

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA

AMANDA BENTO ALOY

CONSUMO DE CARNE SUÍNA NO MUNICÍPIO DE DOM PEDRITO - RS

**Dom Pedrito
2018**

AMANDA BENTO ALOY

CONSUMO DE CARNE SUÍNA NO MUNICÍPIO DE DOM PEDRITO - RS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Zootecnia da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Zootecnia.

Orientadora: Angélica Pereira dos Santos Pinho

**Dom Pedrito
2018**

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos
pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do
Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais) .

B316c Bento Aloy, Amanda

Consumo de carne suína no município de Dom Pedrito -
RS / Amanda Bento Aloy.

42 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) --
Universidade Federal do Pampa, ZOOTECNIA, 2018.

"Orientação: Angélica Pereira dos Santos Pinho".

1. Consumidor. 2. Produtos de origem animal. 3.
Suínos. I. Título.

AMANDA BENTO ALOY

CONSUMO DE CARNE SUÍNA NO MUNICÍPIO DE DOM PEDRITO - RS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Zootecnia da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Zootecnia.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: 3 de julho de 2018.

Banca examinadora:

Angélica Pereira dos Santos Pinho
Zootecnista, Prof^a Dr^a
UNIPAMPA
Orientadora

Eduardo Brum Schwengber
Zootecnista, Prof. Dr.
UNIPAMPA

Paulo Rodinei Soares Lopes
Zootecnista, Prof. Dr.
UNIPAMPA

AGRADECIMENTO

Primeiramente, gostaria de agradecer a Deus por todas as coisas boas que ele traz pra minha vida, por ter me guiado neste caminho da vida acadêmica, que às vezes parece tão longo.

Gostaria de agradecer a universidade pela oportunidade de poder cursar na minha cidade natal, aos professores que de uma forma ou outra estão sempre nos transmitindo grandes aprendizados.

Em especial a minha orientadora Prof^a Angélica, que sempre buscou me ajudar mesmo quando em viagem ou tendo compromissos a cumprir, a professora Tisa que foi como uma co-orientadora pra mim pois me ajudou muito, e leu meu TCC muitas vezes pra tentar me orientar, pois às vezes eu me sentia meio perdida e também a professora Lilian, que fez eu me apaixonar pela suinocultura, uma área que eu nunca pensei em me identificar tanto.

A minha colega e amiga Larissa, uma amizade que vou levar pra sempre, mesmo que distante, gostaria de agradecê-la, por me dar forças pra continuar quando eu quis desistir do TCC e do curso, obrigada, sem tu eu não estaria hoje aqui escrevendo.

Aos meus pais, Ailton e Ana, que mesmo eu não morando mais com eles, sempre buscaram me ajudar, e me incentivar a nunca desistir, amo vocês.

E claro, que não podia faltar, o agradecimento, ao meu grande amor, Vinícius, a pessoa que eu quero sempre do meu lado, que me ajudou e muito a não desistir de tudo também, que me deu forças para seguir em frente e que sempre quis me mostrar que valeria a pena tudo no final, simplesmente te amo.

“Sem sonhos, a vida não tem brilho, Sem metas, os sonhos não têm alicerces. Sem prioridades, os sonhos não se tornam reais”.

Augusto Cury

RESUMO

A carne suína possui um alto valor nutricional e sensorial, sendo a fonte de proteína animal mais consumida no mundo, terceira mais consumida e utilizada para fabricação de derivados no Brasil. Entretanto, o consumo de carne suína no Brasil ainda é baixo possivelmente devido à falta de informação da população sobre as características nutricionais da carne. O presente trabalho baseou-se no consumo de carne suína e seus derivados, caracterizando a preferência dos consumidores no município de Dom Pedrito-RS. Foram aplicados questionários do tipo Survey e online via Google Docs contendo 11 questões fechadas sobre a opinião dos consumidores em relação a carne suína e sobre seu hábito de consumo de carnes, para um total de 93 pessoas escolhidas ao acaso. Após realizados os questionários, observou-se que 55 dos entrevistados (59%) responderam consumir a carne suína, sendo que 35 e 36 pessoas respectivamente (24 e 25%) dos que consomem, optam por lombo e costela, sendo estes os cortes preferidos pela população. Vinte e três dos entrevistados (25%) afirmam não consumir a carne suína. Quando questionados sobre consumo de derivados suínos, 86 pessoas (92%) afirmam consumir os derivados da carne suína. Em relação ao conhecimento acerca dos benefícios da carne suína, 55 dos entrevistados (59%) afirmaram não possuir nenhum tipo de conhecimento sobre o assunto e 38 entrevistados (41%) possuem apenas algum conhecimento. Grande parte dos entrevistados demonstra apreciar o consumo de derivados da carne suína, mais do que da carne in natura. Mas, ainda falta conhecimento dos consumidores, pois muitos entrevistados afirmam desconhecer os benefícios da carne, mostrando-se surpreendidos ao serem informados sobre o assunto.

Palavras-Chave: consumidor, produtos de origem animal, suínos

ABSTRACT

The pork has a high nutritional and sensory value, being a source of animal protein most consumed in the world, third most consumed and used for the manufacture of derivatives in Brazil. However, pork consumption in Brazil is still lower due to a lack of information on the nutritional characteristics of meat. The present work is based on the consumption of pork and its derivatives, characterizing a preference of the consumers in the municipality of Dom Pedrito - RS. Survey and online questionnaires were used via Google Docs containing 11 questions about the choice of foodstuffs for human consumption, in a total of 93 people randomly chosen. After the questionnaires, 55% of the respondents (59%) responded to consuming a meat, 35 and 36 people (24 and 25%) of those who consume, opt for loin and rib, which are preferred by the population. Twenty-three of the respondents (25%) said they did not consume pork. When questioned about consumption of derivatives, 86 people (92%) claim to consume pork products. Regarding the knowledge about the meat choices, 55 of the interviewees (59%) stated that they were not available in any type of knowledge about the subject and 38 respondents (41%) did a little knowledge. Most of the interviewees showed the consumption of pork products rather than fresh meat. But despite the lack of consumer knowledge, he is faced with many cases of ignorance about the advantages of meat, while at the same time being informed about the subject.

