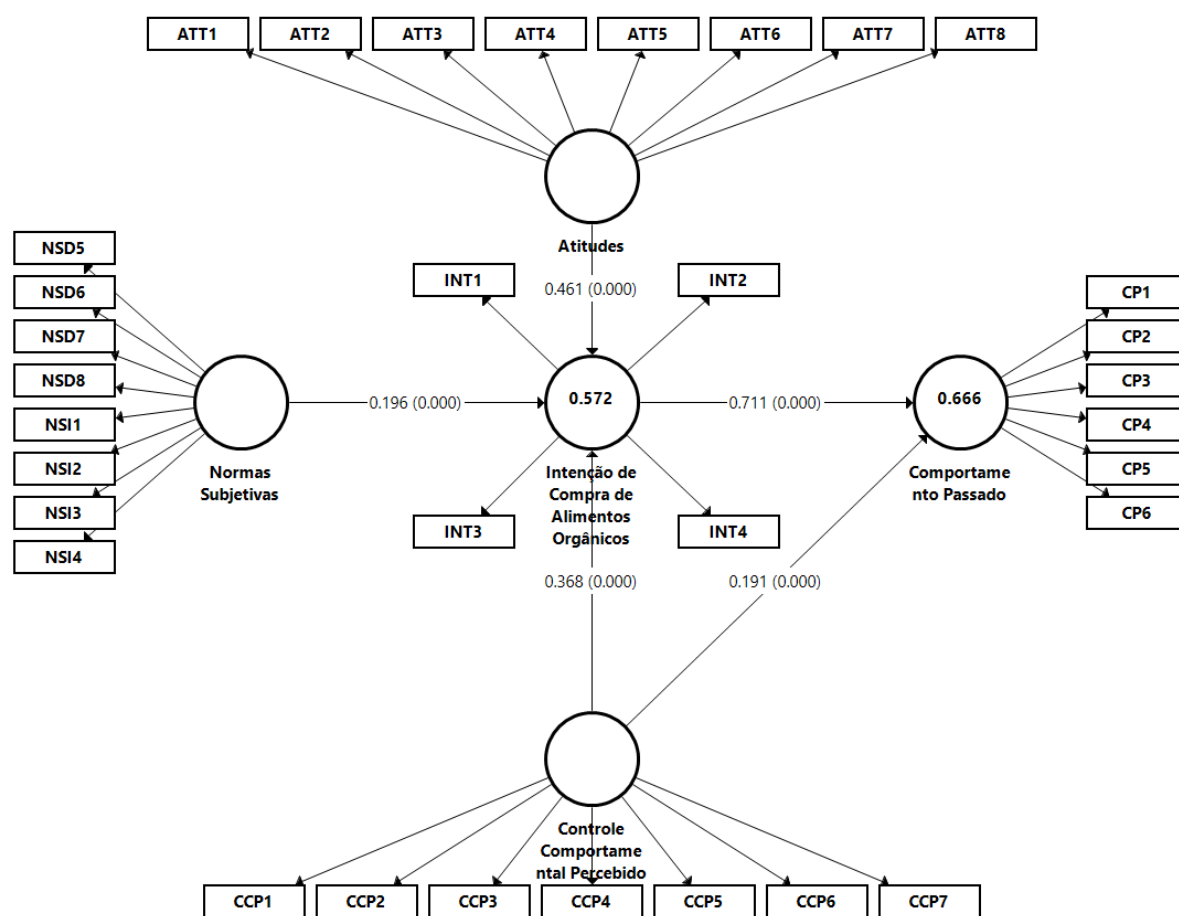
Construtos	1.	2.	3.	4.	5.
1. Atitudes	-				
2. Comportamento Passado	0,549	-			
3. Controle Comportamental Percebido	0,176	0,609	-		
4. Intenção de Compra de Alimentos Orgânicos	0,719	0,870	0,570	-	
5. Normas Subjetivas	0,753	0,611	0,408	0,721	-

