



Artigo

 <https://doi.org/10.5020/2318-0722.2026.32.e15501>

Bem-estar do Indivíduo, Consciência de Saúde e Hábitos Alimentares Saudáveis como Antecedentes do Consumo de Alimentos Orgânicos

Individual Well-Being, Health Consciousness and Healthy Eating Habits as Antecedents of Organic Food Consumption

Bienestar Individual, Conciencia de Salud y Hábitos Alimentarios Saludables como Antecedentes del Consumo de Alimentos Orgánicos

Geymeesson Brito da Silva*

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, Pernambuco, Brasil

 <https://orcid.org/0000-0001-5645-7067>

Marconi Freitas da Costa

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, Pernambuco, Brasil

 <https://orcid.org/0000-0001-9888-8359>

Jéssica Carvalho Veras

Universidade Federal de Alagoas, Maceió, Alagoas, Brasil

 <https://orcid.org/0000-0002-1770-1335>

Como citar

Silva, G. B., Costa, M. F., & Veras, J. C. (2026). Bem-estar do Indivíduo, Consciência de Saúde e Hábitos Alimentares Saudáveis como Antecedentes do Consumo de Alimentos Orgânicos. *Revista Ciências Administrativas*, 32, e15501. <https://doi.org/10.5020/2318-0722.2026.32.e15501>

Histórico de publicação

Submetido em: 30/09/2024

Aceito em: 05/12/2025

Publicado em: 02/03/2026

Resumo

O objetivo deste estudo é investigar como o bem-estar do indivíduo, a consciência de saúde e os hábitos alimentares saudáveis influenciam o consumo de alimentos orgânicos. Foi realizada uma pesquisa quantitativa descritiva, utilizando uma amostragem não probabilística, e a coleta de dados foi feita por meio de um *survey* on-line, distribuído pela técnica *snowball*, com uma amostra de 402 respondentes. Os dados foram analisados utilizando a Modelagem de Equações Estruturais, com o apoio dos *softwares* SPSS e AMOS. Os resultados principais indicam que o consumo de alimentos orgânicos é consideravelmente influenciado pelo bem-estar do indivíduo. Além disso, hábitos alimentares saudáveis mostraram uma relação positiva com o consumo de alimentos orgânicos, enquanto a consciência de saúde não apresentou uma influência significativa. Por um lado, as contribuições teóricas ampliam o entendimento sobre o consumo orgânico e, por outro, as contribuições metodológicas podem ajudar empresas e profissionais do marketing a compreender melhor as percepções dos consumidores e a atender, de forma mais eficaz, às suas necessidades e aos seus desejos. Este estudo contribui para a literatura ao oferecer uma abordagem inovadora sobre o consumo de alimentos orgânicos, com novas descobertas práticas e gerenciais. Os resultados destacam a importância do bem-estar e dos hábitos saudáveis na escolha por alimentos orgânicos, enquanto o papel da consciência de saúde se mostra relevante na adoção de hábitos alimentares saudáveis.

Palavras-chave: consumo de alimentos orgânicos, bem-estar do indivíduo, consciência de saúde, hábitos alimentares saudáveis.

*Autor Correspondente

E-mail: geymeesson.silva@ufpe.br

Abstract

The objective of this study is to investigate how individual well-being, health consciousness, and healthy eating habits influence organic food consumption. A descriptive quantitative study was conducted using non-probability sampling. Data were collected via an online survey distributed using the snowball sampling technique, with a sample of 402 respondents. The data were analyzed using Structural Equation Modeling, supported by SPSS and AMOS software. The main results indicate that organic food consumption is significantly influenced by individual well-being. Furthermore, healthy eating habits showed a positive relationship with organic food consumption, whereas health consciousness did not demonstrate a significant influence. The theoretical contributions expand the understanding of organic consumption, while the methodological contributions can help companies and marketing professionals better understand consumer perceptions and more effectively meet their needs and desires. This study contributes to the literature by offering an innovative approach to organic food consumption, presenting new practical and managerial findings. The results highlight the importance of well-being and healthy habits in the choice of organic foods, while the role of health consciousness proves relevant to the adoption of healthy eating habits.

Keywords: organic food consumption, individual well-being, health awareness, healthy eating habits.

Resumen

El objetivo de este estudio es investigar cómo el bienestar individual, la conciencia sobre la salud y los hábitos alimenticios saludables influyen en el consumo de alimentos orgánicos. Se realizó una encuesta cuantitativa descriptiva mediante muestreo no probabilístico. La recopilación de datos se llevó a cabo a través de una encuesta en línea, distribuida mediante la técnica de bola de nieve, con una muestra de 402 participantes. Los datos se analizaron mediante modelado de ecuaciones estructurales, con el apoyo de los programas SPSS y AMOS. Los principales resultados indican que el consumo de alimentos orgánicos está significativamente influenciado por el bienestar individual. Además, los hábitos alimenticios saludables mostraron una relación positiva con el consumo de alimentos orgánicos, mientras que la conciencia sobre la salud no mostró una influencia significativa. Las contribuciones teóricas amplían la comprensión del consumo de alimentos orgánicos, mientras que las contribuciones metodológicas pueden ayudar a las empresas y a los profesionales del marketing a comprender mejor las percepciones de los consumidores y a satisfacer sus necesidades y deseos de manera más efectiva. Este estudio contribuye a la literatura al ofrecer un enfoque innovador sobre el consumo de alimentos orgánicos, con nuevos hallazgos prácticos y de gestión. Los resultados resaltan la importancia del bienestar y los hábitos saludables en la elección de alimentos orgánicos, mientras que el papel de la conciencia sobre la salud resulta relevante para la adopción de hábitos alimenticios saludables.

Palabras clave: consumo de alimentos orgánicos, bienestar individual, concientización sobre la salud, hábitos alimentarios saludables.

Introdução

Ao longo das últimas décadas, o mercado mundial de alimentos orgânicos tem apresentado crescimento expressivo, impulsionado pelas transformações nos padrões de consumo, pela crescente preocupação com a saúde, pela busca por qualidade de vida e pelo fortalecimento das discussões acerca da sustentabilidade. Dados do *The World of Organic Agriculture* demonstram que o setor vem registrando expansão contínua em termos de produção, de comercialização e de número de consumidores, movimentando mais de US\$ 140 bilhões anualmente em âmbito global (Willer et al., 2025).

Esse crescimento acompanha profundas transformações econômicas, sociais e culturais observadas nas últimas décadas. A industrialização, a globalização e o aumento do consumismo modificaram significativamente os hábitos alimentares da população, tornando a alimentação um dos principais temas relacionados à promoção da saúde e da qualidade de vida (Costa et al., 2020). Paralelamente, organizações do setor alimentício passaram a incorporar estratégias voltadas à oferta de produtos capazes de atender consumidores cada vez mais exigentes, preocupados não apenas com aspectos nutricionais, mas também com segurança alimentar, sustentabilidade e bem-estar (Santos et al., 2022). Nesse contexto, observa-se uma crescente valorização de práticas alimentares saudáveis, impulsionando mudanças importantes no comportamento de consumo (Basha & Lal, 2019; Chekima et al., 2019).

Entre esses produtos, destacam-se os alimentos orgânicos. Eles são definidos como aqueles produzidos sem a utilização de fertilizantes químicos sintéticos, pesticidas, herbicidas ou organismos geneticamente modificados, sendo frequentemente associados, pelos consumidores, a atributos como naturalidade, pureza, frescor e qualidade (Paul & Rana, 2012; Ueasangkomsate & Santiteerakul, 2016). Sob essa perspectiva, Dias et al. (2015) argumentam que a preferência por alimentos orgânicos está relacionada à preocupação com os possíveis impactos negativos dos agrotóxicos sobre a saúde humana, contribuindo para a promoção do bem-estar e da qualidade de vida. Esse

cenário evidencia que o consumo de alimentos orgânicos deixou de representar um segmento restrito para constituir uma importante tendência no comportamento do consumidor contemporâneo.

Essa mudança no comportamento alimentar encontra respaldo em discussões internacionais relacionadas à promoção da saúde. Entre os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU, 2015), destaca-se o ODS 3, que busca assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todas as pessoas em todas as idades. Nesse contexto, a alimentação saudável assume um papel estratégico tanto para indivíduos quanto para governos e organizações, uma vez que escolhas alimentares adequadas auxiliam na prevenção de doenças, na melhoria da qualidade de vida e na redução dos custos associados aos sistemas de saúde.

Embora o crescimento do consumo de alimentos orgânicos seja reconhecido, compreender os fatores que motivam esse comportamento continua sendo um importante desafio para pesquisadores. Estudos anteriores têm demonstrado que diferentes fatores individuais influenciam a decisão de consumir alimentos orgânicos, entre eles, aspectos relacionados à saúde, aos valores pessoais, à percepção de qualidade, às preocupações ambientais e às atitudes frente ao consumo sustentável (Pinheiro et al., 2023; Pinto et al., 2026; Squalli et al., 2025). Entretanto, observa-se que muitos desses estudos analisam os antecedentes de forma isolada, dificultando uma compreensão integrada dos mecanismos que conduzem o consumidor à adoção desse tipo de comportamento.

Entre os fatores capazes de explicar o fenômeno, o bem-estar do indivíduo destaca-se por representar um estado multidimensional relacionado à satisfação com a vida, ao equilíbrio físico, psicológico e social e à percepção positiva da própria qualidade de vida. Além disso, o bem-estar do indivíduo tem sido discutido em relação a diversos aspectos pertinentes ao consumo orgânicos nos últimos anos (Basha & Lal, 2019; Doun et al., 2024; Fauzi et al., 2025; Ueasangkomsate & Santiteerakul, 2016; Yadav & Pathak, 2016). Dessa forma, pressupõe-se que o bem-estar possa exercer influência direta ou indireta sobre decisões relativas ao consumo de alimentos orgânicos, constituindo um importante antecedente sobre comportamento do consumidor, ainda pouco explorado na literatura.

Por sua vez, a consciência de saúde, outro construto relevante, é entendida como o grau em que os indivíduos valorizam sua saúde e incorporam essa preocupação em suas decisões cotidianas (Singh & Verma, 2017). De fato, consumidores com maior consciência de saúde tendem a buscar informações nutricionais, avaliar cuidadosamente os alimentos consumidos e demonstrar maior predisposição para adquirir produtos percebidos como benéficos ao organismo (Aşkan et al., 2026). Assim, a consciência de saúde representa um importante mecanismo cognitivo capaz de influenciar escolhas alimentares, favorecendo o consumo de alimentos orgânicos por serem frequentemente associados à segurança alimentar, à ausência de resíduos químicos e à promoção da saúde (Chan et al., 2017; Thurecht & Pelly, 2020; Wang et al., 2018).