Key words: consumer, products of animal origin, swine

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Faixa etária dos entrevistados.....	19
Figura 2 – Gênero dos entrevistados.....	20
Figura 3 – Naturalidade dos entrevistados	21
Figura 4 – Grau de instrução dos entrevistados	22
Figura 5 – Frequência de consumo de derivados da carne suína	23
Figura 6 – Derivados mais consumidos da carne suína	24
Figura 7 – Frequência de consumo de carne bovina	25
Figura 8 – Frequência de consumo de carne de frango	26
Figura 9 – Frequência de consumo de carne suína	27
Figura 10 – Frequência de consumo de pescados	28
Figura 11 – Frequência de consumo de outras carnes	28
Figura 12 – Local de compra da carne suína	31
Figura 13 – Motivo da compra de carne suína	32
Figura 14 – Frequência de consumo de cortes da carne suína	33
Figura 15 – Conhecimento acerca dos benefícios da carne suína	34

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Composição nutricional de alguns cortes suínos, da sobrecoxa de frango e contra filé bovino	17
--	----

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	13
2.1	Histórico da produção suína	13
2.2	A carne suína no Brasil.....	13
2.3	A carne suína no Rio Grande do Sul	14
2.4	Perfil do consumidor.....	15
2.5	Características gerais da carne suína	16
3	MATERIAIS E MÉTODOS	17
3.1	Apresentação da metodologia	17
3.2	Período de realização do trabalho	17
3.3	Materiais utilizados	18
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO	19
4.1	Gênero e faixa etária	19
4.2	Naturalidade.....	20
4.3	Consumo de produtos de origem animal.....	21
4.4	Grau de instrução.....	21
4.5	Consumo de derivados de carne suína.....	22
4.6	Frequência de consumo de carnes em geral	24
4.7	Carne suína in natura	29
4.8	Local de compra da carne suína	30
4.9	Frequência de consumo de cortes de carne suína	32
4.10	Conhecimento acerca dos benefícios da carne suína	33
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	35
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	36
	APÊNDICES	41

1 INTRODUÇÃO

De acordo com pesquisadores do CEPEA – Esalq USP (2018) tem-se se uma perspectiva de aumento no consumo de carne suína em 1,63% em 2018. O consumo per capita, no entanto, custa a se elevar e apenas no ano de 2016 ultrapassou os 15 quilos por habitante (ABPA, 2016).

Segundo o Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA, 2017), há uma estimativa de crescimento de 2,5% da produção brasileira de carne suína para 3,9 milhões de toneladas ainda no ano de 2018.

De acordo com Silva et al. (2017) apud Silveira (2016) e Souza et al. (2016) atualmente ainda existe preconceito por parte dos consumidores sobre a carne suína *in natura* e derivados, pois acredita-se que esta carne apresenta elevados riscos à saúde devido à alta quantidade de colesterol e gordura, bem como, sua relação com a transmissão de doenças como cisticercose e ingestão de ovos de tênia (solitária), sendo observado esses mitos em todo o território brasileiro. Entretanto, inexistem na literatura trabalhos que demonstram estes tipos de contaminação com o consumo desta carne.

Segundo Magnoni e Pimentel (2007) observaram que a carne suína possui altos teores de proteína e minerais, como ferro, selênio, vitaminas do complexo B, entre outros demonstrando assim que a maior parte da população está errada quanto ao seu ponto de vista nutricional sobre a carne suína, pois ainda associa a carne suína ao excesso de gordura e malefícios para saúde.

Os consumidores têm papel preponderante na escolha dos produtos e serviços que desejam obter. Com o maior acesso à informação e ao conhecimento, os consumidores tornaram-se mais críticos quanto aos produtos que consomem, fazendo com que as empresas necessitem conhecer melhor as suas preferências e seus comportamentos, como estratégia de mercado para garantir a sua competitividade (MIELE, 2011).

Por conseguinte, a suinocultura tem alcançado excelentes avanços quanto ao teor de gordura, principalmente na área de genética e nutrição, que diminuíram de forma consistente os níveis de gordura intramuscular e de espessura de toucinho (ROPPA, 1996). Observa-se que os consumidores estão buscando um produto mais saudável, logo há uma necessidade de aumento na produção de carne magra em suínos.

Também deve ser observado nos processos produtivos, principalmente na espécie suína o manejo que este animal está sendo submetido, pois tem uma suscetibilidade genética em razão do gene Halotano a produção de carne PSE. De acordo com Tarrant (1993), o estresse à curto prazo, pode resultar no acúmulo de lactato que reduz o pH e produz a carne PSE (Pale, Soft, Exsudative – pálida, mole e exsudativa). Já, o estresse à longo prazo, segundo Warriss e Brown (2000), pode esgotar o glicogênio do músculo antes do tempo, que leva a um aumento no pH e produz a carne DFD (Dark, Firm, Dry – escura, dura e seca).

Warriss (1994) verificou que a carne de suínos estressados antes do abate é menos palatável do que a de suínos manuseados com cuidado.

