

# IX ENEPEX/ XIII EPEX-UEMS E XVII ENEPE-UFGD

## ALIMENTOS RASTREÁVEIS: QUAIS SÃO OS FATORES QUE INFLUENCIAM O COMPORTAMENTO DE COMPRA DO CONSUMIDOR?

*Larissa Carvalho Nunes (lariicnunes@gmail.com)*

*Lucas Deliberador (lucasdelerador@ufgd.edu.br)*

A rastreabilidade é a capacidade de rastrear a origem e acompanhar a movimentação de um produto ao longo da sua cadeia produtiva, desde a matéria-prima até o consumidor final, por meio de um código de identificação registrado. Em cadeias agroalimentares, a rastreabilidade é uma ferramenta empregada para prevenir riscos de segurança alimentar e um fator importante na confiança dos consumidores em relação aos produtos alimentícios que consomem. Assim, o objetivo geral do estudo foi entender quais são os fatores determinantes para que os consumidores adquiram produtos alimentícios com sistemas de rastreabilidade. Inicialmente, foi realizada uma Revisão Sistemática da Literatura (RSL) com 49 estudos entre os anos de 2005 e 2022, seguida de uma análise de conteúdo. Esta RSL teve como propósito identificar as barreiras e os facilitadores que fazem com que os consumidores adquiram ou não os produtos alimentícios rastreáveis. Com as variáveis descobertas na RSL, foi possível desenvolver um modelo conceitual, com hipóteses e variáveis a serem testadas empiricamente. Após o desenvolvimento do modelo, foi realizada uma coleta de dados por meio de questionário eletrônico, examinando as percepções do sistema de rastreabilidade pelos consumidores. Obteve-se 263 respostas de 21 estados brasileiros e, a partir dos dados coletados, realizou-se uma análise descritiva das respostas. Em seguida, empregou-se a modelagem de equações estruturais como uma forma de analisar as relações hipotéticas, começando com um modelo teórico, que é transformado em um diagrama de percurso. Foi avaliado o modelo de mensuração, a fim de analisar a confiabilidade do modelo, e avaliado o modelo estrutural, para verificar a significância das hipóteses propostas. Com isso, foi possível determinar o comportamento do consumidor em relação a esse tema,

# IX ENEPEX/ XIII EPEX-UEMS E XVII ENEPE-UFGD

confirmando hipóteses de que a confiança nos produtores de alimentos rastreáveis e a confiança no governo tem uma influência positiva dos consumidores quanto à segurança alimentar. Ademais, confirmou-se as hipóteses de que o conhecimento, o comportamento pró ambiental, a percepção sobre os benefícios à saúde, a percepção sobre segurança alimentar dos consumidores sobre os produtos rastreáveis tem um efeito positivo sobre a intenção dos consumidores em adquirir produtos rastreáveis. Pode-se destacar que este estudo contribui para as áreas de segurança alimentar e comportamento do consumidor, investigando empiricamente as relações entre a confiança do consumidor, as percepções do governo, preocupações ambientais, percepções de saúde, a segurança alimentar e as intenções de compra do consumidor. Além disso este estudo tem implicações gerenciais importantes para os profissionais da indústria de alimentos e as autoridades reguladoras, pois destaca áreas de foco críticas para construir relacionamentos positivos com os consumidores e satisfazer as suas necessidades crescentes.