### Modelo estrutural (Masculino)

Índices de avaliação do modelo estrutural

Relações Estruturais	Hipótese	VIF	$f^2$	Coefficiente de Caminho ( $\beta$ )	Erro Padrão	$t$ -valor	$R^2$ (ajustado)	$Q^2$
ATT -> ICAO	H1 (+)	1,82	0,28	0,46**	0,05	10,25	0,57	0,48
NS -> ICAO	H2 (+)	2,00	0,05	0,20**	0,05	4,11	(0,57)	
CCP -> ICAO	H3 (+)	1,14	0,28	0,37**	0,04	10,61		
ICAO -> CP	H4 (+)	1,27	1,20	0,71**	0,03	22,62	0,67	0,59
CCP -> CP	H5 (+)	1,27	0,09	0,19**	0,04	5,29	(0,67)	

**Nota.** ATT = Atitudes. ICAO = Intenção de compra de alimentos orgânicos. NS = Normas subjetivas. CCP = Controle comportamental percebido. CP = Comportamento passado. \*\*Coeficientes significantes no nível de 1%.



Modelo estrutural (Masculino)

## Apêndice 10 – Análises multigrupo das amostras feminina e masculina

### Análise de invariância (MICOM) da amostra feminina

<b>Escolaridade (MICOM)</b>	<b>Original Correlation</b>	<b>Correlation Permutation Mean</b>	<b>5,00%</b>	<b>Permutation p-Values</b>
Atitudes	0,999	1,000	0,999	0,088
Comportamento Passado	1,000	1,000	1,000	0,312
Controle Comportamental Percebido	1,000	1,000	1,000	0,319
Intenção de Compra de Alimentos Orgânicos	1,000	1,000	1,000	0,202
Normas Subjetivas	1,000	1,000	0,999	0,545

<b>Estado civil (Item NSI2 retirado - MICOM)</b>	<b>Original Correlation</b>	<b>Correlation Permutation Mean</b>	<b>5,00%</b>	<b>Permutation p-Values</b>
Atitudes	0,999	1,000	0,999	0,054
Comportamento Passado	1,000	1,000	1,000	0,921
Controle Comportamental Percebido	1,000	1,000	1,000	0,086
Intenção de Compra de Alimentos Orgânicos	1,000	1,000	1,000	0,835
Normas Subjetivas	0,999	1,000	0,999	0,127

<b>Idade (Item INT3 retirado - MICOM)</b>	<b>Original Correlation</b>	<b>Correlation Permutation Mean</b>	<b>5,00%</b>	<b>Permutation p-Values</b>
Atitudes	0,999	1,000	0,999	0,085
Comportamento Passado	1,000	1,000	1,000	0,394
Controle Comportamental Percebido	1,000	1,000	1,000	0,193
Intenção de Compra de Alimentos Orgânicos	1,000	1,000	1,000	0,118
Normas Subjetivas	1,000	1,000	0,999	0,841

<b>Renda 3SM (Item CCP5 retirado - MICOM)</b>	<b>Original Correlation</b>	<b>Correlation Permutation Mean</b>	<b>5,00%</b>	<b>Permutation p-Values</b>
Atitudes	0,999	0,999	0,998	0,524
Comportamento Passado	1,000	1,000	1,000	0,987
Controle Comportamental Percebido	0,999	1,000	0,999	0,078
Intenção de Compra de Alimentos Orgânicos	1,000	1,000	1,000	0,162
Normas Subjetivas	0,998	0,999	0,999	0,154

<b>Renda 6SM (Item INT1, CCP5 retirado - MICOM)</b>	<b>Original Correlation</b>	<b>Correlation Permutation Mean</b>	<b>5,00%</b>	<b>Permutation p-Values</b>
Atitudes	0,999	0,999	0,999	0,348
Comportamento Passado	1,000	1,000	1,000	0,876
Controle Comportamental Percebido	0,999	1,000	0,999	0,096
Intenção de Compra de Alimentos Orgânicos	1,000	1,000	1,000	0,169
Normas Subjetivas	0,999	0,999	0,997	0,250

<b>Renda 9SM (Item CCP7 retirado - MICOM)</b>	<b>Original Correlation</b>	<b>Correlation Permutation Mean</b>	<b>5,00%</b>	<b>Permutation p-Values</b>
Atitudes	0,999	0,999	0,999	0,372
Comportamento Passado	1,000	1,000	1,000	0,526
Controle Comportamental Percebido	1,000	1,000	1,000	0,402
Intenção de Compra de Alimentos Orgânicos	1,000	1,000	1,000	0,676
Normas Subjetivas	0,999	1,000	0,999	0,281