Em geral, acredita-se, que para obtermos um produto final de qualidade, deve-se realizar o manejo de maneira que o animal não sofra estresse e esse fato, cada vez mais ganha importância no mercado devido à grande competitividade no setor de carne suína.

Desta forma, demonstrar que o bem-estar resulta em um produto de melhor qualidade é um grande incentivo para melhorar a forma com que criamos, manuseamos e abatemos os animais. Antes do abate, o bem-estar advém do cuidado com os animais, diminuindo o estresse e os traumatismos. Sendo assim, o mau manuseio antes do abate tem como consequência o estresse e por conseguinte, uma piora na qualidade da carne, pois afeta o padrão de acidificação muscular post mortem (UFRGS, 2013).

A melhoria na qualidade da carne suína é conhecida por todos que estão ligados ao setor, porém só através de campanhas competentes de marketing poderemos ter o sucesso do repasse destas vantagens ao grande público consumidor (ROPPA, 1996).

Portanto, este estudo tem como objetivo analisar o consumo de carne suína no município de Dom Pedrito – RS, quanto ao conhecimento do produto bem como diagnosticar os fatores relacionados com a escolha, a frequência e quantidade consumida nesta região.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1. Histórico da Produção Suína

A domesticação do porco foi há cerca de 5000 anos A.C. e acredita-se que ele tenha sido domesticado no Próximo Oriente e na China. Por eles serem animais de fácil adaptabilidade, isso permitiu que os humanos o domesticassem, antes de qualquer outro animal. Os porcos sofreram inúmeras transformações morfológicas e fisiológicas de acordo com as necessidades do homem, em relação a um melhor aproveitamento do animal (ABPA, 2016).

O suíno foi trazido para o continente americano por Cristóvão Colombo, em 1493, em sua segunda viagem, mais especificamente na região de São Domingos, onde desembarcaram oito animais. Após, esses animais foram pro México, Panamá e Colômbia (FERREIRA et al. 2014). De acordo com o mesmo autor, no Brasil, os suínos foram introduzidos em 1532, na região de São Vicente, no litoral paulista e quem os trouxe foi o navegador Martim Afonso de Souza.

Atualmente, a carne suína no Brasil passou a ser produzida com menores teores de gordura na sua carcaça e a desenvolver músculos proeminentes, especialmente no lombo e no pernil, que são cortes vistos como carnes nobres. (ABPA, 2016)

Dessa forma, os criadores passaram a desenvolver um suíno, e não mais porco com 30% de massa anterior e 70% de posterior e, graças aos programas de melhoramento genético, o suíno moderno passou a possuir cerca de até 60% de carne magra na carcaça e em torno de 1,0 cm de espessura de toucinho (ABPA, 2016).

2.2. A Carne Suína no Brasil

Na atualidade, a carne suína no Brasil é menos consumida se comparada às demais fontes de proteína animal, principalmente carne bovina e de frango (ABPA, 2016).

Segundo a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO), no ano de 2007, o consumo do brasileiro foi em torno de 80 kg de carne por ano, e destes cerca de 11 kg é de carne suína.

O consumo de carne suína tem aumentado, sendo que no ano de 2011 foi verificado o consumo de cerca de 14,88 kg por pessoa (GERVÁSIO, 2012).

Sendo assim, a carne suína é a terceira mais consumida no país, tendo como principal destino o mercado interno que responde por 85% da demanda. A média de consumo nacional é semelhante à mundial, em torno de 15 kg per capita por ano, e tem crescido nos últimos dez anos, representando um aumento de 30%, conforme dados da ABPA (2016).

Isso demonstra que o brasileiro está aumentando o consumo de carne suína, e como consequência tem um aumento na produção e expansão da cadeia de produtores de suínos (GERVÁSIO, 2012).

Conforme dados do IBGE (2011), a produção de carne suína no Brasil obteve um crescimento em torno de 7% ao ano. Isto se deve a alta tecnologia, ao manejo e a melhoria nas questões de condição sanitária e abate do animal.

O maior estado produtor de carne suína no Brasil é Santa Catarina, seguido pelo Rio Grande do Sul e após pelo Paraná. Ambos representam 66,7% da produção (IBGE,2011).

2.3. A Carne Suína no Rio Grande do Sul

Responsável por 21% da produção nacional de carne suína, atrás apenas do Estado de Santa Catarina, conforme dados do IBGE (2012). O estado faturou mais de quatro milhões de dólares em 2013 com exportação de carne suína.

Uma das metas da Associação de Criadores de Suínos do Rio Grande do Sul é aumentar o consumo de carne suína. Atualmente a média de consumo por pessoa é de 15 kg de carne, mas é possível que alcance um consumo de até mais de 20 kg (Acsurs, 2015).

A produção de suínos atende todos os frigoríficos do Estado e são produzidos entre 200 e 300 mil suínos por ano. Além disso, a região Norte gaúcha tem um ótimo desenvolvimento de sua cadeia de carne suína, possuindo frigoríficos em Santa Rosa e região de Frederico Westphalen. Também há uma recente inauguração de um frigorífico em Seberi, que tem capacidade para abater até dois mil suínos por dia (Acsurs, 2015).

2.4 Perfil do Consumidor

Quem vai determinar o que deseja comprar é o consumidor e o mercado apenas tem o dever de se adaptar a demanda destes. Sendo assim, a qualidade se tornou uma obrigação para o mercado produtor. Porém, ainda a decisão de compra esta relacionada ao preço. O mercado têm de suprir as exigências dos consumidores que procuram por produtos de maior valor agregado e de alta qualidade (TRUOCCHIO e ANTONIALLI, 2008).

