

Sintetizando a Teoria do Comportamento Planejado no Contexto de Escolhas Alimentares: uma Abordagem Meta Analítica

Autoria

Vinicius Antonio Machado Nardi - viniciusamnardi@gmail.com

Prog de Pós-Grad em Admin/Área Escola de Gestão e Negócios - PPGAdm/UNISINOS - Universidade do Vale do Rio dos Sinos

William Carvalho Jardim - william_carvalho_jardim@hotmail.com

Prog de Pós-Grad em Admin/Área Escola de Gestão e Negócios - PPGAdm/UNISINOS - Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Wagner Junior Ladeira - wjladeira@gmail.com

Prog de Pós-Grad em Admin/Área Escola de Gestão e Negócios - PPGAdm/UNISINOS - Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Fernando de Oliveira Santini - santiniconsultores@gmail.com

Prog de Pós-Grad em Admin/Área Escola de Gestão e Negócios - PPGAdm/UNISINOS - Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Resumo

A teoria do comportamento planejado (TCP) despontou como uma das principais bases teóricas para compreensão das intenções e comportamentos de consumo, com robustos resultados em diferentes tópicos. No contexto de alimentos, o uso da teoria motivou a replicação e extensão do modelo em diferentes circunstâncias. Nós conduzimos uma meta análise com 2497 observações quantitativas em 155 estudos publicados entre 1995 e 2018, em uma amostra cumulativa de 367.994 sujeitos. Os achados da revisão sistemática demonstraram a robustez do modelo teórico no contexto de alimentos. Nós também identificamos algumas moderações de fatores metodológicos, teóricos e culturais. Por fim, apresentamos extensões testadas ao modelo original. A contribuição teórica deste estudo está na consolidação de resultados preliminares, identificação de moderadores e apresentação de um modelo robusto específico para o contexto de consumo de alimentos.

Sintetizando a Teoria do Comportamento Planejado no Contexto de Escolhas Alimentares: uma Abordagem Meta Analítica

Resumo

A teoria do comportamento planejado (TCP) despontou como uma das principais bases teóricas para compreensão das intenções e comportamentos de consumo, com robustos resultados em diferentes tópicos. No contexto de alimentos, o uso da teoria motivou a replicação e extensão do modelo em diferentes circunstâncias. Nós conduzimos uma meta análise com 2497 observações quantitativas em 155 estudos publicados entre 1995 e 2018, em uma amostra cumulativa de 367.994 sujeitos. Os achados da revisão sistemática demonstraram a robustez do modelo teórico no contexto de alimentos. Nós também identificamos algumas moderações de fatores metodológicos, teóricos e culturais. Por fim, apresentamos extensões testadas ao modelo original. A contribuição teórica deste estudo está na consolidação de resultados preliminares, identificação de moderadores e apresentação de um modelo robusto específico para o contexto de consumo de alimentos.

Palavras chave: Teoria do comportamento planejado; Alimento; Comportamento do consumidor; Meta análise

1. Introdução

A teoria do comportamento planejado (Ajzen e Madden, 1986; Ajzen, 1991) se estabeleceu como um modelo teórico robusto e largamente utilizado para predição das intenções e comportamentos. Estabelecida como avanço de modelos preliminares como expectativa-valor (Fishbein, 1963) e a teoria da ação racionalizada (Ajzen e Fishbein, 1973), a TCP foi utilizada em diferentes contextos, com similar eficácia. Neste sentido, por exemplo, estudos utilizaram a TCP para prever o comportamento de compras online (Lin, 2007), decisões de investimento (Hofmann *et al.*, 2008), o hábito de fumar (Inness *et al.*, 2008), a prática de atividades físicas (Liou e Bauer, 2007), a prática de atividades físicas e, em especial a escolha de alimentos (Brinberg *et al.*, 2000; Singh e Kathuria, 2016).

O comportamento do consumidor na escolha de um alimento é um fator decisivo para a garantia da segurança alimentar e bem-estar social. Através de seus hábitos, os consumidores induzem estratégias em cadeias de suprimentos agrícolas (Ambe e Badenhorst-Weiss, 2011), oportunizando o desenvolvimento e sustentação de mercados (Giddens, 2009). Este poder pode ser visualizado em contextos como o de alimentos orgânicos (De Maya *et al.*, 2011) ou de alimentos locais (Kumar e Smith, 2018). Em ambos os casos, a crescente demanda por estes produtos originada em microdecisões individuais na compra de alimentos, estabeleceu novas práticas e oportunidades de mercado.

Todavia, o modelo da TCP - embora altamente replicado no contexto de escolhas de alimentos -, carece de análise à luz de possíveis moderadores de suas forças relacionais. A identificação de possíveis moderadores poderá gerar importantes contribuições para a literatura e prática no contexto de consumo de alimentos. Tais achados poderão direcionar estratégias de marketing de empresas do setor, potencializando os efeitos de suas ações. Adicionalmente, a literatura da área poderá avançar a partir da compreensão da presença de tais moderadores.