Enquanto a consciência de saúde representa uma orientação cognitiva voltada ao cuidado com a própria saúde (Tang et al., 2026), os hábitos alimentares refletem sua tradução em comportamentos efetivos relacionados às escolhas alimentares do cotidiano (Osera et al., 2024; Song et al., 2023). Dessa forma, os indivíduos que mantêm hábitos alimentares saudáveis tendem a priorizar alimentos frescos, naturais e nutricionalmente equilibrados, aumentando, consequentemente, a probabilidade do consumo de alimentos orgânicos (Guertin et al., 2016; Guertin et al., 2020; Corazza et al., 2021).

Sob essa perspectiva, pressupõe-se uma relação sequencial entre esses construtos. O bem-estar do indivíduo pode favorecer uma maior consciência sobre a própria saúde; essa consciência, por sua vez, tende a estimular a adoção de hábitos alimentares mais saudáveis e tais hábitos, por conseguinte, aumentam a predisposição ao consumo de alimentos orgânicos. Nesse sentido, identifica-se uma lacuna na literatura quando se verifica que, embora existam pesquisas abordando o consumo de alimentos orgânicos (Basha & Lal, 2019; Pinheiro et al., 2023; Pinto et al., 2026; Squalli et al., 2025; Ueasangkomsate & Santiteerakul, 2016), a consciência de saúde (Aşkan et al., 2026; Tang et al., 2026; Thurecht & Pelly, 2020), os hábitos alimentares saudáveis (Corazza et al., 2021; Guertin et al., 2020; Kim & Choi, 2024; Osera et al., 2024) e o bem-estar (Apaolaza et al., 2018; Gauci et al., 2025; Issock et al., 2023) permanecem predominantemente investigados de maneira independente. Em especial, observa-se a escassez de estudos que considerem o bem-estar do indivíduo como antecedente do consumo de alimentos orgânicos e que analisem, simultaneamente, suas relações com a consciência de saúde e os hábitos alimentares saudáveis em um único modelo teórico explicativo.

Diante desse contexto, o presente estudo tem como objetivo investigar a influência do bem-estar do indivíduo, da consciência de saúde e dos hábitos alimentares saudáveis sobre o consumo de alimentos orgânicos. Para alcançar este objetivo, foram propostos os seguintes objetivos específicos: (i) analisar a influência do bem-estar do indivíduo no consumo de alimentos orgânicos; (ii) examinar a influência da consciência de saúde nos hábitos alimentares saudáveis e no consumo de alimentos orgânicos; e (iii) verificar a influência dos hábitos alimentares saudáveis no consumo de alimentos orgânicos.

Este estudo contribui para a literatura por meio de três aspectos principais. Primeiramente, propõe um modelo teórico integrado, capaz de explicar o consumo de alimentos orgânicos a partir da articulação entre bem-estar do indivíduo, consciência de saúde e hábitos alimentares saudáveis, expandindo a compreensão desse comportamento de consumo (Fauzi et al., 2025; Pinto et al., 2026; Squalli, 2025). Em segundo lugar, avança no conhecimento, ao incorporar o construto bem-estar do indivíduo como antecedente desse fenômeno, aspecto ainda pouco explorado nas

pesquisas sobre consumo de alimentos orgânicos (Gauci et al., 2025; Issock et al., 2023). Em terceiro lugar, o estudo compreende as relações entre consciência de saúde, hábitos alimentares saudáveis e consumo de alimentos orgânicos.

Nessa perspectiva, estudos recentes têm reforçado a relevância da consciência e da percepção de saúde para comportamentos alimentares mais saudáveis (Aşkan et al., 2026; Tang et al., 2026), enquanto pesquisas sobre hábitos alimentares têm evidenciado a importância de práticas alimentares na promoção da saúde e do estilo de vida saudável (Kim & Choi, 2023; Song et al., 2023). Por fim, os estudos oferecem contribuições práticas para produtores, varejistas e formuladores de políticas públicas, ao verificar que podem subsidiar estratégias de incentivo ao consumo de alimentos orgânicos, fundamentadas na promoção da saúde, do bem-estar e da adoção de hábitos alimentares mais saudáveis (Duong et al., 2024; Squalli, 2025).

Referencial Teórico

Bem-Estar do Indivíduo

O bem-estar do indivíduo representa um estado positivo de funcionamento físico, psicológico e social que influencia diferentes comportamentos relacionados ao estilo de vida e às escolhas de consumo (Pinheiro et al., 2023). No contexto da alimentação, o bem-estar está associado à percepção da qualidade de vida, da satisfação pessoal e do equilíbrio físico, fatores que contribuem para a adoção de comportamentos voltados à promoção da saúde (Gauci et al., 2025). Sob essa ótica, os consumidores que percebem maior bem-estar tendem a refletir mais cuidadosamente sobre as escolhas alimentares e a adotar práticas que favoreçam a manutenção desse estado positivo (Issock; et al., 2023).

Essa relação pode ser explicada pelo fato de que indivíduos orientados ao bem-estar valorizam alimentos percebidos como naturais, seguros e benéficos à saúde. Alguns estudos apontam que consumidores associam os alimentos orgânicos a menores riscos decorrentes do uso de pesticidas e de outros insumos químicos, percebendo-os como produtos mais saudáveis e compatíveis com um estilo de vida voltado ao autocuidado (Pino et al., 2012). Além disso, o bem-estar também está relacionado a dimensões hedônicas do consumo, nas quais a satisfação proporcionada pela alimentação saudável constitui um importante fator motivador para a escolha de alimentos orgânicos (Ares et al., 2016). Evidências adicionais mostram que determinadas escolhas alimentares, como o consumo de alimentos orgânicos, podem contribuir para melhorias no humor e na percepção do bem-estar, reforçando a relação entre alimentação saudável e bem-estar (Pinheiro et al., 2023).

Dessa forma, espera-se que indivíduos com maior percepção de bem-estar apresentem maior predisposição para consumir alimentos orgânicos, uma vez que esses produtos são percebidos como compatíveis com seus objetivos de promoção da saúde, de prevenção de doenças e de melhoria da qualidade de vida. Assim, propõe-se a primeira hipótese (H1):

H1: O bem-estar do indivíduo influencia positivamente o consumo de alimentos orgânicos.

O bem-estar do indivíduo pode ser considerado um dos principais fatores para os indivíduos que buscam uma alimentação saudável, a manutenção da saúde e a qualidade de vida. Um estudo realizado por Policarpo e Aguiar (2020) apontou que o consumo de uma dieta balanceada, composta de alimentos saudáveis, tem sido, frequentemente, relacionado aos benefícios da saúde. Esses resultados sugerem que hábitos alimentares saudáveis fazem parte de um conjunto mais amplo de comportamentos orientados à promoção da saúde (Gauci et al., 2025). Além disso, consumidores que valorizam o bem-estar inclinam-se a perceber a alimentação como um importante mecanismo para sua manutenção, tornando mais provável a adoção de padrões alimentares compatíveis com esse objetivo.

Assim, indivíduos que apresentam elevados níveis de bem-estar podem dedicar maior atenção ao autocuidado, buscando práticas capazes de preservar seu equilíbrio físico, psicológico e social. Nesse contexto, os hábitos alimentares constituem uma das principais formas de expressão desse autocuidado, uma vez que as escolhas alimentares exercem influência direta sobre a saúde e o bem-estar ao longo do tempo. Dessa forma, espera-se que indivíduos com maior percepção de bem-estar desenvolvam hábitos alimentares mais saudáveis, uma vez que esses comportamentos representam estratégias de promoção da saúde e de manutenção da qualidade de vida (Gauci et al., 2025; Issock et al., 2023). Assim, propõe-se a segunda hipótese (H2):

H2: O bem-estar do indivíduo influencia positivamente os hábitos alimentares saudáveis.

O bem-estar também pode favorecer o desenvolvimento da consciência de saúde. Em suma, indivíduos que valorizam seu próprio bem-estar tendem a dedicar maior atenção à manutenção da saúde e da qualidade de vida, monitorando mais frequentemente sua condição física e emocional. Esse comportamento estimula uma postura mais preventiva, levando-os a buscar informações sobre alimentação, atividade física e hábitos que preservem seu estado de saúde (Aşkan et al., 2026).

Sob essa perspectiva, a consciência de saúde pode ser compreendida como uma orientação cognitiva decorrente da preocupação com o próprio bem-estar, influenciando a forma como os indivíduos avaliam os impactos de suas escolhas sobre sua saúde. Nesse cenário, consumidores que atribuem maior importância ao bem-estar tendem a desenvolver maior sensibilidade em relação aos riscos associados a comportamentos não saudáveis, tornando-se mais atentos à composição dos alimentos, às informações nutricionais e às consequências de seus hábitos cotidianos (Tang et al., 2026).

Além disso, o aumento do consumo de alimentos ultraprocessados, como os *fast-foods*, e seus impactos negativos sobre a saúde têm ampliado a preocupação dos consumidores com a prevenção de doenças e a melhoria da qualidade de vida (Abbade et al., 2021). Esse contexto reforça o bem-estar como um fator que pode estimular uma maior consciência acerca da saúde, favorecendo escolhas mais criteriosas relacionadas ao estilo de vida e à alimentação.

Dessa forma, estima-se que indivíduos com maior percepção de bem-estar apresentem níveis mais elevados de consciência de saúde, uma vez que a valorização da qualidade de vida tende a estimular maior atenção aos comportamentos capazes de preservar e promover a saúde. Assim, propõe-se a terceira hipótese (H3):

H3: O bem-estar do indivíduo influencia positivamente a consciência de saúde.

Consciência de Saúde

A consciência de saúde refere-se ao grau em que os indivíduos se preocupam com sua saúde e incorporam essa preocupação em suas decisões cotidianas, especialmente naquelas relacionadas à alimentação e ao estilo de vida (Silva et al., 2018). Desse modo, consumidores com elevada consciência de saúde costumam monitorar, de forma contínua, seus comportamentos, buscando alternativas para a prevenção de doenças e para a melhoria da qualidade de vida. Alguns estudos recentes destacam a relevância da consciência de saúde na formação de comportamentos alimentares e nas decisões relacionadas ao consumo de alimentos (Tang et al., 2026).

No contexto do comportamento do consumidor, a consciência de saúde influencia diretamente o processo de decisão de compra, pois indivíduos mais conscientes avaliam, com maior atenção, aspectos como composição nutricional, métodos de produção, segurança alimentar e possíveis impactos dos alimentos sobre sua saúde (Fauzi et al., 2025). Como os alimentos orgânicos são percebidos como produtos mais naturais, seguros e livres de resíduos químicos, tendem a ser considerados opções compatíveis com consumidores que concedem elevada importância à preservação da saúde (Thurecht & Pelly, 2020). Essa perspectiva permanece relevante nas pesquisas recentes sobre os antecedentes do consumo de alimentos orgânicos entre consumidores brasileiros, que têm buscado compreender os diferentes fatores individuais associados a esse comportamento (Pinto et al., 2026).