Quando os consumidores tomam decisões de compra baseiam-se em fatores como o preço, cor, quantidade e teor de gordura, entre outros para avaliar a qualidade da carne (LAWRIE, 2005).

Após comprarem seu produto, os consumidores analisam atributos sensoriais como suculência, maciez e sabor, o que vai determinar que ele compre novamente esse produto (BRASHEAR et. al. 2002; GOODING et. al. 2009).

A importância desses atributos varia de acordo com a região analisada e individualmente pelo consumidor (LAWRIE, 2005).

O desenvolvimento de novos produtos, incluindo a carne *in natura*, deve ser realizado de acordo com as exigências dos consumidores (AASLYNG et. al. 2007).

De acordo com Bryhni et at. (2003), é importante que as indústrias conheçam a preferência dos consumidores, no sentido de atender ao mercado de consumo.

Pesquisas realizadas em diferentes regiões do Brasil mostram que os consumidores evitam comer carne suína *in natura*, pois a associam a uma carne com alto teor de gordura, menos saudável, de menor qualidade e responsável por causar inúmeras doenças, além de acreditarem que é uma carne com poucos cuidados sanitários. Já em países desenvolvidos, os consumidores apresentam maior conhecimento acerca da qualidade da carne suína, considerando-a importante na saúde e na dieta (ZAMBERLAN, 2002; BEZERRA et. at., 2007; FALLEIOS, MIGUEL E GAMEIRO, 2008; VERBEKE et. al., 2010; THOMS et. al., 2010; RODRIGUES et. al., 2011; e SANTOS et. al., 2011).

2.5. Características Gerais da Carne Suína

Machado Filho (2000) ressalta a importância de mudar a visão da população acerca da carne suína, pois há um aumento na busca por alimentos mais saudáveis. Sendo assim, todos os elos da cadeia produtiva devem modificar aquela imagem

que o consumidor tem do suíno ter uma carne não saudável em detrimento de uma carne saudável com alto valor nutricional.

Ainda há dúvida na população quanto ao consumo de carne suína, no que se refere a aspecto sanitário e nutricional (RAIMUNDO e ZEN, 2009).

Conforme Geesdorf (2010), a carne suína tem um alto valor nutricional e proporciona benefícios à saúde. Porém, o que acontece é a falta de informação das pessoas, que acaba por gerar mitos relacionados à carne.

Nos dias de hoje, esses mitos vêm sendo desmistificados, pois a suinocultura tem produzido produtos mais saudáveis. A carne suína comparada com a carne de porco que tínhamos a 40 anos atrás, perdeu cerca de 54% de gordura, o que é um avanço para a suinocultura (GEESDORF, 2010).

Mesmo assim, a carne suína ainda é vista com preconceito por alguns consumidores, pois estes acreditam no mito que a mesma faz mal à saúde. Mas foi comprovado por dados científicos que isso não é verdade. A carne suína quando consumida moderadamente fornece nutrientes necessários ao organismo sem causar nenhum dano à saúde.

Na tabela 1, encontra-se os dados de composição nutricional de alguns cortes de carne de suínos, frango e bovinos de acordo com dados do USDA (2011), pode-se observar que os cortes mais magros de carne suína como lombo e pernil apresentam valores de lipídios e colesterol inferiores a cortes de frango e bovinos, concordando com os dados acima de que não é um produto que faça mal a saúde.

TABELA 1. composição nutricional de alguns cortes suínos e da sobrecoxa de frango e contra filé bovino/ valor nutricional da carne crua em 100g.

	Lombo	Pernil	Costela	Sobrecoxa de frango	Contrafilé bovino
Calorias (Kcal)	136	222	282	211	243
Proteínas (g)	20	18,7	16,1	17,2	19,0
Lipídios (g)	5,4	15,6	23,5	15,2	17,9
Carboidratos (g)	-	-	-	-	-
Ac. graxos saturados	1,87	5,44	8,73	4,38	7,29
Ac. graxos monoinsaturados	2,42	6,98	10,65	6,51	7,78
Ac. graxos polinsaturados	0,58	1,68	1,96	3,38	0,64
Colesterol (mg)	66	66	81	84	67
Ferro (mg)	1,2	0,77	0,91	0,99	1,58
Magnésio (mg)	25	21	16	20	18
Sódio (mg)	49	61	75	76	53
Potássio (mg)	359	333	233	192	295
Selênio (mcg)	32,4	30,7	24	12,9	16,7

Fonte: United States Department of Agriculture (USDA, 2001).

3 MATERIAIS E MÉTODOS

3.1 Apresentação da metodologia

Este trabalho foi realizado no município de Dom Pedrito que localiza-se no estado do Rio Grande do Sul e conta com uma população de 38.898 mil habitantes, sendo 19.107 homens e 19.791 mulheres, sendo dados do IBGE (2017). Possui área de 5.192.105 km² e um PIB per capita de R\$ 29.596,75 por ano. A densidade demográfica é de 7,5 habitantes por km².

O município está situado a 131 metros de altitude, apresentando as seguintes coordenadas geográficas: Latitude: 30°58'54" Sul e longitude: 54°40'39" Oeste. Possui uma taxa de analfabetismo de pessoas com 15 anos ou mais de 5,98% (FEE, 2010).

O trabalho foi desenvolvido no bairro centro, onde as pessoas entrevistadas foram abordadas em dois supermercados da cidade, através de um questionário baseado nas propostas apresentadas nesse projeto de pesquisa, constando de 11 questões fechadas, com perguntas relacionadas ao perfil e à preferência dos consumidores, quanto aos seus hábitos de consumo referentes à carne suína. Posteriormente à elaboração do questionário, o mesmo foi aplicado através do procedimento técnico chamado levantamento ou método Survey que visa a obtenção de dados ou informações de determinado grupo de pessoas, que representam um público alvo.