Muito embora as relações diretas do modelo já tenham sido previamente estudadas em outros esforços meta analíticos (Han e Stoel, 2017; Scalco *et al.*, 2017), tais estudos não analisaram o efeito contextual, apresentando resultados limitados a cenários específicos. Desta maneira, este estudo objetiva, através de uma abordagem meta analítica, analisar as relações diretas da TCP no contexto de consumo de alimentos e identificar possíveis moderadores

culturais, teóricos e metodológicos para tais relações. Com esta abordagem, nós buscamos contribuir para a literatura da TCP, para os estudos de escolhas alimentares e, adicionalmente, oferecer subsídios para organizações do setor.

2. Contexto teórico

Aprimoramento de modelos preliminares como a teoria da ação racionalizada (TRA) (Ajzen e Fishbein, 1973) e do modelo expectativa-valor (Fishbein, 1963), a TCP (Ajzen e Madden, 1986; Ajzen, 1991), propõe mecanismos de previsão comportamental, sugerindo que o indivíduo realiza comportamentos racionais dirigidos pela sua intenção em realizar determinada ação. Conforme a teoria, o processo decisório de escolha de um alimento é direcionado pela prévia intenção do indivíduo. Por sua vez esta intenção é formada por três antecessores: Norma Subjetiva, Atitudes e Controle do comportamento percebido.

Norma Subjetiva representa as crenças normativas do indivíduo, ou seja, a pressão social que ele possui para agir ou evitar determinado comportamento (Al-Swidi *et al.*, 2014). Sua relação direta com a intenção refere-se as influências por instituições formais (normas e regulamentos) e informais (grupo familiar, amigos, opinião pública). Neste sentido, por exemplo, a intenção de escolher alimentos com baixo teor de sódio é impactada pela influência das opiniões do grupo de referência tomado pelo indivíduo. Caso seu grupo de amigos e a opinião pública incentivem esse comportamento, o sujeito estará mais propício a adotá-la.

As atitudes são expressão das crenças comportamentais do sujeito, ou seja, de suas expectativas quanto às consequências (possibilidade e impacto) de um comportamento (Chen, 2007; 2011). Sua composição é multifacetada. Interferem em sua mensuração elementos cognitivos, afetivos e comportamentais que representam os pensamentos, sensações e desejos do indivíduo em relação a um comportamento. Assim, ao formar a sua atitude o indivíduo não considera elementos alheios à sua vida pessoal. O construto mensura a relevância das consequências dadas pelo indivíduo aquela (in)ação, apresentando força negativa ou positiva sobre a intenção. Assim, a escolha por uma alimentação saudável em detrimento de Comida Rápida é influenciada pelas expectativas do indivíduo dos resultados futuros (melhoria de condição física, longevidade) daquele ato.

Por fim, o controle do comportamento percebido (TCP) simboliza as crenças de controle do sujeito, ou seja, suas percepções quanto a habilidade e possibilidade que possui para realizar algo (Chen, 2017). Adição realizada à TRA pela TCP, o controle percebido deriva da percepção de que o comportamento não é sempre controlado pelo sujeito. O TCP não apenas afeta as intenções do sujeito mas também impacta o comportamento uma vez que expressa o grau de dificuldade que o indivíduo pressupõe existir na ação ou inação. O TCP, por sua vez, é influenciado pela auto-eficácia (percepção das condições para realizar algo) e controlabilidade (o quanto o comportamento depende de si mesmo) (Ajzen, 2002; Chan *et al.*, 2016). Neste sentido, a escolha de um alimento sustentável, por exemplo, é influenciada por fatores como o grau de conhecimento que o consumidor julga possuir sobre o processo produtivo e pela percepção de disponibilidade deste produto em seus locais de compra.

No contexto de escolha alimentar, o modelo original da TCP tem recebido importantes contribuições ao longo do tempo, na tentativa de aumento do seu poder preditivo. Neste sentido, pesquisadores utilizaram construtos complementares como comportamentos passados (Masalu e Astrom, 2001), confiança (Chen, 2017) e percepção de risco (Mullan *et al.*, 2013). Tais esforços são restritos até aqui a contextos específicos, não possuindo a difusão do modelo original. Por esta razão, não serão considerados neste estudo.

A TCP sugere que intervenções positivas nos determinantes do modelo causariam o aumento das intenções e consequentemente dos comportamentos. No entanto, os autores reforçam a necessidade de avaliações considerarem especificidades contextuais para que

possam ser confiáveis, levando-se em conta que os resultados representam um retrato instantâneo da realidade vivenciada. Muito embora o contexto de escolha alimentar apresente especificidade diante da multiplicidade de áreas em que a teoria foi aplicada, possíveis moderadores teóricos, culturais e metodológicos podem influenciar os resultados obtidos. Estes fatores serão apresentados a seguir.