Nessa lógica, espera-se que indivíduos com maior consciência de saúde apresentem maior predisposição para consumir alimentos orgânicos, uma vez que percebem esses produtos como alternativas capazes de contribuir para a promoção da saúde e da qualidade de vida. Essa relação tem sido observada em diferentes contextos de consumo, indicando que a preocupação com a saúde constitui um importante antecedente da intenção de compra de alimentos orgânicos (Teng & Lu, 2016). Algumas pesquisas recentes reforçam a necessidade de compreender a consciência de saúde em conjunto com outros antecedentes do comportamento de consumo, uma vez que a decisão por alimentos orgânicos envolve múltiplas dimensões individuais e contextuais (Fauzi et al., 2025; Pinto et al., 2026). Dessa forma, propõe-se a quarta hipótese (H4):

H4: A consciência de saúde influencia positivamente o consumo de alimentos orgânicos.

A consciência de saúde representa, portanto, uma orientação cognitiva voltada à prevenção de doenças e à promoção da qualidade de vida, levando os indivíduos a monitorarem continuamente seus comportamentos relacionados à saúde (Silva et al., 2018). Observa-se que os consumidores com elevados níveis de consciência de saúde tendem a buscar informações sobre alimentação, composição nutricional dos alimentos e práticas capazes de reduzir riscos à saúde, tornando-se mais criteriosos em suas escolhas alimentares (Aşkan et al., 2026). Estudos recentes também destacam a importância da consciência de saúde na orientação de comportamentos relacionados à alimentação e à adoção de estilos de vida mais saudáveis (Tang et al., 2026).

Nesse contexto, a consciência de saúde não se limita à preocupação com o estado de saúde, mas também influencia comportamentos cotidianos compatíveis com um estilo de vida saudável. Estudos indicam que consumidores mais conscientes evitam ingredientes considerados prejudiciais e demonstram maior preocupação com a qualidade dos alimentos consumidos (Silva et al., 2018). Dessa forma, a consciência de saúde funciona como um importante antecedente de hábitos alimentares saudáveis, transformando preocupações cognitivas em comportamentos concretos. Essa transformação ocorre à medida que a preocupação com a saúde passa a orientar escolhas alimentares recorrentes, favorecendo padrões de consumo mais consistentes com a manutenção da saúde e da qualidade de vida (Aşkan et al., 2026).

Evidências da literatura demonstram que indivíduos que mantêm hábitos alimentares saudáveis, caracterizados pelo maior consumo de frutas, de hortaliças e de outros alimentos de elevada qualidade nutricional, apresentam menor risco de desenvolvimento de diversas doenças crônicas, maior longevidade, melhor desempenho cardiovascular e menores níveis de pressão arterial (Oyebode et al., 2014). Algumas pesquisas atuais reforçam a importância de

práticas alimentares e escolhas cotidianas na formação de padrões de alimentação saudável, evidenciando que esses comportamentos constituem elementos relevantes para a promoção da saúde (Kim & Choi, 2023; Song et al., 2023). Em síntese, esses benefícios reforçam a tendência de consumidores conscientes adotarem padrões alimentares mais saudáveis – por exemplo, estratégia de prevenção e promoção da qualidade de vida –, bem como observarem a importância da consciência de saúde (Tang et al., 2026).

Assim, espera-se que indivíduos com maior consciência de saúde apresentem hábitos alimentares mais saudáveis, uma vez que sua preocupação com a preservação da saúde pode orientar escolhas alimentares mais equilibradas e consistentes ao longo do tempo. Portanto, propõe-se a quinta hipótese (H5):

H5: A consciência de saúde influencia positivamente os hábitos alimentares saudáveis.

Hábitos Alimentares Saudáveis

Os hábitos alimentares saudáveis representam padrões relativamente estáveis de consumo, orientados pela promoção da saúde, pela prevenção de doenças e pela manutenção da qualidade de vida. Esses hábitos refletem escolhas frequentes por alimentos de elevada qualidade nutricional, como frutas, hortaliças e alimentos minimamente processados, em detrimento de produtos ultraprocessados ou com menor valor nutricional (Martinelli & Cavalli, 2019). Há estudos recentes que enfatizam a importância das práticas alimentares e das escolhas cotidianas na consolidação de padrões de alimentação saudável (Kim & Choi, 2023; Song et al., 2023).

As escolhas alimentares são influenciadas por diferentes fatores individuais, sociais e culturais, mas consumidores que adotam hábitos alimentares saudáveis tendem a priorizar alimentos percebidos como naturais, seguros e benéficos à saúde (Lazzarini et al., 2018). Além disso, mudanças nos padrões alimentares, como a redução do consumo de carne vermelha e a adoção de dietas mais equilibradas, têm sido associadas à melhoria da disposição física e da percepção de saúde, ainda que essas mudanças exijam adaptações no comportamento alimentar (Thurecht & Pelly, 2020).

Nesse contexto, os alimentos orgânicos apresentam características alinhadas ao perfil de indivíduos que mantêm hábitos alimentares saudáveis, pois são produtos naturais, produzidos com menor utilização de insumos químicos e relativos à promoção da saúde (Fauzi et al., 2025). Algumas pesquisas recentes sobre o consumo de alimentos orgânicos também indicam a importância de considerar características individuais e comportamentais dos consumidores na compreensão desse fenômeno (Pinto et al., 2026).

Ademais, consumidores que já incorporam práticas alimentares saudáveis tendem a apresentar maior predisposição para incluir alimentos orgânicos em sua rotina de consumo, uma vez que esses produtos são coerentes com seu estilo de vida e com seus objetivos de bem-estar (Kim & Choi, 2023). Dessa forma, espera-se que indivíduos com hábitos alimentares saudáveis apresentem maior propensão ao consumo de alimentos orgânicos. Assim, propõe-se a sexta hipótese (H6):

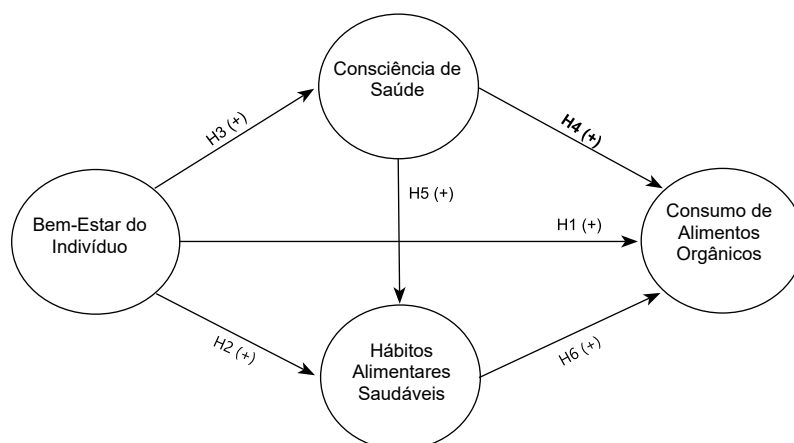
H6: Os hábitos alimentares saudáveis influenciam positivamente o consumo de alimentos orgânicos.

Modelo Teórico

A proposição do modelo teórico na Figura 1 foi elaborado com o propósito de ilustrar e sintetizar as relações teóricas propostas nesta investigação, responsáveis pela formulação das hipóteses.

Figura 1

Proposição do modelo teórico



Nota: Elaborado pelos autores (2026).

Método e Procedimentos da Pesquisa

A presente pesquisa foi desenvolvida a partir de uma abordagem quantitativa, de natureza descritiva. Nesse sentido, foi desenvolvida com o objetivo de testar empiricamente as relações propostas no modelo teórico por meio da Modelagem de Equações Estruturais (MEE). A abordagem quantitativa mostra-se adequada para pesquisas que buscam examinar relações entre construtos latentes e testar hipóteses previamente estabelecidas, permitindo maior rigor na análise dos dados e na validação do modelo proposto (Cooper & Schindler, 2016).

A população-alvo da pesquisa foi composta por consumidores brasileiros com idade igual ou superior a 18 anos, considerados aptos a realizar decisões autônomas de compra e, potencialmente, consumidores de alimentos orgânicos. A amostra foi obtida por meio de uma técnica de amostragem não probabilística por conveniência, uma vez que não foi possível garantir igual probabilidade de participação para todos os elementos da população (Malhotra, 2019). Para ampliar o alcance dos respondentes, utilizou-se a técnica *snowball* (bola de neve), na qual os participantes iniciais compartilharam o questionário com outros potenciais respondentes, favorecendo a expansão da amostra.

O tamanho mínimo da amostra foi definido conforme a recomendação de Hair et al. (2015), que sugerem a utilização de, no mínimo, cinco a dez respondentes para cada indicador observado no instrumento de coleta de dados. O questionário foi composto por 35 itens e, tendo isso em vista, adotou-se o critério mais conservador, correspondente a dez respondentes por indicador, estabelecendo-se uma amostra mínima de 350 participantes.

Antes da coleta, foi realizado um pré-teste com 20 respondentes, com o objetivo de avaliar a compreensão, a sequência e a adequação das questões que compuseram o instrumento de pesquisa. Com base nas observações obtidas, foram realizados pequenos ajustes de redação e correções ortográficas, para o refinamento do questionário antes de sua aplicação junto à amostra final (Malhotra, 2019).

A coleta de dados foi finalizada com 449 questionários respondidos. Inicialmente, foram excluídos os 20 questionários utilizados na etapa de pré-teste. Além disso, no questionário, foi inserida uma questão-filtro de atenção, com o intuito de verificar se os participantes estavam respondendo ao instrumento de forma atenta e consistente. A questão-filtro (*essa questão é checar sua atenção, se você está respondendo corretamente, marque o item*) foi posicionada entre os itens do instrumento de mensuração, sem identificação prévia de sua finalidade como mecanismo de controle, de modo a verificar a atenção dos participantes durante o preenchimento. Foram considerados válidos, para fins de análise, apenas os questionários nos quais o participante respondeu corretamente à questão-filtro.

É importante destacar que 27 questionários foram excluídos por apresentarem resposta incompatível com a instrução estabelecida na questão de atenção. Dessa forma, a amostra final foi composta por 402 questionários válidos ($n = 402$), número superior ao número mínimo recomendado para a realização das análises estatísticas propostas.

Os dados foram coletados por meio de um *survey* eletrônico estruturado, aplicado em corte transversal, caracterizado pela obtenção das informações em um único momento no tempo (Malhotra, 2019). A coleta foi realizada durante o mês de novembro de 2023, e o questionário foi disponibilizado em formato eletrônico e divulgado por meio do correio eletrônico e das redes sociais, incluindo *WhatsApp*, *Facebook* e *Instagram*.

