

Definindo produto local: um estudo sobre a perspectiva do consumidor socialmente responsável

CAROLINA MAPURUNGA AZEVEDO

MINELLE ENEAS DA SILVA

Introdução

Diante do número de mudanças existentes na sociedade, esta pesquisa se justifica pela necessidade de entender o consumidor socialmente responsável (CSRes) e suas motivações para este tipo de consumo para o desenvolvimento local sustentável.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Esta pesquisa tem como objetivo identificar quais são as características atribuídas por CSRes aos produtos locais em sua decisão de compra.

Fundamentação Teórica

Consumo socialmente responsável refere-se à duas vertentes: o ambientalismo e as questões sociais que podem ser motivadas pela intenção de agir eticamente e por decisões em torno de consumir através da seleção de alternativas éticas. Neste sentido, o processo do consumo socialmente responsável demanda a análise de processos intrínsecos do indivíduo através de suas características internas tais como as ambientais, sociais e psicológicas que por sua vez são difíceis de serem identificadas.

Metodologia

Para isso, um estudo qualitativo básico de caráter descritivo foi desenvolvido na cidade de Fortaleza, Ceará, no intuito de identificar nuances sobre a temática em um contexto urbano. O corpus foi formado por 21 consumidores de produtos locais entrevistados entre agosto e outubro de 2021. Para a formação do corpus, utilizou-se a técnica “bola de neve” ou snowball.

Análise dos Resultados

A partir da análise foi possível constatar que estas características representam, portanto, fatores determinantes no consumo do produto local motivadas principalmente por aspectos intrínsecos e internos do indivíduo como os psicológicos, comportamentais e subjetivos dos consumidores identificados como forte influenciadores de consumo local neste estudo e que estas são fatores motivadores e influenciadores para que estes consumidores adotem uma postura de consumo socialmente responsável que contribuem desta forma para o desenvolvimento econômico local.

Conclusão

A pesquisa contribui para a literatura vigente, ao ser categórica em suas definições e servir de referencial teórico para pesquisas futuras, com a identificação de oito características principais associadas ao produto local.

Referências Bibliográficas

MARQUES, S. C.C.; MAUAD, J. R. C.; DOMINGUES, C. H.F.; BORGES, J. A. R.; SILVA, J. R. The importance of local food products attributes in Brazil consumer's preferences. *Future Foods*, [s.l.], v.5, 100125, Jun. 2022. SILVA, M.E.; AGUIAR, E.; FALCÃO, M.; COSTA, A.C. A perspectiva responsável do marketing e o consumo consciente: uma interação necessária entre a empresa e o consumidor. *Revista Organizações em Contexto*, [s.l.], v.8, n.16, p.61-90, 2012.

Palavras Chave

Consumidor socialmente responsável, Produto local, Motivações de consumo