2.1 Possíveis moderações do modelo teórico

Nós buscamos identificar fatores que moderem as relações diretas no contexto específico de escolhas de alimentos. Sugerimos que a sumarização de resultados preliminares possa ser melhor compreendida quando analisadas especificidades de grupos de estudos. Neste caso, elementos contextuais podem modificar os efeitos diretos obtidos para o modelo previamente apresentado por Ajzen (1991). Para tanto, propomos o estudo de três conjuntos de moderadores: teóricos, culturais e metodológicos

Os moderadores teóricos são aqueles que representam características específicas dos alimentos pesquisados nos estudos preliminares. Neste grupo é avaliado como as relações diretas são afetadas por fatores intrínsecos – por exemplo origem, ciclo de vida ou tecnologia envolvida na produção do alimento– ou extrínsecos – por exemplo preocupações éticas, prazer ou conveniência –. Assim, por exemplo, uma maior TCP relativa à segurança dos alimentos tende a ocasionar um efeito mais acentuado na intenção de compra de alimentos de origem animal. Ao mesmo tempo, alimentos orgânicos tendem a despertar uma melhor percepção de normas subjetivas, o que alteraria a relação direta com a intenção neste grupo.

Moderadores culturais referem-se as características da amostra preliminarmente analisada, em especial relativos ao país de coleta dos dados. Neste sentido, avaliamos a influência do IDH, distância de poder, individualismo, masculinidade, aversão à incerteza, orientação de longo prazo e indulgência (Hofstede, 1984), nas relações diretas do modelo original. Para tanto, apuramos a média de cada indicador em nossa amostra e separamos o conjunto de observações em dois grupos (alto vs. baixo). É esperado que tais características oriundas do país de coleta de dados alterem as relações diretas, especialmente nas atingidas por fatores externos institucionais, uma vez que tais elementos culturais afetam as escolhas dos indivíduos.

Por fim, moderadores metodológicos dizem respeito as condições específicas do estudo preliminar. Neste agrupamento são analisadas as possíveis moderações ocasionadas pelo tamanho da amostra (pequena vs. grande), gênero (% de mulheres na amostra – pequeno vs. grande), e média de idade da amostra (alta vs. baixa). A tabela 1 apresenta o conjunto de moderadores estudados e a classificação recebida.

Tabela 1. Moderadores

Moderadores culturais		Moderadores metodológicos		Moderadores teóricos	
Moderador	Classificação	Moderador	Classificação	Moderador	Classificação
Índice de Desenvolvimento humano (HDI)	Baixo (0) x Alto (1)	Gênero (GEN)	Baixo (0) x Alto (1) - % mulheres	Origem alimentar (FO)	Animal (0) vs. vegetal (1)
Distância de poder (PD)	Baixo (0) x Alto (1)	Idade	Baixo (0) x Alto (1)	Ciclo de vida (LF)	Curta (0) vs. longa (1)
Individualismo (INDI)	Baixo (0) x Alto (1)	Tamanho amostral (SS)	Pequena (0) ou grande (1)	Tecnologia envolvida (IT)	Orgânicos (0) vs. Geneticamente modificados (1)

Masculinidade (MASC)	Baixo (0) x Alto (1)			Alimentação cultural (CF)	Alimento étnico/sagrado (0) x normais (1)
Tolerância da dúvida (UNCER)	Baixo (0) x Alto (1)			Alimento saudável (HF)	Não-saudáveis (0) x Saudáveis (1)
Orientação de Perseverança (LTO)	Baixo (0) x Alto (1)			Preocupação com ética alimentar (ECF)	Sustentáveis/Fair Trade/Alimento local (0) x Outros (1)
Indulgência (INDUL)	Baixo (0) x Alto (1)			Alimento dietético (DF)	Normal (0) vs. Alimento Diet/Light (1)
				Alimento prazeroso (PF)	Hedônicos (0) vs. Utilitários (1)
				Alimento conveniente (COF)	Fáceis (0) x complexos (1)

3 Desenho metodológico

O desenho metodológico segue a metodologia “Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses” (PRISMA) (Liberati *et al.*, 2009; Moher *et al.*, 2009) Após a revisão preliminar de literatura, definimos como palavra chave para a busca a expressão (“theory of planned behavior” or “TPB”) and (“food choice*” or “food consum*”) localizada no título e no resumo. Adicionalmente, nós incluímos no campo “qualquer texto” a expressão “Ajzen (1991) and food”. A busca foi conduzida via bases de dados EBSCO, Elsevier Science Direct, Emerald, JSTOR, Scielo, Google Scholar, Scopus e Web of Science. A coleta inicial, após a exclusão de documentos duplicados (157) identificou 567 estudos.

Os artigos previamente selecionados foram inclusos em uma tabela de resumo criada para verificar a sua aderência a proposta. Nesta fase, foram excluídos 412 documentos. Desta forma, a amostra final foi composta por 155 artigos, procedendo-se a avaliação individual dos documentos em seus aspectos metodológicos, teóricos e culturais. A figura 1 apresenta a síntese dos procedimentos metodológicos adotados.

