



**PUBVET, Publicações em Medicina Veterinária e Zootecnia.**

## **Percepção do consumidor sobre bem-estar de animais de produção em Rio Verde, GO**

---

Luana Martins Schaly<sup>1</sup> Maria Cristina de Oliveira<sup>1</sup> Paulo Alexandre Perdomo Salviano<sup>2</sup> José Marcelo de Abreu<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Faculdade de Medicina Veterinária – Universidade de Rio Verde. Campus Universitário s/n, Rio Verde, GO, 75.901-910.

E-mail: mcorv@yahoo.com.br

<sup>2</sup>Faculdade de Ciências Econômicas – Universidade de Rio Verde. Campus Universitário s/n, Rio Verde, GO, 75.901-910.

---

### **Resumo**

Foram aplicados 200 questionários, em Rio Verde, GO, para investigar a percepção do consumidor de produtos de origem animal (POA) sobre o bem-estar dos animais (BEA) de produção, bem como sobre a disposição de pagar a mais por um produto que respeite o BEA. Dentre os entrevistados, 50,9% nunca tiveram contato com animais de produção. 49,01% dos consumidores disseram conhecer os métodos de criação animal e 66,9% estavam dispostos a pagar a mais por produtos derivados de melhor BEA. Dentre os que estavam dispostos, 59,5% pagariam até 3% a mais em relação ao preço do produto convencional. Concluiu-se que o consumidor de POA em Rio Verde, GO, não tem contato com animais de produção, porém, dizem conhecer os métodos de criação destes animais e

estão dispostos a pagar até 3% a mais por produtos oriundos de sistemas de criação que respeitem o BEA.

**Palavras-chave:** bem-estar animal, produção animal, Rio Verde

## **Consumer perception about animal welfare in Rio Verde, GO**

### **Abstract**

Two hundred questionnaires were applied in Rio Verde, GO, to investigate the consumer perception about animal welfare (AW), as well their willing to pay more for a product that respect the AW. Among the interviewed, 50.9% never had a contact with farm animals. 49.01% of them said know the animal rearing methods and 66.9% could pay more for products derived of better AW. Among the ones that would pay more, 59.5% would pay up to 3% more in relation to the price of conventional product. It was concluded that the consumer of animal origin product in Rio Verde, GO, has not contact with farm animals, however, they say know the rearing methods and could pay up to 3% more for products from rearing systems that respect the AW.

**Keywords:** animal production, animal welfare, Rio Verde

### **INTRODUÇÃO**

O bem-estar animal (BEA) relaciona-se a preocupações éticas com a qualidade de vida dos animais, principalmente, os utilizados como alimento por humanos e mesmo sendo um tema que tem despertado interesse crescente por parte da sociedade, ainda falta conhecimento sobre onde o BEA pode influenciar na qualidade final do produto de origem animal (POA).

Há poucas informação a respeito das percepções do consumidor em relação aos sistemas de criação animal e a influência destas percepções na escolha dos POA. BENNET et al. (2002) relataram que os consumidores com maiores níveis de interesse sobre BEA, estão dispostos pagar mais

pelos produtos oriundos dos sistemas de produção projetados com atenção às considerações do BEA.

A percepção do consumidor quanto ao BEA e o impacto ambiental podem influenciar no momento de compra dos POA (VERBEKE et al., 1999). Em alguns países, a carne de animais criados com respeito ao seu bem-estar é classificada pelos consumidores como um produto de melhor qualidade do que de animais criados intensivamente (PAN-HUY & FAWAZ, 2003). Além disso, a conscientização do consumidor quanto ao BEA pode ter efeitos negativos sobre o volume de vendas de POA. Os países que tradicionalmente exportam animais têm incorporado diferentes aspectos do BEA em suas práticas e regulamentações (ROJAS et al., 2004). A esse respeito, KÖBRICH et al. (2001) determinaram em amostra de consumidores de alto poder aquisitivo em Santiago, Chile, que 80% tinham atitude positiva em relação à BEA e 75% estavam dispostos a pagar a mais por alimentos de maior BEA.