O instrumento de coleta foi elaborado a partir de escalas validadas na literatura internacional. O construto Consumo de Alimentos Orgânicos foi mensurado com base na escala desenvolvida por Ueasangkomsate e Santiteerakul (2016). O construto Bem-Estar do Indivíduo, por sua vez, foi adaptado da escala proposta por Longo et al. (2018). Para mensurar a Consciência de Saúde, utilizou-se a escala original de Gould (1988). Por fim, os Hábitos Alimentares Saudáveis foram mensurados mediante adaptação da escala desenvolvida por Guertin et al. (2020). O Apêndice A apresenta uma visualização sintetizada do instrumento de coleta de dados.

Todos os itens foram mensurados por meio de escala *Likert* de sete pontos, variando de 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente). A utilização dessa escala possibilita captar diferentes níveis de concordância dos respondentes em relação às afirmações apresentadas, sendo amplamente empregada em pesquisas sobre comportamento do consumidor e ciências sociais aplicadas (Hair et al., 2015).

Os dados foram analisados utilizando os *softwares* SPSS e AMOS. Inicialmente, foram realizadas análises descritivas da amostra, seguidas da avaliação da confiabilidade e da validade do modelo de mensuração. A confiabilidade interna dos construtos foi avaliada por meio do *Alfa de Cronbach* (α) e da *Confiabilidade Composta* (CC), adotando-se, como critério, valores iguais ou superiores a 0,70 (Hair et al., 2015). A validade convergente foi verificada por meio da Variância Média Extraída (Average Variance Extracted – AVE), considerando-se valores superiores a 0,50, enquanto a validade discriminante foi analisada pelos critérios de Fornell-Larcker e da razão Heterotrait-Monotrait (HTMT), conforme recomendações recentes da literatura.

Para testar o modelo teórico e as hipóteses da pesquisa, empregou-se a Modelagem de Equações Estruturais (MEE) baseada em covariância. Essa técnica permite avaliar, simultaneamente, o modelo de mensuração e o modelo estrutural, possibilitando examinar as relações causais entre os construtos latentes, bem como estimar os coeficientes padronizados das relações hipotetizadas (Hair et al., 2015; Ribas & Vieira, 2011). A princípio, foi estimado o modelo de mensuração, responsável por avaliar a confiabilidade e a validade das escalas. Em seguida, procedeu-se à estimativa do modelo estrutural, por meio do qual foram testadas as hipóteses propostas na pesquisa, considerando os coeficientes padronizados (β), os valores críticos (Critical Ratio – C.R.) e os respectivos níveis de significância estatística ($p < 0,05$).

Por fim, durante todas as etapas da pesquisa, foram assegurados o anonimato dos participantes, a confidencialidade das informações e a participação voluntária dos respondentes. Os dados foram utilizados exclusivamente para fins acadêmicos e científicos.

Apresentação dos Resultados

Perfil dos Respondentes

Na caracterização do perfil demográfico da amostra, foram coletadas informações referentes ao sexo, ao estado civil, ao nível de escolaridade, à região de residência, à idade, à renda familiar mensal e ao número de pessoas residentes no mesmo domicílio. Para essa etapa, realizou-se uma análise descritiva, por meio das frequências (*f*) e porcentagens (%).

Os resultados indicam a predominância de participantes do sexo feminino, correspondendo a 70,4% da amostra. Em relação ao estado civil, observou-se que a maioria dos respondentes era solteira (61,7%). Quanto ao nível de escolaridade, verificou-se que 47,5% dos respondentes possuíam pós-graduação (Especialização/MBA, Mestrado e/ou Doutorado), evidenciando um elevado nível de formação acadêmica na amostra. No que se refere à distribuição geográfica, constatou-se que 86,1% dos respondentes residiam na Região Nordeste do Brasil, conforme apresentado na Tabela 1.

Tabela 1

*Perfil demográfico da amostra baseado em frequências (*f*) e porcentagens (%)*

Variáveis	Itens	<i>f</i>	%
Sexo	Feminino	283	70,4
	Masculino	119	29,6
Estado civil	Solteiro(a)	248	61,7
	Casado(a)/União estável	136	33,8
	Divorciado(a)/Separado(a)	15	3,7
	Viúvo(a)	2	0,5
Escolaridade	Pós-Graduação (Especialização/ MBA, Mestrado e/ou Doutorado)	191	47,5
	Ensino Superior (Graduação/ Licenciatura e/ou Tecnólogo)	131	32,6
	Ensino Médio/Técnico	78	19,4
	Ensino Fundamental	2	0,5
Região brasileira de residência	Nordeste	346	86,1
	Sudeste	32	8,0
	Norte	16	4,0
	Centro-Oeste	7	1,7
	Sul	1	0,2

Nota: Elaborado pelos autores (2026).

Os resultados da pesquisa demonstram que a idade média dos respondentes foi de 30,52 anos, com Desvio Padrão (DP = 8,95), caracterizando uma amostra predominantemente composta por adultos jovens. A renda familiar mensal média foi de R\$ 5.832,32 (DP = R\$ 25.297,67), evidenciando elevada dispersão entre os participantes quanto ao nível de renda. Em relação ao tamanho dos domicílios, verificou-se uma média de 3,04 moradores por residência, com Desvio Padrão (DP = 1,36).

A partir desses valores, estimou-se uma renda familiar *per capita* média de R\$ 1.944,10, obtida por meio da razão entre a renda familiar mensal média e o número médio de moradores por domicílio. Esse indicador caracterizou, de forma complementar, o perfil socioeconômico da amostra investigada.

Análise do Modelo de Mensuração

Em relação à análise do modelo de mensuração, procedeu-se à avaliação da existência de *outliers* multivariados por meio da Distância de Mahalanobis (D^2). Os resultados não identificaram casos extremos que comprometessem a qualidade da base de dados, razão pela qual nenhum questionário precisou ser excluído dessa etapa da análise.

Na sequência, realizou-se a Análise Fatorial Confirmatória (AFC) do modelo de mensuração com o objetivo de avaliar a qualidade das escalas e os índices de ajuste do modelo, conforme as recomendações de Marôco (2014). Os resultados iniciais indicaram a necessidade de reespecificação do modelo, em virtude da presença de indicadores com baixas cargas fatoriais. Assim, em atenção à otimização do ajuste global do modelo e ao aumento da qualidade psicométrica das escalas, foram excluídos o item CAO04 do construto Consumo de Alimentos Orgânicos (CAO) e os itens HAS01, HAS06, HAS08, HAS09 e HAS10 do construto Hábitos Alimentares Saudáveis (HAS). Os construtos Bem-Estar do Indivíduo (BEI) e Consciência de Saúde (CS) mantiveram todos os seus indicadores originais, uma vez que apresentaram cargas fatoriais satisfatórias.

Após a análise do modelo de mensuração, avaliaram-se a confiabilidade e a validade convergente dos construtos por meio do *Alfa de Cronbach* (α), da Confiabilidade Composta (CC) e da Variância Média Extraída (Average Variance Extracted – AVE). Conforme Hair et al. (2015), quando o *Alfa de Cronbach* apresenta valores iguais ou superiores a 0,70, e a Confiabilidade Composta, valores iguais ou superiores a 0,60, ocorre uma adequada consistência interna das escalas, enquanto valores de AVE superiores a 0,50 evidenciam uma validade convergente (Marôco, 2014).

Todos os construtos apresentaram valores de *Alfa de Cronbach* acima de 0,70 e Confiabilidade Composta superior a 0,60, confirmando elevada consistência interna dos indicadores. Da mesma forma, os valores da AVE atenderam aos critérios estabelecidos na literatura, de modo a constatar que os indicadores explicam satisfatoriamente a variância de seus respectivos construtos e, conseqüentemente, adequada validade convergente do modelo de mensuração.

Adicionalmente, foram calculadas as estatísticas descritivas das variáveis, incluindo média e Desvio Padrão (DP), considerando a escala *Likert* de sete pontos utilizada no instrumento de pesquisa, em que 1 corresponde a (discordo totalmente) e 7 a (concordo totalmente). Além dos critérios de Fornell e Larcker (1981), a validade discriminante foi avaliada por meio da razão Heterotrait-Monotrait (HTMT), considerada, atualmente, uma das medidas mais robustas para esse propósito (Henseler et al., 2015). Os resultados demonstraram que todos os valores de HTMT permaneceram inferiores ao limite recomendado de 0,85, conforme o critério adotado, apontando adequada distinção entre os construtos do modelo.

Os resultados evidenciaram médias superiores a 5 (cinco) pontos para todos os construtos, indicando tendência de concordância dos respondentes em relação às assertivas propostas, conforme apresentado na Tabela 2.

Tabela 2

Estatística descritiva, confiabilidade e validade

Variáveis	Média	D.P	α	CC	AVE
Consumo de Alimentos Orgânicos (CAO)	5,921	1,024	0,880	0,888	0,534
Bem-estar do Indivíduo (BEI)	5,534	1,286	0,941	0,943	0,674
Consciência de Saúde (CS)	5,619	1,174	0,932	0,932	0,607
Hábitos Alimentares Saudáveis (HAS)	5,083	1,338	0,801	0,803	0,451

Nota: D.P (Desvio Padrão); CC (Confiabilidade Composta); AVE (Variância Extraída Média); α = *Cronbach*. Elaborado pelos autores (2026).

A validade do modelo de mensuração foi avaliada por meio das evidências de três validades: fatorial, convergente e discriminante, conforme as recomendações de Kline (2011). Inicialmente, analisou-se a validade fatorial por meio das cargas fatoriais padronizadas dos indicadores. Todos os itens remanescentes apresentaram coeficientes padronizados superiores a 0,50, atendendo ao limite mínimo recomendado pela literatura e confirmando a representatividade dos indicadores em seus construtos (Lira & Costa, 2022).

Em seguida, procedeu-se à avaliação da validade convergente por meio da Variância Média Extraída (AVE). De acordo com Hair et al. (2015) e Kline (2011), valores de AVE iguais ou superiores a 0,50 apontam que o construto explica mais da metade da variância de seus indicadores.

A validade discriminante foi avaliada, de início, por meio do critério de Fornell e Larcker (1981). Para eles, a Variância Média Extraída (AVE) de cada construto deve ser superior à variância compartilhada com os demais construtos do modelo. Esse critério busca assegurar que cada construto represente um conceito distinto, apresentando maior variância explicada por seus próprios indicadores do que pelas correlações estabelecidas com outros construtos.