<b>Presença de filhos na residência (MICOM)</b>	<b>Original Correlation</b>	<b>Correlation Permutation Mean</b>	<b>5,00%</b>	<b>Permutation p-Values</b>
---	-----------------------------	-------------------------------------	--------------	-----------------------------

Atitudes	1,000	1,000	0,999	0,807
Comportamento Passado	1,000	1,000	1,000	0,861
Controle Comportamental Percebido	1,000	1,000	1,000	0,147
Intenção de Compra de Alimentos Orgânicos	1,000	1,000	1,000	0,388
Normas Subjetivas	1,000	1,000	0,999	0,643

### Análises multigrupo da amostra feminina

#### Escolaridade

Relações	1	2	3	4	2,50%	97,50%	Permutation p-Values
ATT-ICAO	0,235	0,300	-0,065	-0,003	-0,099	0,088	0,180
CCP-CP	0,299	0,228	0,071	0,002	-0,088	0,093	0,121
CCP-ICAO	0,595	0,525	0,069	0,001	-0,082	0,081	0,088
ICAO-CP	0,570	0,667	-0,097	-0,002	-0,083	0,076	0,015
NS-ICAO	0,125	0,143	-0,018	0,001	-0,104	0,105	0,726

**Nota.** 1 = Path Coefficients Original (Escolaridade\_menor). 2 = Path Coefficients Original (Escolaridade\_maior). 3 = Path Coefficients Original Difference (Escolaridade\_menor - Escolaridade\_maior). 4 = Path Coefficients Permutation Mean Difference (Escolaridade\_menor - Escolaridade\_maior).

#### Estado Civil

Relações	1	2	3	4	2,50%	97,50%	Permutation p-Values
ATT-ICAO	0,231	0,303	-0,071	-0,004	-0,107	0,102	0,162
CCP-CP	0,252	0,258	-0,006	0,001	-0,089	0,089	0,876
CCP-ICAO	0,571	0,534	0,037	0,000	-0,085	0,081	0,413
ICAO-CP	0,635	0,622	0,013	-0,001	-0,084	0,082	0,745
NS-ICAO	0,156	0,128	0,028	0,002	-0,106	0,106	0,593

**Nota.** 1 = Path Coefficients Original (Estado\_Outros). 2 = Path Coefficients Original (Estado\_Casados). 3 = Path Coefficients Original Difference (Estado\_Outros - Estado\_Casados). 4 = Path Coefficients Permutation Mean Difference (Estado\_Outros - Estado\_Casados).

#### Idade

Relações	1	2	3	4	2,50%	97,50%	Permutation p-Values
ATT-ICAO	0,239	0,295	-0,056	-0,003	-0,103	0,097	0,255
CCP-CP	0,238	0,255	-0,016	0,001	-0,094	0,093	0,747
CCP-ICAO	0,524	0,591	-0,067	0,002	-0,081	0,087	0,112
ICAO-CP	0,634	0,614	0,020	-0,001	-0,083	0,084	0,644
NS-ICAO	0,188	0,103	0,085	0,003	-0,100	0,101	0,099

**Nota.** 1 = Path Coefficients Original (Idade\_menor). 2 = Path Coefficients Original (Idade\_maior). 3 = Path Coefficients Original Difference (Idade\_menor - Idade\_maior). 4 = Path Coefficients Permutation Mean Difference (Idade\_menor - Idade\_maior).

#### Renda (3SM)

Relações	1	2	3	4	2,50%	97,50%	Permutation p-Values
ATT-ICAO	0,237	0,288	-0,051	0,003	-0,125	0,137	0,436
CCP-CP	0,231	0,241	-0,010	-0,000	-0,133	0,126	0,877
CCP-ICAO	0,569	0,531	0,038	0,002	-0,114	0,108	0,483
ICAO-CP	0,656	0,642	0,014	0,000	-0,120	0,107	0,803
NS-ICAO	0,113	0,132	-0,019	-0,002	-0,142	0,133	0,799



*Nota.* 1 = Path Coefficients Original (Renda\_menor). 2 = Path Coefficients Original (Renda\_maior). 3 = Path Coefficients Original Difference ( Renda\_menor - Renda\_maior). 4 = Path Coefficients Permutation Mean Difference ( Renda\_menor - Renda\_maior).