Conforme, Bryman (1989), a pesquisa de Survey implica a coleção de dados em um número de unidades e geralmente em uma única conjuntura de tempo, com uma visão para coletar sistematicamente um conjunto de dados quantificáveis no que diz respeito a um número de variáveis que são então examinadas para discernir padrões de associação.

Além do método Survey, o questionário também foi aplicado via formulário eletrônico Google Docs.

3.2. Período de realização do trabalho

O trabalho foi realizado no mês de maio de 2018. Os questionários via método Survey foram aplicados sempre no turno da tarde nos supermercados da região, devido ao maior fluxo de pessoas nesse horário. Foram preenchidos 50 questionários através desse método. Também foram aplicados via Google Docs,

sendo neste um total de 43 questionários preenchidos. Ao todo, foram 93 questionários preenchidos.

3.3. Materiais utilizados

A aplicação dos questionários foi realizada pela autora do trabalho e aconteceu durante cinco dias. Foram aplicados em supermercados da cidade através das entrevistas e também ao público em geral via online.

A elaboração do questionário foi feita através de uma pesquisa nas próprias revisões bibliográficas do trabalho, sendo que as perguntas foram feitas a fim de que se pudesse identificar a preferência dos consumidores de carne suína no município de Dom Pedrito.

O questionário aplicado foi composto por 11 perguntas fechadas, sendo algumas de múltipla escolha. As perguntas realizadas envolveram fatores como:

- Idade e sexo;
- Natural da cidade ou não;
- Grau de instrução;
- Se consome produtos de origem animal;
- Se consome embutidos que contém carne suína e quais;
- Quantas vezes na semana consome carne suína e outras carnes (bovina, frango, pescados, ovina);
- Qual sua opinião quanto à carne suína;
- Onde compra a carne suína e por que;
- Quais os cortes que consome e por que;
- Se conhece ou não os benefícios que a carne suína proporciona.

A primeira abordagem foi realizada no dia 25 de maio de 2018 e a segunda no dia 26 de maio de 2018, ambas realizadas em supermercados situados na cidade. Totalizando 50 questionários. O restante foi aplicado via online, onde 43 questionários foram preenchidos. No total, 93 questionários foram respondidos e considerados para análise.

Depois de encerrada a etapa de aplicação dos questionários, todos os dados obtidos foram tabulados em planilhas no programa Excel para posteriormente, poderem ser analisadas as frequências e assim, serem elaborados os gráficos.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados deste trabalho basearam-se na idade e gênero dos entrevistados, no grau de instrução dos entrevistados, se eles consomem produtos de origem animal; se possuem o hábito de consumir a carne suína; com que frequência consomem a carne suína e outras carnes; local onde compram a carne suína e o motivo do local de compra; quais os cortes mais consomem da carne suína e se têm conhecimento sobre os benefícios da mesma.

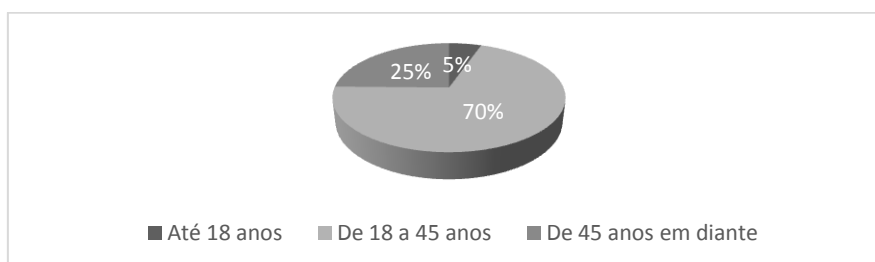
4.1. Gênero e faixa etária

A maioria dos entrevistados situam-se na faixa etária de 18 a 45 anos, correspondendo a 70% da amostra pesquisada, esse resultado se deve ao fato do questionário ter sido respondido por consumidores de mercado que abrange idades bem distintas. Foi possível verificar que houve o predomínio na faixa etária dos 45 anos em diante com 25% dos entrevistados. Apenas 5% encontram-se na faixa etária até os 18 anos (Figura 1).

Baseado na população de Dom Pedrito, de acordo com dados do IBGE (2010), a maior parte da população se situa na faixa etária dos 30 a 59 anos e dos 60 anos ou mais, totalizando 56% da população total da cidade, sendo 13% correspondente à faixa etária dos 30 a 39 anos; 15% dos 40 a 49 anos; 12% dos 50 a 59 anos e ficando em maior proporção 16% dos 60 anos em diante.

De acordo com uma pesquisa do Sebrae (2016), a maior parte dos consumidores situa-se na faixa etária dos 35 a 49 anos (38%), seguidos pela faixa etária dos 25 a 34 anos (32%); dos 50 a 64 anos (16%); dos 18 aos 24 anos (11%); mais de 64 anos (2%) e até os 17 anos (1%).