Os construtos Consumo de Alimentos Orgânicos (CAO), Bem-Estar do Indivíduo (BEI) e Consciência de Saúde (CS) atenderam plenamente a esse critério. O construto Hábitos Alimentares Saudáveis (HAS) apresentou AVE de 0,451, valor ligeiramente inferior ao recomendado. Entretanto, considerando que esse construto apresentou adequada Confiabilidade Composta e consistência interna, optou-se por mantê-lo no modelo, uma vez que valores de AVE próximos ao limite de 0,50 podem ser considerados aceitáveis quando os demais indicadores de confiabilidade são satisfatórios (Fornell & Larcker, 1981; Hair et al., 2015). Dessa forma, conclui-se que a validade convergente do modelo foi considerada adequada.

Conforme apresentado na Tabela 3, a maior parte dos construtos atendeu ao critério proposto por Fornell e Larcker (1981). Entretanto, observou-se uma pequena sobreposição entre os construtos Consumo de Alimentos Orgânicos (CAO) e Bem-Estar do Indivíduo (BEI), visto que a variância compartilhada entre ambos foi ligeiramente superior à AVE do construto CAO. Embora essa diferença tenha sido reduzida, esse resultado sugere uma possível limitação da validade discriminante, quando analisada exclusivamente por esse critério.

Tabela 3

Correlações, variância compartilhada e AVE

Variáveis	CAO	BEI	CS	HAS
Consumo de Alimentos Orgânicos (CAO)	0,534	0,602	0,131	0,267
Bem-Estar do Indivíduo (BEI)	0,776	0,674	0,097	0,171
Consciência de Saúde (CS)	0,363	0,313	0,607	0,434
Hábitos Alimentares Saudáveis (HAS)	0,517	0,414	0,659	0,451

Nota: Os valores das AVEs estão na diagonal da tabela (**em negrito**), os valores abaixo da diagonal são as correlações e os acima são as variâncias compartilhadas (correlações ao quadrado). Elaborado pelos autores (2026).

Ademais, foi realizada a avaliação da validade discriminante por meio do critério HTMT, conforme proposto por Henseler et al. (2015). De acordo com a Tabela 4, os valores obtidos para as relações entre os construtos variaram entre 0,38 e 0,81, permanecendo abaixo do limite de 0,85 adotado como critério mais conservador. Dessa forma, os resultados do HTMT fornecem evidências favoráveis à validade discriminante entre os construtos analisados, apesar da limitação identificada anteriormente pelo critério de Fornell e Larcker (1981).

Tabela 4

Validade discriminante por meio da razão Heterotrait-Monotrait (HTMT).

Variáveis	CAO	BEI	CS	HAS
Consumo de Alimentos Orgânicos (CAO)	–	–	–	–
Bem-Estar do Indivíduo (BEI)	0,81	–	–	–
Consciência de Saúde (CS)	0,43	0,38	–	–
Hábitos Alimentares Saudáveis (HAS)	0,65	0,58	0,79	–

Nota: CAO = Consumo de Alimentos Orgânicos; BEI = Bem-Estar do Indivíduo; CS = Consciência de Saúde; HAS = Hábitos Alimentares Saudáveis. Elaborado pelos autores (2026).

Os resultados do teste HTMT demonstraram que todas as relações permaneceram abaixo do limite recomendado de 0,85, indicando adequada distinção entre os construtos do modelo e corroborando a validade discriminante da escala.

Análise do Modelo Estrutural

Após a validação do modelo de mensuração, procedeu-se à segunda etapa da Modelagem de Equações Estruturais (MEE), correspondente à avaliação do modelo estrutural, cujo objetivo consiste em analisar as relações causais entre os construtos propostos no modelo teórico. Para essa etapa, os índices globais de ajuste foram recalculados, obtendo-se os seguintes resultados: χ^2/gl (649,671/340) = 1,911 ($p = 0,001$), GFI = 0,902, IFI = 0,962, TLI = 0,955, CFI = 0,962, NFI = 0,924, PCFI = 0,806, RMSEA = 0,048 e PCLOSE = 0,752. Assim, observa-se que esses indicadores evidenciam adequado ajuste do modelo, uma vez que atendem aos limites recomendados na literatura (Hair et al., 2015), demonstrando que a estrutura teórica proposta representa satisfatoriamente as relações observadas na amostra.

Na sequência, o modelo estrutural foi avaliado por meio dos coeficientes padronizados de regressão (β), dos erros padrão (S.E.), da razão crítica (R.C.) e dos valores de significância (p -value). Nesse contexto, a Tabela 5 apresenta os coeficientes padronizados de regressão (β), os erros padrão (S.E.), a razão crítica (R.C.) e os valores de significância (p -value). O coeficiente padronizado de regressão (β) representa a intensidade e a direção da relação entre os construtos. O erro padrão (S.E.) expressa a precisão da estimativa de cada coeficiente, enquanto a razão crítica (R.C.) corresponde à razão entre a estimativa do parâmetro e o seu erro padrão, sendo utilizada para testar sua significância estatística. Por fim, o p -value indica se a relação estimada é estatisticamente significativa.

Os resultados demonstraram que quatro das seis hipóteses foram suportadas, pois apresentaram valores de p -value menor que 0,05. Especificamente, foram confirmadas as hipóteses H1, H2, H5 e H6, denotando relações estatisticamente significativas entre os construtos investigados. Por outro lado, as hipóteses H3 e H4 não apresentaram

significância estatística ($p > 0,05$), não sendo, portanto, suportadas pelos dados da pesquisa. Em síntese, esses resultados evidenciam que nem todos os antecedentes propostos exercem influência direta sobre o consumo de alimentos orgânicos, reforçando a importância de analisar não apenas a significância estatística das relações, mas também sua magnitude e as implicações teóricas, conforme observado na Tabela 5.

Tabela 5

Testes das hipóteses da pesquisa

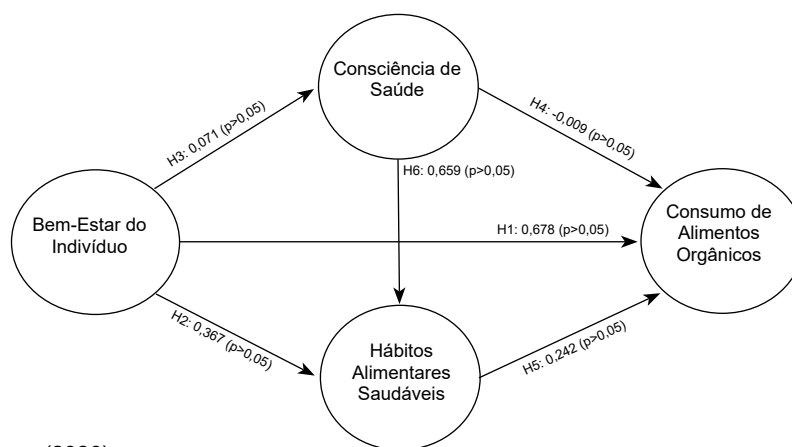
Hipóteses	Coefficiente padronizado	Coefficiente não padronizado	S.E.	R.C.	p	Status
H1 (+): BEI --> CAO	0,678	0,546	0,046	11,832	0,001	Suportada
H2 (+): BEI --> HAS	0,367	0,292	0,063	4,627	0,001	Suportada
H3 (+): BEI --> CS	0,071	0,055	0,056	0,982	0,326	Não suportada
H4 (+): CS --> CAO	-0,009	-0,006	0,033	-0,173	0,863	Não suportada
H5 (+): CS --> HAS	0,659	0,647	0,055	11,853	0,001	Suportada
H6 (+): HAS --> CAO	0,242	0,155	0,039	3,968	0,001	Suportada

Nota: β = coeficiente padronizado de regressão; S.E. (Erro Padrão); R.C. (Rácio Crítico); p -value < 0,05. Elaborado pelos autores (2026).

No intuito de facilitar a visualização das relações analisadas entre os construtos, bem como das hipóteses e dos respectivos coeficientes padronizados e níveis de significância (p) obtidos, a Figura 2 apresenta o modelo teórico testado. As setas contínuas representam relações estatisticamente significativas entre os construtos, enquanto as setas tracejadas representam relações não significativas, ou seja, aquelas cujos coeficientes não apresentaram significância estatística ao nível de 5% ($p > 0,05$). Os valores apresentados nas setas correspondem aos coeficientes padronizados de regressão (β) estimados para cada relação.

Figura 2

Modelo teórico com os coeficientes padronizados e as hipóteses testadas



Nota: Elaborado pelos autores (2026).

Discussão dos Resultados

Os resultados desta pesquisa evidenciaram que a **hipótese H1** foi suportada ($\beta = 0,678$; $p < 0,05$), demonstrando que o bem-estar do indivíduo exerce influência positiva sobre o consumo de alimentos orgânicos. Entre todas as relações analisadas no modelo, essa foi a que apresentou o maior coeficiente padronizado (0,678), indicando que o bem-estar constitui o principal antecedente do consumo de alimentos orgânicos nesta investigação.

Esse resultado sugere que a decisão de consumir alimentos orgânicos não está relacionada exclusivamente à percepção de atributos nutricionais ou funcionais dos produtos, mas também à forma como os consumidores relacionam suas escolhas alimentares à busca pela qualidade de vida, pela satisfação pessoal e pela manutenção do bem-estar (Pinto et al., 2026). Sob essa perspectiva, consumidores que percebem maior bem-estar tendem a adotar comportamentos alimentares coerentes com um estilo de vida saudável, percebendo os alimentos orgânicos como um componente do autocuidado e da manutenção de um estilo de vida saudável (Pinheiro et al., 2023).

O achado converge com Rana e Paul (2017), que destacam o bem-estar como um importante fator motivador para o consumo de alimentos orgânicos. Esse resultado se mostra particularmente relevante diante de evidências recentes que relacionam o consumo de alimentos orgânicos às dimensões do bem-estar, demonstrando que esse comportamento pode estar associado tanto à busca por experiências positivas quanto à percepção de realização e

de propósito vinculadas às escolhas de consumo (Fauzi et al., 2025). Além disso, conforme evidências recentes que relacionam o consumo de alimentos orgânicos às dimensões bem-estar, esse comportamento pode estar associado não apenas à preocupação com a saúde, mas também à busca por um estilo de vida saudável (Issock et al., 2023).

Os resultados também confirmaram a **hipótese H2** ($\beta = 0,367$; $p < 0,05$), indicando que o bem-estar do indivíduo influencia positivamente os hábitos alimentares saudáveis. Esse achado demonstra que indivíduos que apresentam maior percepção de bem-estar tendem a desenvolver práticas alimentares mais saudáveis, reforçando a ideia de que o autocuidado constitui um importante direcionador das escolhas alimentares (Gauci et al., 2025).