### Renda (6SM)

Relações	1	2	3	4	2,50%	97,50%	Permutation p-Values
ATT-ICAO	0,210	0,323	-0,114	-0,001	-0,100	0,100	<b>0,031</b>
CCP-CP	0,246	0,210	0,037	0,002	-0,087	0,091	<b>0,421</b>
CCP-ICAO	0,568	0,533	0,035	0,001	-0,083	0,081	<b>0,426</b>
ICAO-CP	0,644	0,676	-0,032	-0,002	-0,078	0,081	<b>0,391</b>
NS-ICAO	0,145	0,109	0,036	0,002	-0,100	0,107	<b>0,511</b>

*Nota.* 1 = Path Coefficients Original (Renda\_menor). 2 = Path Coefficients Original (Renda\_maior). 3 = Path Coefficients Original Difference ( Renda\_menor - Renda\_maior). 4 = Path Coefficients Permutation Mean Difference ( Renda\_menor - Renda\_maior).

### Renda (9SM)

Relações	1	2	3	4	2,50%	97,50%	Permutation p-Values
ATT-ICAO	0,216	0,396	-0,180	0,000	-0,103	0,098	<b>0,002</b>
CCP-CP	0,259	0,203	0,056	0,003	-0,088	0,100	<b>0,251</b>
CCP-ICAO	0,543	0,518	0,025	-0,002	-0,082	0,086	<b>0,585</b>
ICAO-CP	0,625	0,662	-0,037	-0,001	-0,086	0,083	<b>0,380</b>
NS-ICAO	0,169	0,087	0,082	0,000	-0,101	0,111	<b>0,143</b>

*Nota.* 1 = Path Coefficients Original (Renda\_menor). 2 = Path Coefficients Original (Renda\_maior). 3 = Path Coefficients Original Difference ( Renda\_menor - Renda\_maior). 4 = Path Coefficients Permutation Mean Difference ( Renda\_menor - Renda\_maior).

### Presença de filhos na residência

Relações	1	2	3	4	2,50%	97,50%	Permutation p-Values
ATT-ICAO	0,288	0,256	0,033	0,001	-0,098	0,098	<b>0,497</b>
CCP-CP	0,264	0,248	0,016	-0,004	-0,091	0,086	<b>0,732</b>
CCP-ICAO	0,564	0,545	0,019	0	-0,087	0,078	<b>0,667</b>
ICAO-CP	0,633	0,617	0,016	0,004	-0,082	0,078	<b>0,722</b>
NS-ICAO	0,132	0,136	-0,004	0,002	-0,096	0,097	<b>0,944</b>

*Nota.* 1 = Path Coefficients Original (Filhos\_sem). 2 = Path Coefficients Original (Filhos\_com). 3 = Path Coefficients Original Difference ( Filhos\_sem - Filhos\_com). 4 = Path Coefficients Permutation Mean Difference ( Filhos\_sem - Filhos\_com).

### Análise de invariância (MICOM) da amostra masculina

Escolaridade	Original Correlation	Correlation Permutation Mean	5,00%	Permutation p-Values
Atitudes	<b>1,000</b>	1,000	0,999	<b>0,489</b>
Comportamento Passado	<b>1,000</b>	1,000	1,000	<b>0,306</b>
Controle Comportamental Percebido	<b>1,000</b>	0,999	0,997	<b>0,973</b>
Intenção de Compra de Alimentos Orgânicos	<b>1,000</b>	1,000	1,000	<b>0,138</b>
Normas Subjetivas	<b>1,000</b>	1,000	0,999	<b>0,769</b>

Estado Civil	Original Correlation	Correlation Permutation Mean	5,00%	Permutation p-Values
Atitudes	<b>1,000</b>	1,000	0,999	<b>0,675</b>
Comportamento Passado	<b>1,000</b>	1,000	1,000	<b>0,680</b>
Controle Comportamental Percebido	<b>0,998</b>	0,999	0,997	<b>0,320</b>

Intenção de Compra de Alimentos Orgânicos	1,000	1,000	1,000	0,773
Normas Subjetivas	1,000	0,999	0,998	0,503

Idade	Original Correlation	Correlation Permutation Mean	5,00%	Permutation p-Values
Atitudes	1,000	1,00	1,00	0,924
Comportamento Passado	1,000	1,00	1,00	0,813
Controle Comportamental Percebido	1,000	1,00	1,00	0,978
Intenção de Compra de Alimentos Orgânicos	1,000	1,00	1,00	0,923
Normas Subjetivas	0,999	1,00	1,00	0,058

