



## FATORES E ATITUDES QUE DETERMINAM A TOMADA DE DECISÃO PARA O CONSUMO DE PRODUTOS ORGÂNICOS EM UMA FEIRA DE GOIÂNIA/GO

ILTON BELCHIOR CRUVINEL; ROGÉRIO JOSÉ DE ALMEIDA  
iltoncruvinel@hotmail.com

**Objetivo:** Analisar os fatores associados ao processo de tomada de decisão de compra de consumidores de produtos orgânicos de uma feira livre na cidade de Goiânia/GO, Mensurar quais os aspectos relacionados aos motivos, suas influências, que resultam na decisão de compra dos produtos orgânicos na feira: **Método:** Trata-se de um estudo transversal analítico com abordagem quantitativa. Utilizar-se-á o método survey, cujo objetivo é levantar dados ou informações relevantes das características, ações, opiniões de determinando grupo de pessoas. O corte-transversal é a coleta de dados que acontece em um único momento, pretendendo descrever a analisar o estado de uma ou várias em um dado momento. O estudo foi autorizado pelo comitê de ética em pesquisa da PUC Goiás. Foram pesquisados um total de 84 consumidores maiores de 18 anos presentes na feira no momento da coleta, por uma amostragem não probabilística por conveniência. A análise inicial dos dados está sendo realizada por meio de estatística descritiva. **Resultados:** Espera-se, com este projeto, conhecer os fatores relevantes ao processo de decisão de compra dos produtos orgânicos comercializados na feira contribuindo assim para desenvolvimento de estratégias mercadológicas, visando o incentivo ao consumo de produtos orgânicos acreditando ser uma opção melhor na qualidade de vida da população em geral. Busca-se com este trabalho oferecer às pessoas substabelecidas dentro na cadeia produtiva do orgânico ligadas a feira pesquisada, diretamente vinculadas ao setor alimentício de Goiás, um panorama atual sobre a realidade do tema pesquisado, demonstrando os benefícios resultantes da aplicação das práticas ambientais sustentáveis não só para a sua gestão, mas também para a sociedade. **Conclusão:** O pré-estudo demonstrara a importância em se realizar essa pesquisa científica para os comerciantes, estudantes das áreas afins e profissionais em geral, enfatizando o papel complementar de melhoria da sua análise crítica, maturidade intelectual, compreensão da ciência e possibilidades futuras tanto acadêmicas como profissionais. Além do repasse das informações obtidas na pesquisa para a comunidade científica por meio de estudos científicos em periódico vinculados ao mestrado do MCAS da Puc-go.

**Palavras-chave:** Consumidor. Produtos Orgânicos. Tomada De Decisão