

FATORES ASSOCIADOS À PERCEPÇÃO E ATITUDE DE CONSUMIDORES DE CARNE BOVINA COM CERTIFICAÇÃO DE ORIGEM EM CONTAGEM, MG, BRASIL

(FACTORS ASSOCIATED WITH PERCEPTION AND ATTITUDE OF BEEF CONSUMERS REGARDING ORIGIN CERTIFICATION IN CONTAGEM, MG, BRAZIL)

P. B. FARIA¹, M. A. LOPES^{1*}, F. R. P. BRUHN², F. M. C. MELADO³, A. F. NETO², R. L. PREVIDELLI⁴

O objetivo deste estudo foi levantar o perfil de percepção e atitude dos consumidores de carne bovina na cidade de Contagem, Minas Gerais, Brasil, e também verificar quais os fatores socioeconômicos estão relacionados à compra de carne com certificação de origem. Os dados foram levantados de entrevistas feitas com 400 consumidores (n = 400) em abril de 2012, em alguns supermercados locais, em Contagem, Minas Gerais, Brasil. Os questionários, realizados por um único pesquisador, basearam-se em um formulário estruturado com 36 questões de múltipla escolha. As variáveis foram descritas e um modelo de múltiplas equações de estimação generalizadas (EEG) de regressão logística foi elaborado para identificar possíveis associações entre as características socioeconômicas dos consumidores e os principais atributos da carne que influenciam a decisão de compra. A presença do carimbo colocado pelo Serviço de Inspeção Federal (SIF) no produto foi o atributo que mais influenciou as decisões de compra dos consumidores. A maioria dos entrevistados nunca ouviu falar de rastreabilidade de carne bovina. Entre as pessoas entrevistadas, a maioria delas está disposta a pagar mais por carne com certificação de origem, no entanto, existem desvantagens associadas com a rastreabilidade, principalmente em relação ao aumento do preço da carne. Os consumidores com níveis mais elevados de educação consideram que a carne rastreada proporciona mais segurança ao evitar o risco de surtos de doenças de origem alimentar na população ($p < 0,01$, OR = 2,9, IC95% = 1,4-3,4). Os consumidores com maiores níveis de renda estão familiarizados com os termos: a rastreabilidade, a carne rastreada, ou carne com certificado de origem ($p < 0,01$, OR = 2,9, IC95% = 1,5-5,5). Rendimentos mensais mais altos estão diretamente associados com maior aceitação dos consumidores a pagar mais por carne rastreada ($p = 0,018$, OR = 4,8, IC95% = 1,3-17,5). Os consumidores com níveis mais elevados de educação e renda têm uma percepção melhor sobre este tipo de certificação e, também, aceitam melhor pagar mais por carne rastreada.

Suporte: CNPq/MAPA; FAPEMIG.

¹Professor-Departamento de Medicina Veterinária, Universidade Federal de Lavras (UFLA) *malopes@dmv.ufla.br

²Graduate student - Departamento de Medicina Veterinária, UFLA.

³Animal Science student - Departamento de Zootecnia, UFLA.

⁴Veterinary Medicine student - Departamento de Medicina Veterinária, UFLA.