Renda 3SM (Item NSD6 retirado)	Original Correlation	Correlation Permutation Mean	5,00%	Permutation p-Values
Atitudes	0,999	1,000	0,999	0,098
Comportamento Passado	1,000	1,000	1,000	0,787
Controle Comportamental Percebido	0,998	0,997	0,992	0,332
Intenção de Compra de Alimentos Orgânicos	1,000	1,000	1,000	0,871
Normas Subjetivas	0,999	0,999	0,997	0,065

Renda 6SM (Item ATT3 retirado)	Original Correlation	Correlation Permutation Mean	5,00%	Permutation p-Values
Atitudes	0,999	1,000	0,999	0,057
Comportamento Passado	1,000	1,000	1,000	0,406
Controle Comportamental Percebido	0,998	0,997	0,997	0,264
Intenção de Compra de Alimentos Orgânicos	1,000	1,000	1,000	0,766
Normas Subjetivas	0,999	0,999	0,998	0,172

Renda 9SM (Itens NSI3, NSD6, NSD7 retirados)	Original Correlation	Correlation Permutation Mean	5,00%	Permutation p-Values
Atitudes	1,000	1,000	0,999	0,461
Comportamento Passado	1,000	1,000	1,000	0,524
Controle Comportamental Percebido	0,998	0,999	0,997	0,207
Intenção de Compra de Alimentos Orgânicos	1,000	1,000	1,000	0,150
Normas Subjetivas	0,999	0,999	0,999	0,052

Filhos	Original Correlation	Correlation Permutation Mean	5,00%	Permutation p-Values
Atitudes	1,000	1,000	0,999	0,451
Comportamento Passado	1,000	1,000	1,000	0,971
Controle Comportamental Percebido	0,998	0,999	0,997	0,248
Intenção de Compra de Alimentos Orgânicos	1,000	1,000	1,000	0,333
Normas Subjetivas	1,000	0,999	0,999	0,720

## Análises multigrupo da amostra masculina

### Escolaridade

Relações	1	2	3	4	2.5%	97.5%	Permutation p-Values
ATT-ICAO	0,43	0,48	-0,05	0,00	-0,18	0,17	0,63
CCP-CP	0,24	0,15	0,09	0,00	-0,14	0,14	0,23
CCP-ICAO	0,34	0,39	-0,05	0,00	-0,13	0,14	0,45
ICAO-CP	0,66	0,75	-0,09	0,00	-0,12	0,12	0,14
NS-ICAO	0,21	0,20	0,01	0,00	-0,18	0,19	0,90

*Nota.* 1 = Path Coefficients Original (Escolaridade\_menor). 2 = Path Coefficients Original (Escolaridade\_maior). 3 = Path Coefficients Original Difference (Escolaridade\_menor - Escolaridade\_maior). 4 = Path Coefficients Permutation Mean Difference (Escolaridade\_menor - Escolaridade\_maior).

### Estado Civil

Relações	1	2	3	4	2.5%	97.5%	Permutation p-Values
ATT-ICAO	0,48	0,45	0,02	-0,01	-0,20	0,17	<b>0,80</b>
CCP-CP	0,20	0,18	0,02	0,00	-0,15	0,15	<b>0,84</b>
CCP-ICAO	0,38	0,37	0,01	0,00	-0,15	0,14	<b>0,86</b>
ICAO-CP	0,71	0,71	0,01	0,00	-0,13	0,11	<b>0,95</b>
NS-ICAO	0,19	0,20	-0,01	0,01	-0,20	0,21	<b>0,91</b>

*Nota.* 1 = Path Coefficients Original (Estado\_Outros). 2 = Path Coefficients Original (Estado\_Casados). 3 = Path Coefficients Original Difference (Estado\_Outros - Estado\_Casados). 4 = Path Coefficients Permutation Mean Difference (Estado\_Outros - Estado\_Casados).

### Idade

Relações	1	2	3	4	2,50%	97,50%	Permutation p-Values
ATT-ICAO	0,44	0,48	-0,04	0,00	-0,19	0,18	<b>0,67</b>
CCP-CP	0,21	0,18	0,03	0,00	-0,14	0,14	<b>0,73</b>
CCP-ICAO	0,36	0,37	-0,01	0,00	-0,15	0,14	<b>0,86</b>
ICAO-CP	0,74	0,68	0,06	0,00	-0,12	0,12	<b>0,47</b>
NS-ICAO	0,26	0,13	0,13	0,00	-0,20	0,19	<b>0,17</b>

*Nota.* 1 = Path Coefficients Original (Idade\_menor). 2 = Path Coefficients Original (Idade\_maior). 3 = Path Coefficients Original Difference (Idade\_menor - Idade\_maior). 4 = Path Coefficients Permutation Mean Difference (Idade\_menor - Idade\_maior).