Esse resultado corrobora Apaolaza et al. (2018), que notaram uma forte associação entre bem-estar e alimentação saudável. Além de confirmar essa relação, o presente estudo evidencia que o bem-estar pode funcionar como um elemento propulsor de hábitos alimentares saudáveis, denotando que a preocupação com a qualidade de vida se traduz em comportamentos alimentares concretos.

Em relação à **hipótese H3**, os resultados não confirmaram a influência do bem-estar do indivíduo sobre a consciência de saúde ($\beta = 0,071$; $p > 0,05$). Esse resultado sinaliza que, embora consumidores com maior percepção de bem-estar adotem hábitos alimentares mais saudáveis e consumam mais alimentos orgânicos, esse estado de bem-estar não implica, necessariamente, maior consciência sobre questões relacionadas à saúde (Issock et al., 2023).

Uma possível explicação para esse resultado é a de que o bem-estar pode estar associado a aspectos subjetivos, como satisfação com a vida e equilíbrio emocional, enquanto a consciência de saúde representa uma orientação cognitiva voltada ao monitoramento e à prevenção de problemas de saúde (Gauci et al., 2025). Dessa forma, indivíduos podem sentir-se satisfeitos com sua qualidade de vida sem necessariamente desenvolver maior preocupação consciente com sua saúde (Aşkan et al., 2026).

O resultado acima corrobora Apaolaza et al. (2018), que observaram uma forte associação entre bem-estar e alimentação saudável. Resultados mais recentes também relacionam o consumo de alimentos orgânicos a dimensões do bem-estar, reforçando a conexão entre escolhas alimentares e diferentes formas de bem-estar (Issock et al., 2023). Além de confirmar essa relação, o presente estudo evidencia que o bem-estar pode funcionar como um elemento propulsor de hábitos alimentares saudáveis, mostrando que a preocupação com a qualidade de vida se traduz em comportamentos alimentares concretos.

A **hipótese H4** também não foi suportada ($\beta = -0,009$; $p > 0,05$), indicando que a consciência de saúde não exerce influência direta sobre o consumo de alimentos orgânicos. Os resultados sugerem que a consciência de saúde, isoladamente, pode não ser suficiente para explicar a decisão de consumir alimentos orgânicos. Essa interpretação é consistente com estudos recentes, os quais demonstram que o consumo de alimentos orgânicos é um comportamento multidimensional, influenciado por diferentes antecedentes e motivações do consumidor (Pinto et al., 2026; Squalli, 2025). Dessa forma, consumidores conscientes da importância da saúde podem optar por diferentes estratégias para manter uma alimentação saudável sem, necessariamente, priorizar alimentos orgânicos.

Embora esse resultado divirja dos achados de Basha e Lal (2019), Paul e Rana (2012), Ueasangkomsate e Santiteerakul (2016) e Yadav e Pathak (2016), está alinhado às evidências encontradas por Michaelidou e Hassan (2008) e Pino et al., (2012), que também não identificaram influência significativa da consciência de saúde sobre o consumo de alimentos orgânicos. A literatura recente também reitera a necessidade de considerar diferentes antecedentes e mecanismos explicativos para compreender o consumo de alimentos orgânicos, evitando atribuir esse comportamento exclusivamente a motivações relacionadas à saúde (Fauzi et al., 2025; Pinto et al., 2026). Esses resultados reforçam, assim, que a relação entre esses construtos permanece inconclusiva na literatura, apontando a necessidade de investigar variáveis mediadoras ou moderadoras capazes de explicar esse comportamento.

Os resultados confirmaram a **hipótese H5** ($\beta = 0,659$; $p < 0,05$), demonstrando que a consciência de saúde exerce forte influência sobre os hábitos alimentares saudáveis. Trata-se da segunda relação mais intensa observada no modelo, evidenciando que a preocupação com a saúde constitui um importante antecedente da adoção de comportamentos alimentares saudáveis. Esse resultado sugere que indivíduos que monitoram sua saúde e valorizam práticas preventivas tendem a incorporar escolhas alimentares mais equilibradas em seu cotidiano (Song et al., 2023). Desse modo, a consciência de saúde atua como um mecanismo cognitivo que orienta decisões relacionadas à alimentação, contribuindo para a formação de hábitos compatíveis com um estilo de vida saudável (Gauci et al., 2025).

Os achados corroboram os estudos de Guertin et al. (2020) e Prentice et al. (2019). Eles relatam que indivíduos com maior consciência sobre sua saúde tendem a desenvolver comportamentos alimentares mais saudáveis, evidência que também encontra respaldo em estudos recentes que relacionam aspectos psicossociais e de saúde às práticas alimentares saudáveis (Gauci et al., 2025).

Por fim, a **hipótese H6** foi suportada ($\beta = 0,242$; $p < 0,05$), indicando que os hábitos alimentares saudáveis influenciam positivamente o consumo de alimentos orgânicos. Segundo esse resultado, consumidores que mantêm padrões alimentares mais saudáveis apresentam maior propensão para incorporar alimentos orgânicos em sua alimentação cotidiana (Kim & Choi, 2023), o que reforça a compreensão de que o consumo de alimentos orgânicos faz parte de um conjunto mais amplo de comportamentos voltados à promoção da saúde, não constituindo uma decisão isolada (Song et al., 2023). Em outras palavras, consumidores que já adotam hábitos alimentares saudáveis tendem a perceber os alimentos orgânicos como uma extensão natural desse estilo de vida.

Os resultados corroboram Guertin et al. (2018), que identificaram uma associação positiva entre hábitos alimentares saudáveis e intenção de compra de alimentos orgânicos. Essa perspectiva também é compatível com novos estudos que analisam o consumo de alimentos orgânicos a partir de diferentes antecedentes e características dos consumidores, reforçando a natureza multidimensional desse comportamento (Fauzi et al., 2025; Pinto et al., 2026). Entretanto, a presente pesquisa amplia essa discussão, ao demonstrar que os hábitos alimentares saudáveis constituem um antecedente direto do consumo de alimentos orgânicos, enfatizando seu papel na explicação desse comportamento de consumo.

Conclusão

Este estudo teve como objetivo investigar a influência do bem-estar do indivíduo, da consciência de saúde e dos hábitos alimentares saudáveis sobre o consumo de alimentos orgânicos. Para isso, foi proposto e testado um modelo teórico que integrou esses construtos, buscando ampliar a compreensão dos fatores individuais que influenciam esse comportamento de consumo. Diferentemente de estudos que analisam esses antecedentes de forma isolada, esta pesquisa propôs uma abordagem integrada, demonstrando como aspectos relacionados ao bem-estar, à saúde e aos hábitos alimentares se articulam na explicação do consumo de alimentos orgânicos.

Os resultados evidenciaram que o bem-estar do indivíduo constitui o principal antecedente do consumo de alimentos orgânicos, apresentando uma maior intensidade de influência entre as relações investigadas. Esse achado ressaltou que a decisão de consumir alimentos orgânicos transcende aspectos estritamente nutricionais ou funcionais, estando relacionada à busca pela qualidade de vida, pela satisfação pessoal e pela manutenção do bem-estar. Nessa perspectiva, o consumo de alimentos orgânicos pode ser compreendido como parte de um estilo de vida orientado ao autocuidado e à promoção da saúde, dessa forma, consumidores que valorizam o bem-estar próprio tendem a incorporar esses produtos em sua rotina alimentar.

Além disso, verificou-se que o bem-estar do indivíduo exerce influência positiva sobre os hábitos alimentares saudáveis, assim, indivíduos com maior percepção de qualidade de vida tendem a desenvolver comportamentos alimentares mais adequados. Esse resultado sugere que o bem-estar não apenas influencia diretamente o consumo de alimentos orgânicos, mas também favorece práticas alimentares compatíveis com um estilo de vida saudável.

Os resultados também demonstraram que a consciência de saúde influencia positivamente os hábitos alimentares saudáveis. Esse achado evidencia que a preocupação com a saúde funciona como um antecedente cognitivo importante na formação de comportamentos alimentares, indicando que indivíduos mais conscientes acerca da importância da saúde inclinam-se a transformar essa preocupação em escolhas alimentares mais saudáveis. Desse modo, a consciência de saúde mostrou-se relevante para explicar mudanças comportamentais relacionadas à alimentação, mesmo não exercendo influência direta sobre o consumo de alimentos orgânicos.

Em contrapartida, duas relações propostas no modelo não foram confirmadas. O bem-estar do indivíduo não apresentou influência significativa sobre a consciência de saúde, sugerindo que a percepção de bem-estar não implica, necessariamente, maior atenção ou preocupação consciente com aspectos relacionados à saúde. Da mesma forma, a consciência de saúde não influenciou diretamente o consumo de alimentos orgânicos, resultado que diverge de parte da literatura. Esse achado sugere que a simples preocupação com a saúde pode não ser suficiente para motivar a aquisição de alimentos orgânicos e que outros fatores – como preço, disponibilidade dos produtos, confiança na certificação, qualidade percebida e preocupações ambientais –, podem exercer papel mais relevante nessa decisão de compra.

Do ponto de vista teórico, esta pesquisa contribui para o avanço da literatura, visto que propõe testar um modelo integrado, que inclui bem-estar do indivíduo, consciência de saúde, hábitos alimentares saudáveis e consumo de alimentos orgânicos. Embora esses construtos já tenham sido investigados separadamente em estudos anteriores, sua análise conjunta permanece pouco explorada, especialmente no contexto brasileiro. Além disso, o estudo expande a compreensão acerca do papel do bem-estar como antecedente do consumo de alimentos orgânicos, evidenciando que fatores relacionados à qualidade de vida podem exercer influência superior àquela atribuída exclusivamente às preocupações cognitivas com a saúde. Os resultados também destacam que a consciência de saúde pode atuar de forma indireta sobre o consumo de alimentos orgânicos, por meio da adoção de hábitos alimentares saudáveis, abrindo novas possibilidades para o desenvolvimento de modelos teóricos mais abrangentes.

Sob a perspectiva gerencial, os resultados oferecem importantes contribuições para empresas do setor alimentício, produtores, varejistas e profissionais de marketing. Considerando que o bem-estar foi o principal antecedente identificado, estratégias de comunicação e posicionamento de produtos orgânicos podem enfatizar benefícios relacionados à qualidade de vida, ao equilíbrio físico e emocional e ao estilo de vida saudável, em vez de focarem exclusivamente em atributos nutricionais. Os resultados também podem subsidiar políticas públicas voltadas à promoção da alimentação saudável, incentivando ações que integrem educação alimentar, qualidade de vida e consumo consciente.