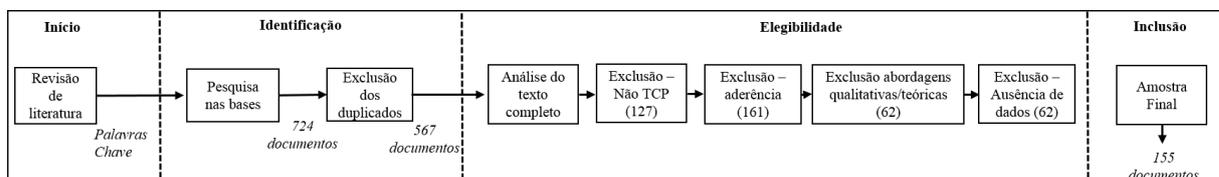


Figura 1. Procedimentos metodológicos

Por fim, apuramos o tamanho do efeito das relações diretas para cada observação. Esta análise considerou o coeficiente de correlação de Pearson (r). Caso o estudo original não tenha apresentado a correlação e sim outros indicadores estatísticos (teste t, teste f, teste z e valor B), nós procedemos a conversão para correlações, conforme preliminarmente sugerido (Hedges e Olkin, 1985). Adicionalmente, nós apuramos o fail-safe (Hunter e Schmidt, 2004) buscando estimar o número de relações não significantes necessárias para refutar os achados desta análise (Orwin, 1983; Rosenthal e Rubin, 1991).

4. Análise dos dados

A análise descritiva de 155 documentos incluiu 367.994 sujeitos em 2497 observações. A análise da fonte de publicação revela uma concentração de estudos no British Food Journal (18), Appetite (14), Journal of Applied Social Psychology (10), Psychology & Health (9) e Food Quality and Preference (8) representativos de 38,06% do total. Neste mesmo sentido, a coleta de dados foi concentrada nos Estados Unidos (26), Reino Unido (19) e Itália (13), que contemplaram 37,41% do volume total de estudos. Por fim, quanto a distribuição cronológica, percebe-se um aumento significativo nos últimos 5 anos, período em que 25,95% dos estudos foi realizado.

4.1 Resultados

A análise meta analítica iniciou com uma revisão dos estudos da TCP no contexto de escolha de alimentos, identificando as relações estudadas, o local de coleta dos dados, o contexto de estudo (tipo de alimento utilizado na avaliação) e informações metodológicas. Foram identificadas 10 relações diretas com quantidade adequada de observações para avaliação ($N > 10$). A tabela 2 apresenta as oito dimensões relacionadas com as informações das relações diretas: número de estudos usados na análise (k); número de observações (o); número acumulado de sujeitos na amostra (N); peso médio do efeito corrigido pela amostra (M_{Na}); grau de significância do tamanho do efeito (Sig_1); intervalo de confiança baixo (LCI); intervalo de confiança alto (HCI); teste de heterogeneidade no nível individual e agregado (Q); nível de significância de Q (Sig_2); número de itens necessários para falsificação do resultado de acordo com parâmetros de Rosenthal (1991) (FSN*); e número de itens necessários para falsificação do resultado de acordo com parâmetros de Orwin (1983) (FSN**).

Tabela 2: Relações diretas do modelo

VD	VI	K	O	N	M_{Na}	Sig_1	ICI (95%)	ICS (95%)	Q	Sig_2	FSN*	FSN**
Comportamento	Intenção	48	80	33993	0,423	0,000	0,356	0,486	4223,67	0,000	20667	634
Comportamento	TCP	39	66	27337	0,185	0,000	0,111	0,257	2503,13	0,000	6704	275
Comportamento	Atitude	28	54	11148	0,234	0,000	0,171	0,294	1499,16	0,000	21450	256
Comportamento	PB	6	11	1294	0,341	0,001	0,144	0,513	130,04	0,000	370	56
Comportamento	SN	24	51	24821	0,166	0,000	0,111	0,22	902,18	0,000	20475	188
Intenção	Atitude	124	225	81879	0,386	0,000	0,351	0,42	6866,24	0,000	28094	1564
Intenção	SN	120	226	97902	0,229	0,000	0,2	0,256	15,408	0,000	31804	833
Intenção	TCP	113	185	71076	0,227	0,000	0,182	0,271	6927,13	0,000	2523	615
Intenção	PB	19	35	10033	0,291	0,000	0,198	0,379	3103,84	0,000	1195	180

Nota: (VD) Variável dependente; (VI) Variável Independente; (PB) Comportamento passado; (SN) Normas subjetivas; (TCP) Controle comportamental percebido.