Figura 1 - Faixa etária dos entrevistados acerca de consumo de carne suína no Município de Dom Pedrito – RS

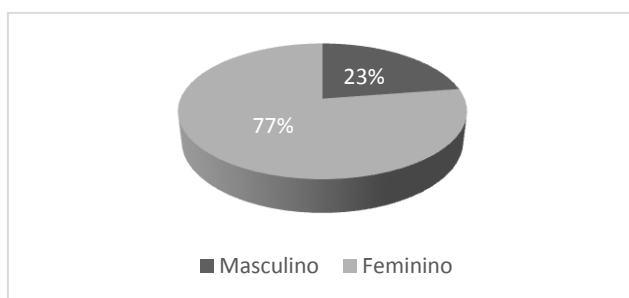


Fonte: A autora (2018)

Levando em conta o fator gênero, percebe-se um predomínio do gênero feminino com 72 mulheres (77% dos entrevistados), enquanto que o gênero masculino aparece com 21 homens (23% dos entrevistados), sendo que os questionários foram inteiramente respondidos ao acaso (Figura 2). Isto é possivelmente explicado, pois é a mulher ainda é a responsável pelas compras nos lares.

Concordando com os dados de uma pesquisa realizada no Paraná, na cidade de Francisco Beltrão, as pessoas foram avaliadas quanto ao perfil de consumidores, e pode-se observar que as mulheres são as que compram em maior proporção, além de atribuírem certa importância aos atributos dos supermercados em que efetuam suas compras (ALGERI et al. 2008).

Figura 2 – Gênero dos entrevistados acerca de consumo de carne suína no Município de Dom Pedrito – RS

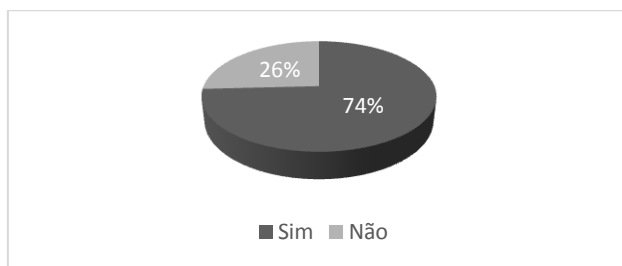


Fonte: A autora (2018)

4.2. Naturalidade

A pesquisa desenvolvida neste trabalho mostrou que 69 pessoas são naturais do município de Dom Pedrito, representando 74% dos entrevistados. Enquanto 24 pessoas moram na cidade ou campanha, mas não são naturais do município, estas representando 26% dos entrevistados (Figura 3).

Figura 3 – Naturalidade dos entrevistados acerca de consumo de carne suína no Município de Dom Pedrito – RS



Fonte: A autora (2018)

4.3. Consumo de produtos de origem animal

A pesquisa realizada neste trabalho, verificou que 100% dos entrevistados consomem produtos de origem animal, num total de 93 pessoas.

Bezerra et al. (2007) avaliaram em Campina Grande – PB o perfil dos consumidores de carnes e relataram que 47,75% dos consumidores preferiam a carne bovina, seguida pela carne de frango (21,75%), suína (17,5%) e peixe (13%). Dentre os entrevistados deste mesmo trabalho, 42,6% não fazem restrição ao tipo de produto de origem animal, mas, 18,82% consomem preferencialmente a carne bovina, seguida pela carne de frango, leite, ovos, derivados do leite, produtos enlatados e carne suína. Este fato pode se relacionar mais ao hábito de consumo do que a outros fatores.

Já, Barcellos (2002) estudando o hábito de consumo dos consumidores gaúchos afirma que os mesmos adquirem carne bovina porque gostam dessa carne, diferente de outros alimentos que são consumidos por obrigação, por questões de saúde, renda ou por hábito.

4.4 Grau de instrução

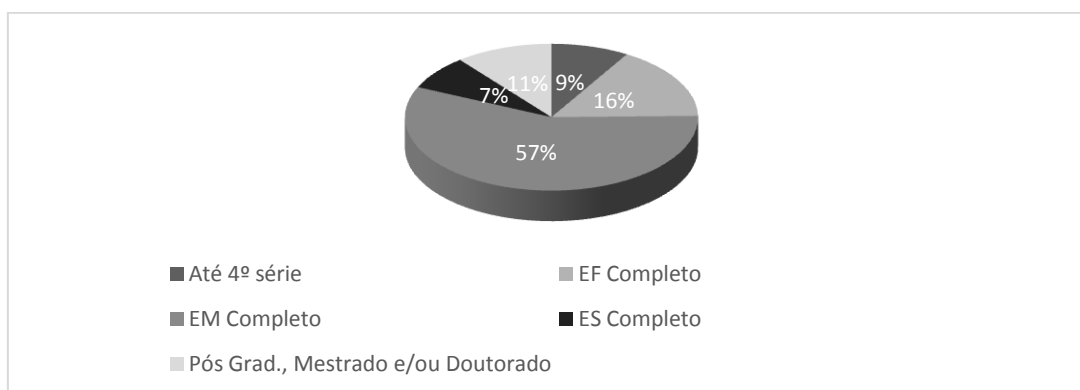
Pode-se observar de acordo com a figura abaixo (Figura 4) que a maioria dos entrevistados possui Ensino médio completo contando com 53 pessoas (57% dos entrevistados), seguida de 15 pessoas com Ensino fundamental completo (16%) e 10 pessoas com Pós Graduação, Mestrado e/ou Doutorado (11%). Apenas 7 pessoas possuem Ensino Superior Completo (9%) e 8 pessoas estudaram até a 4ª série (7%).

Isso se repete num trabalho que avaliou o comportamento do mercado consumidor de carne suína e seus derivados, realizado em Belo Horizonte – MG,

onde 81,3% dos entrevistados possuem até o nível médio de ensino (FARIA et al. 2006).

