



COMO MELHOR ENTENDER E PREVER AS DECISÕES E COMPORTAMENTOS DOS AGENTES DO AGRONEGÓCIO?

Caroline Flores Silva (carolsilva1d@gmail.com)

João Augusto Rossi Borges (joaoborges@ufgd.edu.br)

O Brasil é um dos principais atores mundiais na produção e exportação de carne bovina, reflexo de um complexo e estruturado trabalho de longo prazo em nível de produtividade e qualidade frente à atuação de instituições governamentais e do setor privado. Porém, escândalos alimentares podem impactar negativamente na confiança do consumidor e nas exportações da carne bovina. Neste contexto, o presente trabalho teve como objetivo avaliar o impacto da informação dos escândalos alimentares sobre a confiança do consumidor de carne bovina. Para atingir os objetivos propostos foi desenvolvido um questionário online aplicado a 600 respondentes. Estes foram divididos em três grupos para os quais foram apresentados diferentes tipos de informações relacionadas à cadeia da carne bovina, a saber: G1 – grupo neutro; G2 – grupo que recebeu informações positivas; e G3 - grupo que recebeu informações negativas (sobre escândalos alimentares). Os resultados obtidos indicam que os participantes do G3 apresentaram menor confiança em quase todas as variáveis testadas, relativas à cadeia da carne bovina, quando comparados com o G1 e o G2. Esses resultados confirmam que a confiança do consumidor é influenciada pelo tipo de informações que lhe são expostas. Sendo assim, a divulgação de informações positivas pode ser uma estratégia eficaz para ser implementada por instituições públicas e pela iniciativa privada para restabelecer a confiança dos consumidores sobre a cadeia da carne bovina. Quero agradecer ao professor João por ter me escolhido para participar da iniciação científica, pelo apoio dado e por ter permitido que obtivesse conhecimentos únicos nesse período, ao CNPq pela bolsa concedida, aos meus pais por motivar a não desistir e a faculdade por conceder apoio estrutural para realizar as pesquisas.