A avaliação das relações diretas demonstra a robustez do modelo teórico da TCP para predição de intenções e comportamentos em escolha de alimentos. Em todas as relações diretas os resultados demonstraram significância estatística, impacto positivo na variável dependente e consistência, com alto número de estudos necessários para falsificação dos resultados. Especialmente a atitude, construto mais estudado em nossa amostra, demonstrou impactar a intenção de modo significativo a intenção ($r=0.386$; $p<0.001$) e o comportamento ($r=0.234$; $p<0.001$). De outro lado, o comportamento passado apesar de não fazer parte do modelo original tendo sido utilizado de modo mais recente na literatura (Chan *et al.*, 2016), foi reconhecido como indutor de intenções ($r=0.341$; $p<0.001$) e comportamentos ($r=0.386$; $p<0.291$).

Com o objetivo de identificar possíveis efeitos moderadores de fatores culturais, metodológicos e teóricos, procedemos então a análise das cinco relações principais apresentadas no modelo original (Ajzen, 1991). Para tanto, testamos a influência de 19 possíveis variáveis moderadoras: (i) relativas à amostra original, como gênero (% de mulheres no estudo original), idade (média dos respondentes) e tamanho da amostra; (ii) relativas ao país de coleta de dados como índice de desenvolvimento humano, distância do poder, individualismo, masculinidade, incerteza, orientação de longo prazo, indulgência (Hofstede, 1984); (iii) relativas diretamente ao alimento como origem, ciclo de vida e tecnologia envolvida em sua produção e; (iv) aspectos relacionados a percepção de consumidores com relação tipo do alimento, como preocupação ética, nutricional, prazer, conveniência ou ligação cultural/religiosa. A figura 2 mostra o modelo original e os resultados das moderações.

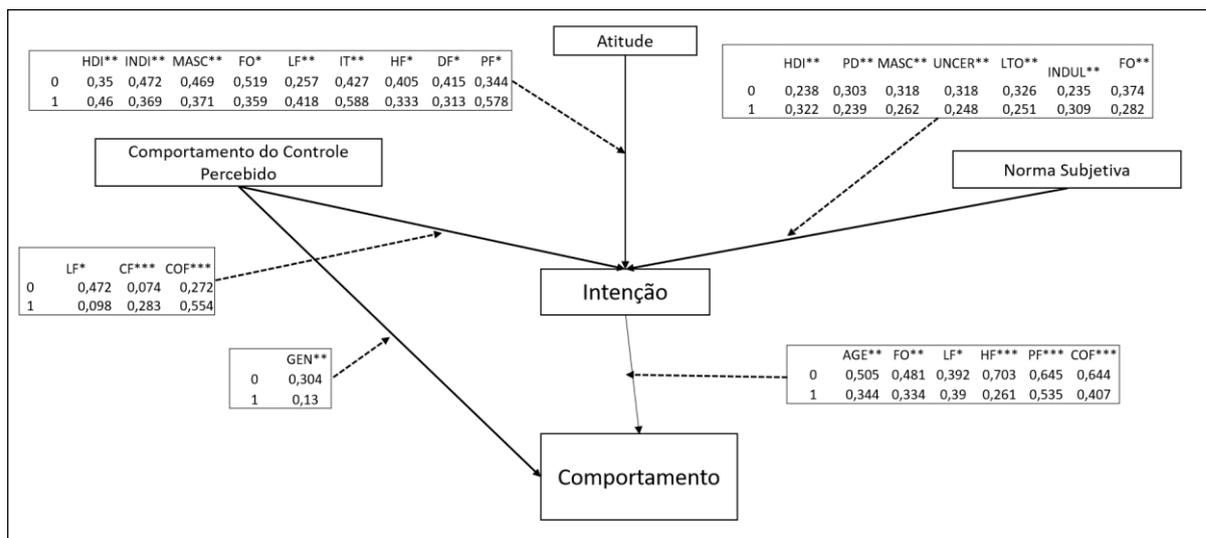


Figura 2. Análise dos efeitos moderadores

Nota: (HDI) Índice de desenvolvimento humano; (INDI) Individualismo; (MASC) Masculinidade; (INDUL) Indulgência; (FO) Origem do alimento; (LF) Ciclo de vida do alimento; (LTO) Orientação de longo prazo; (UNCER) Incerteza; (IT) Tecnologia envolvida; (HF) Alimento saudável; (DF) Alimento dietético; (PF) Alimento prazeroso; (CF) Alimento cultural; (COF) Alimento conveniente; (GEN) Sexo; (AGE) Idade; (0 e 1) Agrupamentos conforme moderador; (*, ** e ***) Nível de significância da relação, relativamente $p < .10$; $p < .05$ e $p < .01$. Linhas tracejadas representam efeitos moderadores enquanto linhas contínuas representam relações diretas.

