

En esta sección de la entrevista se indaga sobre la compra y las expectativas sobre el producto. A su vez, se le pregunta sobre los lugares de compra más usuales.

- Conocimiento sobre certificaciones y generación de confianza

En esta sección de la entrevista se indaga sobre el conocimiento que tiene la persona entrevistada sobre las certificaciones que avalan que un producto es orgánico/ecológico y el peso que le dan a dichas certificaciones en la generación de confianza. A su vez se pregunta si se reconoce alguna diferencia entre los conceptos de “orgánico” y “ecológico”, ello con el objetivo de conocer si existe una clasificación interna de los productos por sus características ambientales.⁵²

- Percepciones sobre el Cambio Climático y consecuencias adversas

En esta sección de la entrevista se indaga sobre el conocimiento que las personas entrevistadas tienen sobre el Cambio Climático y si considera que sus consecuencias podrían afectarlo.

- Nuevo Paradigma Ecológico (NEP)

En esta sección de la entrevista se indaga sobre la presencia del NEP en las personas entrevistadas. Se le pide la persona indicar si está de acuerdo o en desacuerdo con los enunciados que determinan la presencia del NEP.

(Ver guía de entrevista en Anexos)

⁵². Cabe señalar que para el caso de alimentos orgánicos el reglamento de SENASA señala que se les puede llamar tanto orgánicos como ecológicos. No obstante el concepto ecológico responde a un concepto amplio asociado generalmente al cuidado de la naturaleza. Por ejemplo se podría cultivar una lechuga sin usar sustancias químicas y por ello ser orgánica pero si se hace un uso indiscriminado del agua podría considerarse menos ecológica. Actualmente el término *ecológico* es usado en los productos para indicar su menor impacto negativo en la naturaleza.