Quando a sociedade reconhece o sofrimento animal como fator relevante, pode-se inferir ao BEA um valor econômico. Ao entrar no mundo da economia, o BEA passa a integrar os valores econômicos dos POA. Em sociedades de maior demanda por BEA, há estudos sobre o impacto que o padrão de BEA pode ter nas relações custo/benefício, já que o fator econômico afeta todos os aspectos do debate sobre bem-estar de animais de produção. Na Europa, existe a preocupação de que melhorias na qualidade de vida dos animais possam infligir os custos de produção, que é um fator limitante aos progressos na área de bem estar de animais de produção e resulta em pressão para que exigências de BEA sejam adotadas por todos os fornecedores de POA daquele mercado (MOLENTO, 2005).

Essa pesquisa foi realizada com o objetivo de investigar a percepção do consumidor de produtos de origem animal sobre o bem-estar dos animais de produção na cidade de Rio Verde, GO.



Para a análise de dados, utilizou-se a técnica de análise de distribuição de frequência simples.

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Metade dos entrevistados nunca teve contato prévio com animais de produção, entretanto, boa parte deles diz conhecer razoavelmente os sistemas de produção animal (Tabela 2). Dentre os entrevistados, 50,9% nunca tiveram contato com animais de produção. A porcentagem de respondentes que já tiveram algum contato com animais de produção (49,1%) difere da obtida por SCHNETTLER et al. (2009), em que a proporção de entrevistados no Chile que já haviam visitado fazendas de animais de produção era de 69,1%, porém foi similar às médias obtidas em Portugal e Grécia, de 29 a 49%, e muito menor do nos países escandinavos (90%) (Eurobarometer, 2005, citado por SCHNETTLER et al., 2009).

Tabela 2 - Distribuição de frequência de grau de contato direto com animais de produção e grau de conhecimento sobre como os animais de produção são criados em Rio Verde, GO

<b>Variável</b>	<b>Porcentagem de entrevistados</b>
<i>Contato direto com animais de produção</i>	
Nunca teve contato	50,9
Uma vez ao ano	16,6
Duas vezes ao ano	9,2
Uma vez ao mês	8,6
Uma vez por semana	6,1
Diariamente	8,6
<i>Conhecimento sobre como animais de produção são criados</i>	
Desconhece	37,20
Conhece parcialmente	49,01
Conhece bem	13,79

Com relação à proporção de consumidores que conheciam os métodos de criação animal, o valor obtido (49,01%) foi próximo aos da Espanha (51%) e menor do que nos países nórdicos (80 a 88%)

(Eurobarometer, 2007, citado por SCHENETTLER et al., 2009). Pessoas que já visitaram fazendas de animais são mais prováveis de considerar o BEA como fator importante no momento da compra de POA (SCHNETTLER et al., 2009).

Melhores padrões de BEA resultam em custos nos sistemas de produção e outros investimentos e os entrevistados foram questionados sobre a disposição em pagar a mais por produtos derivados de sistemas de produção que respeitassem o BEA (Tabela 3). Na amostra, 66,9% estavam dispostos a pagar a mais por produtos derivados de melhor BEA. KÖBRICH et al. (2001) no Chile, também determinaram, com consumidores de alto poder aquisitivo que, 75% deles estavam dispostos a pagar a mais por alimentos de melhor BEA. Há evidências de que o consumidor está disposto a pagar a mais por produtos de melhor qualidade ética, entretanto, um pensamento comum entre os produtores é que, na realidade, quando os consumidores vão às compras, eles pensam mais no preço do que em valores éticos (KALLIO, 2008).

Tabela 3 - Disposição em pagar a mais e percentagem a mais, em relação ao preço do produto convencional, que o consumidor está disposto a pagar a mais por produtos oriundos de sistemas de produção com alto grau de bem-estar

<b>Variável</b>	<b>Porcentagem de entrevistados</b>
<i>Disposição em pagar a mais</i>	
Sim	66,9
Não	33,1
<i>Percentagem a mais no preço</i>	
1 a 3%	59,5
4 a 8%	29,7
9 a 12%	6,3
13 a 15%	0,9
> 15%	3,6

Aos entrevistados foi perguntado também quanto a mais eles estariam dispostos a pagar por POA derivados de sistemas de produção que respeitassem o BEA (Tabela 3). Dentre os que estavam dispostos,

59,5% pagariam até 3% a mais em relação ao preço do produto convencional. Quanto a mais o consumidor está disposto a pagar, ou quão importante é o preço na sua decisão de compra, varia dependendo de sua motivação. Para os consumidores de países desenvolvidos, o preço não é o único determinante por trás das compras de POA, já que eles apresentam maior interesse nas práticas de criação e nos padrões de BEA (McINERNEY, 2004).