Quanto aos moderadores metodológicos, foram identificadas moderações apenas para a relações à jusante do modelo original. Neste sentido, amostras com respondentes com idade mais avançada do que a média ($M_{LowAGE} = .505$; $M_{HighAGE} = .344$, $p < 0.05$) demonstraram menor força relacional entre intenção e consumo do que em amostras com baixa idade. No mesmo sentido, a presença de um percentual maior de mulheres na amostra induziu a uma diminuição na relação entre TCP e intenção ($M_{LowGEN} = .304$; $M_{HighGEN} = .13$, $p < 0.05$). Isso demonstra que, muito embora não sejam percebidas moderações na formação da intenção de compra, a tradução deste desejo em comportamento é variável conforme a idade e gênero do indivíduo.

Quanto aos moderadores metodológicos, foram identificadas moderações apenas para a relações à jusante do modelo original. Neste sentido, amostras com respondentes com idade mais avançada do que a média ($M_{LowAGE} = .505$; $M_{HighAGE} = .344$, $p < 0.05$) demonstraram menor força relacional entre intenção e consumo do que em amostras com baixa idade. No mesmo sentido, a presença de um percentual maior de mulheres na amostra induziu a uma diminuição na relação entre TCP e intenção ($M_{LowGEN} = .304$; $M_{HighGEN} = .13$, $p < 0.05$). Isso demonstra que, muito embora não sejam percebidas moderações na formação da intenção de compra, a tradução deste desejo em comportamento é variável conforme a idade e gênero do indivíduo.

Quanto aos moderadores culturais, seu poder moderador restringiu-se a antecedentes do modelo, especialmente nas relações entre atitude e norma subjetiva com intenção. Neste contexto, identificou-se a moderação significativa do IDH (de forma positiva) e da masculinidade (de forma negativa) em ambas as relações diretas. Tal fator sugere que o impacto da atitude e da intenção seja moderado pelo desenvolvimento institucional do país. Assim, consumidores de países com alto IDH tendem a valorizar mais suas crenças normativas e comportamentais e converter estes valores em intenção de compra. De outro lado, consumidores de países com alta assertividade e cultura de consumo tendem a refrear tal conversão.

Por sua vez os moderadores teóricos apresentaram resultados bastante robustos para moderação, sendo confirmados para fatores à jusante e à montante do modelo. Do lado antecedente à intenção, identificou-se moderação em todas as relações diretas. Especialmente, sugere-se que a relação entre atitude e intenção é moderada pela origem do alimento ($M_{animal} = .519$; $M_{Vegetal} = .359$, $p < .10$), pelo ciclo de vida ($M_{curto} = .257$; $M_{Longo} = .418$, $p < 0.05$), pela tecnologia envolvida ($M_{Orgânicos} = .427$; $M_{GMFood} = .588$, $p < .05$), e pela motivação para consumo ($M_{Hedônicos} = .344$; $M_{Utilitários} = .578$, $p < .10$). De outro lado, o efeito da intenção sobre o consumo é moderado pela origem ($M_{animal} = .481$; $M_{Vegetal} = .334$, $p < .05$), ciclo de vida ($M_{curto} = .392$; $M_{Longo} = .390$, $p < .10$), saudabilidade ($M_{Saudável} = .703$; $M_{Não\ saudável} = .261$, $p < .001$) e, e pela motivação para consumo ($M_{Hedônicos} = .645$; $M_{Utilitários} = .535$, $p < .001$). A presença de significativos efeitos moderadores corrobora com a necessidade de análise e avaliação dos resultados restrita ao contexto em que o estudo é aplicado. Neste sentido, por exemplo, consumidores tendem a converter sua intenção em consumo de modo mais forte quando a escolha de alimento diz respeito a um alimento saudável ou hedônico. De igual maneira, as crenças individuais impactam mais fortemente a intenção no caso de alimentos de origem animal e geneticamente modificados.

5. Discussão, limitações e pesquisas futuras

A robustez do modelo da TCP para predição de escolhas alimentares é traduzida nos resultados obtidos a partir da meta análise. As relações diretas foram significantes quando consolidados seus efeitos, apresentando alto valor para falsificação de nossos achados. Isto demonstra que a escolha de alimentos é determinada de modo significativo pelos preditores previstos no modelo original. Novos estudos, no entanto, têm se dedicado a explorar novos construtos como, comportamento passado, conhecimento, risco percebido ou confiança visando aumentar o poder preditivo do modelo. Pesquisas futuras poderão explorar estes achados para identificar possíveis relações de mediação/moderação entre estes construtos.

Quanto aos moderadores metodológicos, nossos achados sugerem que a idade e o gênero são moderadores das relações entre TCP e intenção com o comportamento. Neste sentido, a presença de mais mulheres na amostra moderou negativamente a relação entre TCP e o comportamento. De outro lado, amostras com baixa faixa etária demonstram uma maior relação entre a intenção e o comportamento. Tal achado sugere que parcelas mais jovens da população transformam mais suas intenções em comportamentos quando escolhem seus alimentos. Adicionalmente, a influência do controle percebido no comportamento não é tão forte em mulheres sugerindo que homens possuam uma maior crença na habilidade e controle de seus comportamentos. Pesquisas futuras poderão explorar estes achados através de abordagens experimentais, avaliando alteradores dessas relações – por exemplo confiança e risco percebido.