### Renda 3SM

Relações	1	2	3	4	2,50%	97,50%	Permutation p-Values
ATT-ICAO	0,37	0,48	-0,11	-0,00	-0,24	0,25	<b>0,39</b>
CCP-CP	0,31	0,17	0,14	0,00	-0,17	0,20	<b>0,12</b>
CCP-ICAO	0,39	0,36	0,03	0,00	-0,18	0,18	<b>0,77</b>
ICAO-CP	0,65	0,72	-0,075	-0,00	-0,20	0,13	<b>0,35</b>
NS-ICAO	0,23	0,17	0,06	0,00	-0,27	0,24	<b>0,68</b>

*Nota.* 1 = Path Coefficients Original (Renda\_menor). 2 = Path Coefficients Original (Renda\_maior). 3 = Path Coefficients Original Difference (Renda\_menor - Renda\_maior). 4 = Path Coefficients Permutation Mean Difference (Renda\_menor - Renda\_maior).

### Renda 6SM

Relações	1	2	3	4	2,50%	97,50%	Permutation p-Values
ATT-ICAO	0,36	0,50	-0,14	0,00	-0,19	0,19	<b>0,14</b>
CCP-CP	0,21	0,18	0,03	0,00	-0,14	0,16	<b>0,69</b>
CCP-ICAO	0,37	0,36	0,01	-0,00	-0,14	0,14	<b>0,80</b>
ICAO-CP	0,71	0,71	-0,00	-0,00	0,14	0,11	<b>0,94</b>
NS-ICAO	0,26	0,16	0,10	0,00	-0,21	0,21	<b>0,28</b>

*Nota.* 1 = Path Coefficients Original (Renda\_menor). 2 = Path Coefficients Original (Renda\_maior). 3 = Path Coefficients Original Difference (Renda\_menor - Renda\_maior). 4 = Path Coefficients Permutation Mean Difference (Renda\_menor - Renda\_maior).

### Renda 9SM

Relações	1	2	3	4	2,50%	97,50%	Permutation p-Values
ATT-ICAO	0,40	0,53	-0,13	0,00	-0,21	0,18	<b>0,16</b>
CCP-CP	0,17	0,21	-0,05	0,00	-0,14	0,14	<b>0,54</b>

CCP-ICAO	0,37	0,36	0,01	-0,01	-0,14	0,13	<b>0,91</b>
ICAO-CP	0,74	0,69	0,05	0,00	-0,12	0,12	<b>0,52</b>
NS-ICAO	0,22	0,18	0,04	0,00	-0,18	0,19	<b>0,70</b>

*Nota.* 1 = Path Coefficients Original (Renda\_menor). 2 = Path Coefficients Original (Renda\_maior). 3 = Path Coefficients Original Difference ( Renda\_menor - Renda\_maior). 4 = Path Coefficients Permutation Mean Difference (Renda\_menor - Renda\_maior).

### **Presença de filhos na residência**

<b>Relações</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>2,50%</b>	<b>97,50%</b>	<b>Permutation p-Values</b>
ATT-ICAO	0,49	0,41	0,07	0,00	-0,18	0,17	<b>0,44</b>
CCP-CP	0,20	0,19	0,01	0,00	-0,14	0,14	<b>0,91</b>
CCP-ICAO	0,35	0,40	-0,04	0,00	-0,13	0,14	<b>0,53</b>
ICAO-CP	0,72	0,69	0,03	0,00	-0,11	0,13	<b>0,72</b>
NS-ICAO	0,18	0,24	-0,06	0,00	-0,19	0,18	<b>0,53</b>

*Nota.* 1 = Path Coefficients Original (Filhos\_sem). 2 = Path Coefficients Original (Filhos\_com). 3 = Path Coefficients Original Difference ( Filhos\_sem - Filhos\_com). 4 = Path Coefficients Permutation Mean Difference (Filhos\_sem - Filhos\_com).