Num trabalho realizado na região Sudeste do Pará, avaliando o perfil dos consumidores da carne suína, a maioria dos entrevistados possui nível fundamental (44%); seguido dos de nível médio (33%); analfabetos (19%); nível técnico (2,4%) e pós-graduação (1,6%). Dessas pessoas, 0,47% das de ensino fundamental e 13% das analfabetas, escolheram respectivamente a carne suína como sua primeira opção. Quanto a preferência alimentar por dois tipos de carne, 1% das pessoas analfabetas; 6,63% com ensino fundamental; 7,69% com ensino médio; 92,85% com nível técnico e 87,5% com pós-graduação escolheram a carne suína e bovina (RAPOSO et al. 2017).

Figura 4 – Grau de instrução dos entrevistados acerca de consumo de carne suína no Município de Dom Pedrito – RS



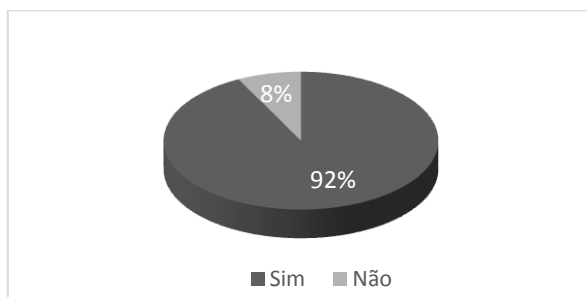
Fonte: A autora (2018)

4.5. Consumo de derivados da carne suína

Pode-se observar na figura 5, que 92% (86 pessoas) dos entrevistados consomem derivados da carne suína e apenas 8% (7 pessoas) não consomem. Ou seja, pode-se constatar que a grande maioria aprecia derivados de carne suína no município de Dom Pedrito.

Faria et al. (2006), estudaram o comportamento do mercado consumidor de carne suína e seus derivados na cidade de Belo Horizonte - MG, constatando que 53,4% dos entrevistados consomem derivados de carne suína.

Figura 5 – Frequência de consumo de derivados de carne suína dos entrevistados acerca do consumo de carne suína no município de Dom Pedrito – RS



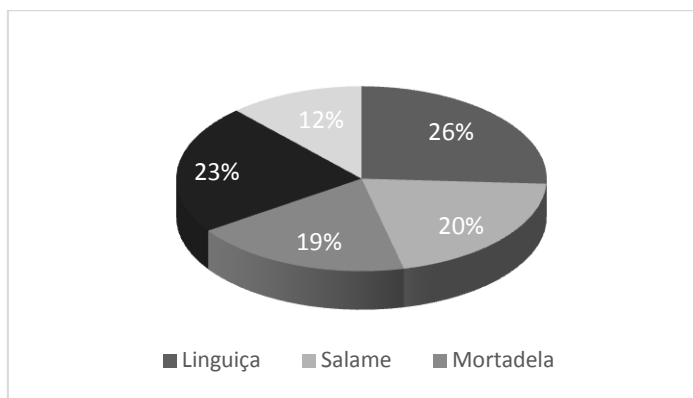
Fonte: A autora (2018)

Dos derivados mais consumidos, destaca-se a linguiça com 26% dos entrevistados, seguida pelo presunto com 23%, salame com 20%, mortadela com 19% e outros derivados com 12%, que podemos observar na figura 6. Possivelmente explicado pois os consumidores do município tem o hábito de se reunirem e fazerem churrasco com frequência, portanto, a linguiça é utilizada como aperitivo deste tipo de evento.

Discordando dos dados de Martins et al. (2009), numa pesquisa realizada no município de Solânea, na Paraíba, os produtos mais consumidos e procurados de acordo com as respostas dos entrevistados foram a mortadela (41%), salsicha (30%), linguiça (20%), presunto (7%) e salame (2%). Demonstrando que os hábitos de cada região influenciam diretamente no consumo dos derivados.

Uma pesquisa feita por Neto et al., realizada na cidade de João Pessoa – PB, em que foi avaliado o perfil de consumidor da carne suína, verificou que a linguiça é o item preferido dos entrevistados com 16% de participação, seguida pelo presunto com 14,7%, salsicha (12,5%), mortadela (12,1%), salame (10,7%) e outros com apenas 0,2%.

Figura 6 – Derivados mais consumidos da carne suína pelos entrevistados no município de Dom Pedrito – RS



Fonte: A autora (2018)

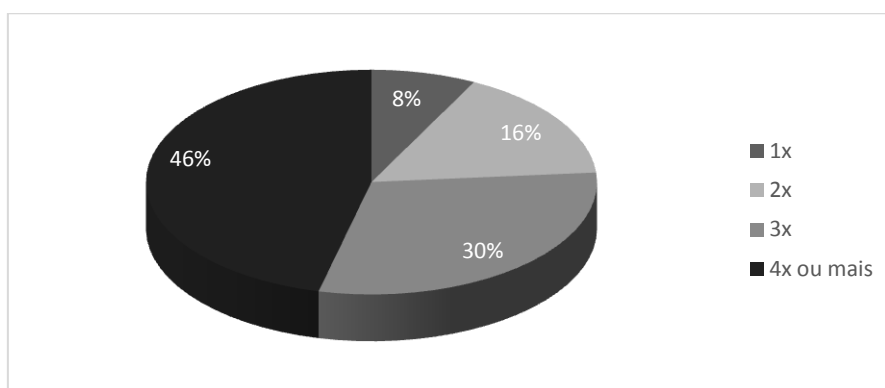
4.6. Frequência de consumo de carnes em geral

Quanto à carne bovina, observou-se que 100% dos entrevistados consomem, sendo que 8% (7 pessoas) consomem 1 vez na semana; 16% (15 pessoas) consomem 2 vezes na semana; 30% (28 pessoas) consomem 3 vezes na semana e maior parte dos entrevistados consomem 4 vezes na semana, contando com 46% dos entrevistados (43 pessoas), como podemos observar na figura 7. Demonstrando que esta é a carne que tem maior preferência entre os consumidores do município.