Os achados relacionados aos moderadores culturais indicam que o ambiente social/institucional modera o impacto da atitude e das normas subjetivas sobre a intenção. Neste sentido, o desenvolvimento humano do país altera positivamente as relações preditoras de intenção. De modo oposto, a alta distância do poder, incerteza e orientação para longo prazo diminuem a influência das crenças normativas sobre a intenção de consumo. Tais achados

sugerem que indivíduos expostos a ambientes com maior desenvolvimento humano sejam mais influenciados por fatores externos quando formam suas intenções de consumo ao mesmo tempo que possuem maior segurança e liberdade para transformar suas crenças comportamentais em intenção de consumo. De outro lado, ambientes culturais que expõem o indivíduo a maior incerteza, por exemplo, restringem o uso de fontes sociais como formadoras da intenção. Pesquisas futuras poderão ampliar estes achados através de estudos multiculturais (por exemplo oriente/ocidente, desenvolvidos/emergentes/subdesenvolvidos).

Por fim, nossos achados demonstraram importantes moderações teóricas à jusante do modelo em razão do tipo de alimento avaliado no estudo original. Neste sentido, a concretização da intenção em comportamento que ocorre, é reduzida quando o alimento a ser analisado pelo consumidor é de origem vegetal, possui um ciclo de vida longo, tem consumo complexo ou possui características utilitárias. Tal achado sugere que a distância temporal, por exemplo, seja um importante moderador ainda não explorado no contexto de alimentos, uma vez que o consumo próximo aumenta a relação entre intenção e consumo. De outro lado, práticos poderão utilizar tais achados para definir estratégias que incrementem a percepção hedônica e de conveniência, aumentando a probabilidade das intenções serem convertidas em consumo.

De outro lado, os achados à montante do modelo – especialmente quanto a relação entre atitude e intenção – contribuem para o desenvolvimento de estudos no campo da escolha de alimentos. Os resultados sugerem que a atitude (crenças individuais) impacte de modo mais significativo a intenção de consumo quando os alimentos são de origem animal, possuem ciclo de vida longo, são geneticamente modificados ou relacionados a comportamentos saudáveis ou dietéticos. Tais achados evidenciam a necessidade de os atores envolvidos em cadeias com tais características estabelecerem estratégias que alterem e modifiquem as crenças individuais dos sujeitos, especialmente pelo alto fator preditivo deste construto sobre a intenção e, consequentemente sobre o comportamento. Pesquisas futuras poderão avaliar tais questões identificando mecanismos de modificação das atitudes, em especial em cadeias produtivas com as características aqui expostas.

Nossa pesquisa possui limitações, em especial por fatores metodológicos próprios do método. Neste sentido, nossa amostra é bastante concentrada em países com alto índice de desenvolvimento ($M_{IDH}=.909$) com ampla prevalência de mensurações subjetivas (*surveys*). Outrossim, há limitações quanto a possíveis vieses de publicação e também quanto escolha das palavras chave. Estudos futuros poderão avaliar nossos achados ampliando as pesquisas para contextos culturais mais diversificados e valendo-se em especial de mensurações objetivas através de metodologias experimentais.

6. Referências

AJZEN, I. THE THEORY OF PLANNED BEHAVIOR. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, v. 50, n. 2, p. 179-211, Dec 1991. ISSN 0749-5978.

_____. Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. **Journal of Applied Social Psychology**, v. 32, n. 4, p. 665-683, Apr 2002.

AJZEN, I.; FISHBEIN, M. ATTITUDINAL AND NORMATIVE VARIABLES AS PREDICTORS OF SPECIFIC BEHAVIORS. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 27, n. 1, p. 41-57, 1973.

AJZEN, I.; MADDEN, T. J. PREDICTION OF GOAL-DIRECTED BEHAVIOR - ATTITUDES, INTENTIONS, AND PERCEIVED BEHAVIORAL-CONTROL. **Journal of Experimental Social Psychology**, v. 22, n. 5, p. 453-474, Sep 1986.

AL-SWIDI, A. et al. The role of subjective norms in theory of planned behavior in the context of organic food consumption. **British Food Journal**, v. 116, n. 10, p. 1561-1580, 2014.

AMBE, I. M.; BADENHORST-WEISS, J. A. Framework for choosing supply chain strategies. **African Journal of Business Management**, v. 5, n. 35, p. 13388-13397, Dec 2011.

BRINBERG, D.; AXELSON, M. L.; PRICE, S. Changing food knowledge, food choice, and dietary fiber consumption by using tailored messages. **Appetite**, v. 35, n. 1, p. 35-43, Aug 2000.

CARFORA, V.; CASO, D.; CONNER, M. The role of self-identity in predicting fruit and vegetable intake. **Appetite**, v. 106, p. 23-29, Nov 2016.