Apesar das contribuições apresentadas, o estudo possui limitações que devem ser consideradas na interpretação dos resultados. Primeiramente, a pesquisa adotou um delineamento transversal, impossibilitando relações de causalidade ao longo do tempo. Estudos longitudinais poderão verificar se as relações observadas permanecem estáveis diante

das mudanças no comportamento dos consumidores e da evolução do mercado de alimentos orgânicos. Além disso, a composição da amostra se concentrou na Região Nordeste do Brasil, o que limita a generalização dos resultados para outras regiões do país, cujas características econômicas, culturais e de acesso aos alimentos orgânicos podem diferir significativamente.

A consciência de saúde não apresentou influência direta sobre o consumo de alimentos orgânicos e, diante disso, pesquisas futuras poderão investigar mecanismos mediadores capazes de explicar essa relação. Outra limitação diz respeito ao construto Hábitos Alimentares Saudáveis (HAS). Durante a avaliação do modelo de mensuração, foi necessária a exclusão de cinco itens da escala originalmente utilizada, o que evidencia dificuldades de adequação do instrumento ao contexto e à forma de mensuração adotada nesta pesquisa. Além disso, a natureza dos itens da escala sugere que determinados comportamentos alimentares podem ser mais adequadamente capturados por medidas de frequência ou pela ocorrência do comportamento, em vez de, exclusivamente, por uma escala de concordância do tipo *Likert*. Dessa forma, a adequação da escala utilizada constitui uma limitação importante, uma vez que eventuais problemas de mensuração podem afetar a qualidade das relações estimadas entre os construtos.

Vale salientar que essas limitações não invalidam os resultados encontrados, mas revelam pontos que devem ser considerados na interpretação do modelo e oferecem oportunidades para o aprofundamento da investigação. Nesse sentido, os resultados obtidos identificaram lacunas de pesquisa diretamente relacionadas às dificuldades observadas na mensuração e às relações não confirmadas.

Outra possibilidade consiste em investigar, de forma aprofundada, a relação entre consciência de saúde e consumo de alimentos orgânicos. Como essa relação não apresentou significância direta no presente estudo, pesquisas futuras poderão testar modelos de mediação, nos quais a consciência de saúde influencia o consumo orgânico por meio de hábitos alimentares saudáveis. Essa possibilidade é particularmente relevante diante do resultado encontrado neste estudo, segundo o qual a consciência de saúde apresentou influência positiva sobre os hábitos alimentares saudáveis, enquanto esses hábitos, por sua vez, influenciaram positivamente o consumo de alimentos orgânicos.

Também se recomenda investigar possíveis variáveis mediadoras e moderadoras capazes de explicar por que a preocupação com a saúde não se converte necessariamente em consumo de alimentos orgânicos. Entre as possibilidades, estão a qualidade percebida, a confiança na certificação, a percepção de risco, o preço percebido, a disponibilidade dos produtos, a motivação para a saúde e a preocupação ambiental. A incorporação dessas variáveis poderá contribuir para identificar condições sob as quais a consciência de saúde se transforma efetivamente em um comportamento de consumo.

Por fim, recomenda-se a replicação desse modelo em diferentes contextos culturais e geográficos, tanto em outras regiões brasileiras quanto em outros países, de modo que se verifique a estabilidade das relações observadas e se amplie a compreensão dos fatores que influenciam o consumo de alimentos orgânicos em diferentes realidades. Estudos comparativos também poderão averiguar se a influência do bem-estar, da consciência de saúde e dos hábitos alimentares saudáveis varia de acordo com características sociodemográficas, nível de acesso aos produtos orgânicos, contexto econômico e estágio de desenvolvimento do mercado de alimentos orgânicos.

Portanto, espera-se que os resultados desta pesquisa contribuam para o fortalecimento da literatura sobre comportamento do consumidor e consumo de alimentos orgânicos. Nesse sentido, podem ser fornecidos subsídios teóricos e práticos para pesquisadores, organizações e formuladores de políticas públicas interessados na promoção de hábitos alimentares mais saudáveis e sustentáveis.

Referências

- Abbade, E. B., Oliveira, G. M. de, & Peters, G. C. (2021). Padrão de consumo alimentar e fatores de risco à saúde na população brasileira de 2008 a 2017. *DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde*, 16, e53260. <https://doi.org/10.12957/demetra.2021.53260>
- Apaolaza, V., Hartmann, P., D'Souza, C., & López, C. M. (2018). Eat organic–Feel good? The relationship between organic food consumption, health concern and subjective wellbeing. *Food quality and preference*, 63, 51-62. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2017.07.011>
- Ares, G., Giménez, A., Vidal, L., Zhou, Y., Krystallis, A., Tsalis, G., Symoneaux, R., Cunha, L. M., de Moura, A. P., Claret, A., Guerrero, L., Cardello, A. V., Wright, A., Jefferies, L., Lloyd, M., Oliveira, D., & Deliza, R. (2016). Do we all perceive food-related wellbeing in the same way? Results from an exploratory cross-cultural study. *Food Quality and Preference*, 52, 62–73. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2016.03.014>
- Aşkan, F., Sir, Ö., Şata, M., & Gülbaktı, R. (2026). Development and psychometric evaluation of a health awareness scale for adolescents. *Journal of Pediatric Nursing*, 90, 695-703. <https://doi.org/10.1016/j.pedn.2026.07.040>
- Basha, M. B., & Lal, D. (2019). Indian consumers' attitudes towards purchasing organically produced foods: An empirical study. *Journal of cleaner production*, 215, 99-111. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.12.098>

- Chan, E. K., Kwortnik, R., & Wansink, B. (2017). McHealthy: How marketing incentives influence healthy food choices. *Cornell Hospitality Quarterly*, 58(1), 6-22. <https://doi.org/10.1177/1938965516668403>
- Chekima, B., Chekima, K., & Chekima, K. (2019). Understanding factors underlying actual consumption of organic food: The moderating effect of future orientation. *Food quality and preference*, 74, 49-58. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2018.12.010>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2016). *Métodos de pesquisa em administração* (12ª ed.). McGraw-Hill Brasil.
- Corazza, I., Pennucci, F., & De Rosis, S. (2021). Promoting healthy eating habits among youth according to their preferences: Indications from a discrete choice experiment in Tuscany. *Health Policy*, 125(7), 947-955. <https://doi.org/10.1016/j.healthpol.2021.03.014>
- Costa, M. F. da, Santos, L. L., & Angelo, C. F. de. (2020). Corporate social and environmental responsibility: Do consumers perceive it as being an organizational value? *Gestão & Produção*, 27(4), e4688. <https://doi.org/10.1590/0104-530X4688-20>
- Dias, V. da V., Schultz, G., Schuster, M. da S., Talamini, E., & Révillion, J. P. (2015). O mercado de alimentos orgânicos: Um panorama quantitativo e qualitativo das publicações internacionais. *Ambiente & Sociedade*, 18(1), 155-174. <https://doi.org/10.1590/1809-4422ASOC841V1812015en>
- Duong, C. D., Tran, T. V. H., Nguyen, T. H., Ngo, T. V. N., & Vu, T. N. (2024). Blockchain-based food traceability system and pro-environmental consumption: A moderated mediation model of technology anxiety and trust in organic food product. *Digital Business*, 4(2), 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2024.100095>
- Fauzi, M. A., Hasan, M. N., Zulkepli, L., & Karuppiyah, K. (2025). Organic food consumption and the theory of planned behaviour: Science mapping of present and future trends. *British Food Journal*, 127(8), 2741-2758. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2024-0931>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Gauci, S., Chaseling, G. K., Cartledge, S., West, M. L., Zhang, L., Zwack, C., Hollings, M., Briffa, T., Gallagher, R., Redfern, J., & O'Neil, A. (2025). Psychosocial well-being and healthy eating in cardiac rehabilitation: A national survey of cardiac rehabilitation practitioners self-reported practices. *Heart, Lung and Circulation*, 34(5), 506-514. <https://doi.org/10.1016/j.hlc.2024.11.027>
- Gould, S. J. (1988). Consumer attitudes toward health and health care: A differential perspective. *Journal of Consumer Affairs*, 22(1), 96-118. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.1988.tb00215.x>
- Guertin, C., Rocchi, M., Pelletier, L. G., Émond, C., & Lalande, G. (2015). The role of motivation and the regulation of eating on the physical and psychological health of patients with cardiovascular disease. *Journal of Health Psychology*, 20(5), 543-555. <https://doi.org/10.1177/1359105315573471>
- Guertin, C., Barbeau, K., Pelletier, L., & Martinelli, G. (2018). Why do women engage in fat talk? Examining fat talk using Self-Determination Theory as an explanatory framework. *Body Image*, 20, 7-15. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.10.008>
- Guertin, C., Pelletier, L., & Pope, P. (2020). The validation of the healthy and unhealthy eating behavior scale (HUEBS): Examining the interplay between stages of change and motivation and their association with healthy and unhealthy eating behaviors and physical health. *Appetite*, 144, 104487. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2019.104487>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2015). *Análise multivariada de dados* (7ª ed.). Bookman.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>