Consumidores espanhóis percebem negativamente os sistemas de produção intensiva e mais que 75% deles estão dispostos a pagar a mais por alimentos oriundos de sistemas com melhores níveis de BEA (MARÍA, 2006). Na Escócia, SCHRÖEDER & McEACHERN (2004) concluíram que consumidores evitavam comprar carne produzida em sistemas intensivos se o tratamento dos animais afetasse a qualidade da carne. Já McCARTHY et al. (2003) descobriram que o BEA não afeta significativamente a atitude com relação à carne bovina e seu consumo na Irlanda.

Sendo assim, percebe-se que a informação sobre BEA tem formado preferências e percepções de qualidade pelos consumidores e o tratamento dado ao animal antes do abate pode ser um atributo importante na decisão de compra de POA.

## **CONCLUSÃO**

Concluiu-se que os consumidores de POA de Rio Verde, GO, não ter contato com animais de produção, acreditam ter um conhecimento razoável do modo como os animais de produção são criados e está disposto a pagar até 3% a mais por um produto oriundo de sistemas de produção que respeitem o BEA.

## **REFERÊNCIAS**

BENNETT, R. M. et al. Moral intensity and willingness to pay concerning animal welfare issues and their importance for agricultural policy. **Journal of Agricultural and Environmental Ethics**, v. 5, p. 187-202, 2002.

KALLIO, J. H. Animal health and animal welfare – is it the same thing? **Acta Veterinaria Scandinavica**, v. 50, p. S1-S2, 2008.

SCHALY, L.M. et al. Percepção do consumidor sobre bem-estar de animais de produção em Rio Verde, GO. **PUBVET**, Londrina, V. 4, N. 38, Ed. 143, Art. 966, 2010.

KÖBRICH, K. et al. El bienestar animal como um atributo de diferenciación en la compra de alimentos de origen animal. **Economia Agraria**, v. 6, p. 251-259, 2001.

MARÍA, G.A. Public perception of farm animal welfare in Spain. **Livestock Science**, v. 103, p. 250-256, 2006.

McCARTY, M. et al. Factors influencing intention to purchase beef in the Irish market. **Meat Science**, v. 65, p. 1071 – 1083, 2003.

McINERMEY, J. Animal welfare, economics and policy. **Report on a study undertaken for the Farm and Animal Health Economics Division of DEFRA**, 2004. 68p. Disponível em: <<http://statistics.defra.gov.uk/esg/reports/animalwelfare.pdf>>. Acesso em: 28 jun. 2009.

MOLENTO, C.F.M. Bem-estar e produção animal: aspectos econômicos – revisão. **Archives of Veterinary Science**, v. 10, p. 1-11, 2005.

PAN-HUY, S.A.; FAWAZ, R.B. Swiss market for meat from animal friendly production. Responses of public and private actors in Switzerland. **Journal of Agricultural and Environmental Ethics**, v. 16, p. 119-136, 2003.

ROJAS, H. et al. Políticas y prácticas de bienestar animal en los países de América: estudio preliminar. **Review in Scientific Technologies - OIE**, v. 24, p. 549-565, 2004.

SCHNETTLER, B. et al. Consumer willingness to pay for beef meat in a developing country: The effect of information regarding country of origin, price and animal handling prior to slaughter. **Food Quality and Preference**, v. 20, p. 156-165, 2009.

SCHRÖEDER, M.J.A.; McEACHERN, M.G. Consumer value conflicts surrounding ethical food purchase decisions: a focus on animal welfare. **International Journal of Consumer Studies**, v. 28, p. 16-177, 2004.

VERBEKE, W. et al. Consumer perception. Facts and possibilities to improve the acceptability of health and sensory characteristics of pork. **Meat Science**, v. 53, p. 77-99, 1999.