CHAN, K.; PRENDERGAST, G.; NG, Y. L. Using an expanded Theory of Planned Behavior to predict adolescents' intention to engage in healthy eating. **Journal of International Consumer Marketing**, v. 28, n. 1, p. 16-27, 2016.

CHEN, M. F. Consumer attitudes and purchase intentions in relation to organic foods in Taiwan: Moderating effects of food-related personality traits. **Food Quality and Preference**, v. 18, n. 7, p. 1008-1021, Oct 2007.

_____. The gender gap in food choice motives as determinants of consumers' attitudes toward GM foods in Taiwan. **British Food Journal**, v. 113, n. 6-7, p. 697-709, 2011.

_____. Modeling an extended theory of planned behavior model to predict intention to take precautions to avoid consuming food with additives. **Food Quality and Preference**, v. 58, p. 24-33, Jun 2017.

DE MAYA, S. R.; LOPEZ-LOPEZ, I.; MUNUERA, J. L. Organic food consumption in Europe: International segmentation based on value system differences. **Ecological Economics**, v. 70, n. 10, p. 1767-1775, Aug 2011. ISSN 0921-8009.

FISHBEIN, M. An investigation of the relationships between beliefs about an object and the attitude toward the object. **Human Relations**, v. 16, n. 3, p. 233-239, 1963.

GIDDENS, A. **A constituição da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

HAN, T. I.; STOEL, L. Explaining Socially Responsible Consumer Behavior: A Meta-Analytic Review of Theory of Planned Behavior. **Journal of International Consumer Marketing**, v. 29, n. 2, p. 91-103, 2017.

HEDGES, L. V.; OLKIN, I. **Statistical methods for meta-analysis**. Orlando, FL: Academic Press, 1985.

HOFMANN, E.; HOELZL, E.; KIRCHLER, E. A comparison of models describing the impact of moral decision making on investment decisions. **Journal of Business Ethics**, v. 82, n. 1, p. 171-187, Sep 2008.

- HOFSTEDE, G. HOFSTEDE CULTURE DIMENSIONS - AN INDEPENDENT VALIDATION USING ROKEACH VALUE SURVEY. **Journal of Cross-Cultural Psychology**, v. 15, n. 4, p. 417-433, 1984.
- HUNTER, J. E.; SCHMIDT, F. L. **Methods of meta-analysis: Correcting error and bias in research findings**. Sage, 2004.
- INNESS, M. et al. De-marketing tobacco through price changes and consumer attempts quit smoking. **Journal of Business Ethics**, v. 77, n. 4, p. 405-416, Feb 2008.
- KUMAR, A.; SMITH, S. Understanding Local Food Consumers: Theory of Planned Behavior and Segmentation Approach. **Journal of Food Products Marketing**, v. 24, n. 2, p. 196-215, 2018.
- LIBERATI, A. et al. The PRISMA Statement for Reporting Systematic Reviews and Meta-Analyses of Studies That Evaluate Health Care Interventions: Explanation and Elaboration. **Plos Medicine**, v. 6, n. 7, Jul 2009.
- LIN, H. F. Predicting consumer intentions to shop online: An empirical test of competing theories. **Electronic Commerce Research and Applications**, v. 6, n. 4, p. 433-442, Win 2007.
- LIU, D.; BAUER, K. D. Exploratory investigation of obesity risk and prevention in Chinese Americans. **Journal of Nutrition Education and Behavior**, v. 39, n. 3, p. 134-141, May-Jun 2007.
- MASALU, J. R.; ASTROM, A. N. Predicting intended and self-perceived sugar restriction among Tanzanian students using the theory of planned behavior. **Journal of Health Psychology**, v. 6, n. 4, p. 435-445, Jul 2001.
- MOHER, D. et al. Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses: The PRISMA Statement. **Annals of Internal Medicine**, v. 151, n. 4, p. 264-W64, Aug 2009.
- MULLAN, B. A.; WONG, C.; KOTHE, E. J. Predicting adolescents' safe food handling using an extended theory of planned behavior. **Food Control**, v. 31, n. 2, p. 454-460, Jun 2013
- ORWIN, R. G. A fail-safe N for effect size in meta-analysis. **Journal of educational statistics**, v. 8, n. 2, p. 157-159, 1983.
- ROSENTHAL, R.; RUBIN, D. B. Further issues in effect size estimation for one-sample multiple-choice-type data. **Psychological Bulletin**, v. 109, n. 2, p. 351-352, Mar 1991.
- SCALCO, A. et al. Predicting organic food consumption: A meta-analytic structural equation model based on the theory of planned behavior. **Appetite**, v. 112, p. 235-248, May 2017.
- SINGH, A.; KATHURIA, L. M. Understanding drivers of branded food choice among low-income consumers. **Food Quality and Preference**, v. 52, p. 52-61, Sep 2016.