- Issock, P. B. I., Mpinganjira, M., & Roberts-Lombard, M. (2023). Beyond sustainable consumption practices: Linking organic food consumption to hedonic and eudaimonic well-being. *Appetite*, 188, 106633. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2023.106633>
- Kim, S. Y., & Choi, J. Y. (2023). Associations of cooking practices and healthy eating habits among young Korean adults in their 20s. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 31, 100644. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100644>
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (3ª ed.). The Guilford Press.
- Lazzarini, G. A., Visschers, V. H. M., & Siegrist, M. (2018). How to improve consumers' environmental sustainability judgements of foods. *Journal of Cleaner Production*, 198, 564-574. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.07.033>
- Lira, J. S. de, & Costa, M. F. da. (2022). Theory of planned behavior, ethics and intention of conscious consumption in Slow Fashion Consumption. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 26(5), 905-924. <https://doi.org/10.1108/JFMM-03-2021-0071>
- Longo, Y., Coyne, I., & Joseph, S. (2018). Development of the short version of the scales of general well-being: The 14-item SGWB. *Personality and Individual Differences*, 124, 31-34. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.11.042>
- Malhotra, N. K. (2019). *Pesquisa de marketing: Uma orientação aplicada* (7a ed., R. S. de Menezes). Bookman.
- Marôco, J. (2014). *Análise de equações estruturais: Fundamentos teóricos, software e aplicações* (2a ed.). ReportNumber.
- Martinelli, S. S., & Cavalli, S. B. (2019). Alimentação saudável e sustentável: Uma revisão narrativa sobre desafios e perspectivas. *Ciência & Saúde Coletiva*, 24(11), 4251-4262. <https://doi.org/10.1590/1413-812320182411.30572017>
- Michaelidou, N., & Hassan, L. M. (2008). The role of health consciousness, food safety concern and ethical identity on attitudes and intentions towards organic food. *International journal of consumer studies*, 32(2), 163-170. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2007.00619.x>
- Organização das Nações Unidas. (2015). *Transformando nosso mundo: A agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável*. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/91863-agenda-2030-para-o-desenvolvimento-sustent%C3%A1vel>
- Osera, T., Kawaguchi, H., Kurihara, N., & Kojima, N. (2024). Self-rated health is related with adolescents' mental health, healthy lifestyle, eating habits and intestinal conditions. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 56(8), S46-S47. <https://doi.org/10.1016/j.jneb.2024.05.108>
- Oyebode, O., Gordon-Dseagu, V., Walker, A., & Mindell, J. S. (2014). Fruit and vegetable consumption and all-cause, cancer and CVD mortality: Analysis of Health Survey for England data. *Journal of epidemiology and community health*, 68(9), 856-862. <https://doi.org/10.1136/jech-2013-203500>
- Paul, J., & Rana, J. (2012). Consumer behavior and purchase intention for organic food. *Journal of Consumer Marketing*, 29(6), 412-422. <https://doi.org/10.1108/07363761211259223>
- Pinheiro, M. M. A., Souza, J. C. V. de, Campos, P. de O., Costa, C. S. R., & Silva, M. J. de B. (2023). A relação entre preocupação ambiental e disposição em pagar um preço premium na intenção de compra de alimentos orgânicos industrializados. *Revista Ciências Administrativas*, 29, 1-14. <https://doi.org/10.5020/2318-0722.2023.29.e13495>
- Pino, G., Peluso, A. M., & Guido, G. (2012). Determinants of regular and occasional consumers' intentions to buy organic food. *Journal of Consumer Affairs*, 46(1), 157-169. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2012.01223.x>
- Pinto, M. D. R., Salume, P. K., Barbosa, M. W., & Oliveira, V. A. de. (2026). An analysis of antecedents and effects of organic food consumption among young Brazilian consumers. *British Food Journal*, 128(6), 2588-2618. <https://doi.org/10.1108/BFJ-08-2025-0996>
- Policarpo, M. C., & Aguiar, E. C. (2020). How self-expressive benefits relate to buying a hybrid car as a green product. *Journal of Cleaner Production*, 252, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119859>

- Prentice, C., Chen, J., & Wang, X. (2019). The influence of product and personal attributes on organic food marketing. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 46, 70–78. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.10.020>
- Rana, J., & Paul, J. (2017). Consumer behavior and purchase intention for organic food: A review and research agenda. *Journal of retailing and consumer services*, 38, 157-165. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.06.004>
- Ribas, J. R., & Vieira, P. D. da C. (2011). Análise multivariada com o uso do SPSS. *Ciência Moderna*.
- Santos, J. I. A. S., Silveira, D. S. da Costa, M. F. da, & Duarte, R. B. (2022). Consumer behaviour in relation to food waste: A systematic literature review. *British Food Journal*, 124(11), 3843–3863. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2021-1075>
- Silva, V. L., Sereno, A. M., & Sobral, P. J. do A. (2018). Food industry and processing technology: On time to harmonize technology and social drivers. *Food Engineering Reviews*, 10(1), 1–13. <https://doi.org/10.1007/s12393-017-9164-8>
- Singh, A., & Verma, P. (2017). Factors influencing Indian consumers' actual buying behaviour towards organic food products. *Journal of Cleaner Production*, 167, 473-483. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.08.106>
- Song, J., Jeong, J., Kim, E. H., & Hong, Y. S. (2023). A strategy for healthy eating habits of daily fruits revisited: A metabolomics study. *Current Research in Food Science*, 6, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.crfs.2023.100440>
- Squalli, J. (2025). The sustainability paradox: Environmental altruism, egoism, and hypocrisy in organic food consumption. *Journal of Cleaner Production*, 522, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2025.146283>
- Tang, R., Li, W., Park, S., & Zhang, Y. (2026). From policy to plate: The role of health awareness and negotiation in shaping elderly green food consumption. *Marketing Intelligence & Planning*, 1-41. <https://doi.org/10.1108/MIP-12-2024-0862>
- Teng, C.-C., & Lu, C.-H. (2016). Organic food consumption in Taiwan: Motives, involvement, and purchase intention under the moderating role of uncertainty. *Appetite*, 105, 95–105. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2016.05.006>
- Thurecht, R., & Pelly, F. (2020). Key factors influencing the food choices of athletes at two distinct major international competitions. *Nutrients*, 12(4), 1-12. <https://doi.org/10.3390/nu12040924>
- Ueasangkomsate, P., & Santiteerakul, S. (2016). A study of consumers' attitudes and intention to buy organic foods for sustainability. *Procedia Environmental Sciences*, 34, 423–430. <https://doi.org/10.1016/j.proenv.2016.04.037>
- Wang, R., Liaukonyte, J., & Kaiser, H. M. (2018). Does advertising content matter? Impacts of healthy eating and anti-obesity advertising on willingness to pay by consumer body mass index. *Agricultural and Resource Economics Review*, 47(1), 1-31. <https://doi.org/10.1017/age.2018.1>
- Willer, H., Trávníček, J., & Schlatter, B. (Eds.). (2025). *The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends 2025*. Research Institute of Organic Agriculture FiBL & IFOAM – Organics International. <https://orgprints.org/id/eprint/54617/>
- 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>

Contribuição dos Autores

Silva, G. B.: concepção e delineamento da pesquisa, levantamento e revisão da literatura, definição dos procedimentos metodológicos, coleta e organização dos dados, análise e interpretação dos resultados e redação do manuscrito, incluindo a elaboração e revisão das versões do estudo.

Costa, M. F.: delineamento e orientação da pesquisa, procedimentos metodológicos, processamento e análise estatística dos dados por meio dos softwares utilizados, discussão e interpretação dos resultados e revisão crítica do manuscrito.

Veras, J. C.: revisão crítica e textual do manuscrito, com ênfase na adequação da redação, organização do conteúdo e consistência da discussão, além da revisão da versão final do estudo.

Fonte de Financiamento

Este trabalho não contou com suporte financeiro ou financiamento específico de agências de fomento.

Conflito de Interesses

Os autores informaram que não há conflito de interesses.

Direitos Autorais

Os autores detêm os direitos autorais relativos ao artigo e concedem à Revista Ciências Administrativas (RCA) o direito de primeira publicação. O trabalho é publicado em Acesso Aberto (*Open Access*) sob a Licença Internacional Creative Commons Atribuição-NãoComercial 4.0 (CC BY-NC 4.0).



Uso de Inteligência Artificial

Os autores declaram que não foi utilizado nenhum recurso de Inteligência Artificial na elaboração deste artigo.

Verificação de Similaridade

A RCA mantém a prática de submeter todos os artigos aprovados para publicação à verificação de similaridade pelo software *iThenticate* da *Turnitin*, através do serviço *Similarity Check* da *Crossref*.

Disponibilidade de Dados

Todo o conjunto de dados que dá suporte aos resultados deste estudo poderá ser disponibilizado mediante solicitação.

Revisão por Pares

Este conteúdo foi avaliado conforme o processo de revisão por pares duplo-cego (*double-blind peer review*). A divulgação das informações dos pareceristas e do Relatório de Revisão por Pares (*Peer Review Report*) é feita somente após a conclusão do processo avaliativo e com o consentimento voluntário dos respectivos pareceristas e autores.

Editor-chefe Responsável

Fernando Luiz Emerenciano Viana

Universidade de Fortaleza, Fortaleza, Ceará, Brasil

 <https://orcid.org/0000-0003-0911>

Apêndice A – Composição do instrumento de coleta de dados

Construtos	Itens	Código
Consumo de Alimentos Orgânicos (CAO) Ueasangkomsate e Santiteerakul (2016)	01. Tenho a intenção de comprar alimentos orgânicos.	CAO01
	02. Comprarei alimentos orgânicos para melhorar a minha saúde.	CAO02
	03. Tenho o objetivo de consumir alimentos orgânicos tanto quanto possível.	CAO03
	04. Eu gostaria de pagar mais por alimentos orgânicos para melhorar a minha saúde.	CAO04
	05. Pretendo comprar alimentos orgânicos para evitar doenças.	CAO05
	06. Pretendo comprar alimentos orgânicos para diminuir os problemas do meio ambiente.	CAO06
	07. Pretendo comprar alimentos orgânicos por causa de questões do bem-estar animal.	CAO07
	08. Pretendo comprar alimentos orgânicos tanto quanto consumidor com responsabilidade.	CAO08
Bem-Estar do Indivíduo (BEI) Adaptado de Longo et al. (2018)	09. Eu me sinto feliz.	BEI01
	10. Eu me sinto calmo.	BEI02
	11. Eu me sinto com energia.	BEI03
	12. Eu me sinto otimista.	BEI04
	13. Sinto que estou ótimo comigo mesmo.	BEI05
	14. Sinto que sou altamente eficaz no que eu faço.	BEI06
	15. Sinto que estou melhorando.	BEI07
	16. Sinto que eu tenho um propósito.	BEI08
Consciência de Saúde (CS) Gould (1988)	17. Reflito muito sobre a minha saúde.	CS01
	18. Estou muito autoconsciente sobre a minha saúde.	CS02
	19. Geralmente, estou atento aos meus sentimentos internos sobre minha saúde.	CS03
	20. Estou constantemente examinando minha saúde.	CS04
	21. Estou alerta para mudanças na minha saúde.	CS05
	22. Geralmente, estou ciente da minha saúde.	CS06
	23. Estou ciente do meu estado de saúde ao longo do dia.	CS07
	24. Percebo como me sinto fisicamente ao longo do dia.	CS08
	25. Estou muito envolvido com a minha saúde.	CS09
Hábitos Alimentares Saudáveis (HAS) Adaptado de Guertin et al. (2020).	26. Eu consumo frutas.	HAS01
	27. Eu consumo vegetais.	HAS02
	28. Eu consumo grãos inteiros (por exemplo, arroz integral, trigo sarraceno, aveia).	HAS03
	29. Eu consumo alimentos com baixo teor de gorduras saturadas e colesterol.	HAS04
	30. Eu consumo alimentos ricos em gorduras mono e poli-insaturadas (ex.: peixe, azeite, abacate, nozes e sementes).	HAS05
	31. Eu uso adoçantes naturais (ex.: mel cru, xarope de bordo, açúcar de coco, tâmaras).	HAS06
	32. Eu consumo alimentos cozidos no vapor, grelhados ou escaldados.	HAS07
	33. Eu consumo carnes magras (ex.: aves, peixes e ovos).	HAS08
	34. Eu consumo produtos lácteos com baixo teor de gordura (por exemplo, leite, iogurte, creme de leite, queijo).	HAS09
	35. Eu consumo legumes (ex.: feijão, lentilha, ervilha, amendoim).	HAS10