Concordando com os dados deste estudo, avaliando o perfil de consumidor de carnes, realizado no município de Irati, no Paraná, Thoms et al. (2010) observaram que a carne bovina é a preferida dos entrevistados, contando com 50% destes, seguida pelas carne suína (33%) e de frango (17%).

De acordo com um trabalho realizado na cidade de Pelotas - RS, avaliando o perfil de consumidores de carnes, encontraram que 34,7% dos entrevistados afirmam consumir carne bovina 3 vezes na semana; 28,7% consome de 1 a 2 vezes por semana e 26,3% afirmaram consumir este alimento todos os dias, ou seja, 4 vezes ou mais (MOREIRA et al. 2017)

Figura 7 – Frequência do consumo de carne bovina pelos entrevistados do município de Dom Pedrito – RS



Fonte: A autora (2018)

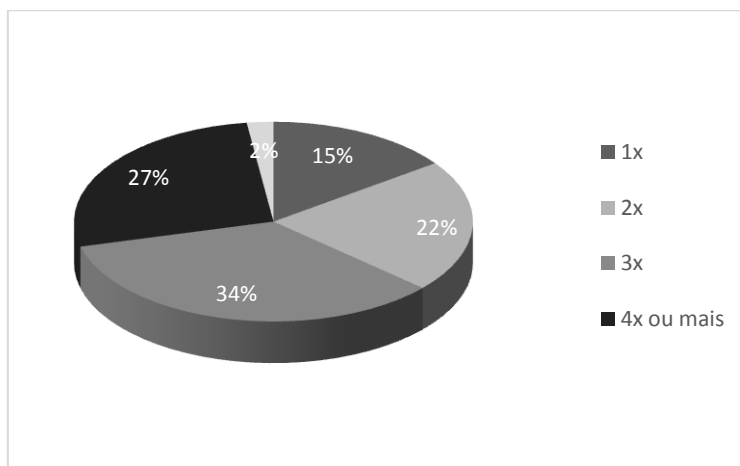
Quanto à carne de frango, a maioria dos entrevistados consomem 3 vezes na semana, contando com 34% (32 pessoas), seguida dos que consomem 4 vezes ou mais com 27% (25 pessoas), 2 vezes na semana com 22% (20 pessoas), 1 vez na semana com 15% (14 pessoas), contando ainda com 2% que não consomem carne de frango (2 pessoas), como pode-se observar na figura 8.

Albuquerque et al. (2017) em estudo realizado em Senhor do Bonfim, BA, avaliaram o perfil socioeconômico dos consumidores de carne e suas preferências e verificaram que a preferência é pela carne bovina (44,73%), seguida da carne de frango (19,73%), resultado semelhante ao encontrado neste estudo.

O segundo lugar da carne de frango pode estar associado ao que Silva e Fabrini Filho (1994) concluíram, que as empresas têm relacionado a carne de frango à facilidade de preparo e a uma melhor qualidade de vida do ser humano.

De acordo com Garcia et al. (2017), que realizaram um trabalho onde avaliaram o perfil do consumidor de carne de frango, realizado no município de Aquidauana, MS, revelou que 6% dos entrevistados não consomem a carne de frango, 43% consomem 3 vezes na semana, 31% consomem 2 vezes na semana, 14% uma vez na semana, 5% consome quinzenalmente, enquanto 3% dos entrevistados não soube dizer a frequência de consumo.

Figura 8 - Frequência do consumo de carne de frango dos entrevistados do município de Dom Pedrito – RS



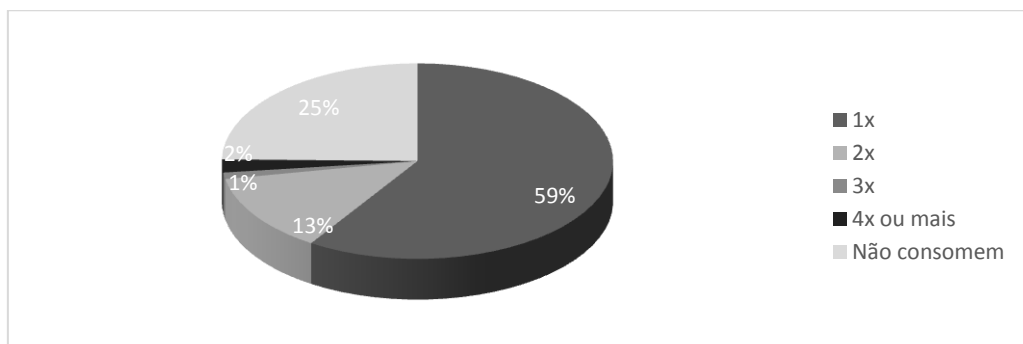
Fonte: A autora (2018)

Quanto à carne suína, que é o tema principal deste trabalho, a maior parte dos entrevistados afirma consumir esta carne apenas 1 vez na semana, com 59% (55 pessoas), seguida dos que não consomem com 25% (23 pessoas), 2 vezes na semana com 13% (12 pessoas), 4 vezes ou mais com 2% (2 pessoas) e 3 vezes na semana com apenas 1% (1 pessoa), o que podemos ver na figura 9.

De acordo com Silva et. al (2017), que avaliaram o perfil de consumidor da carne suína no município de Grajaú, estado do Maranhão, em que foi observado que apenas 8% (16 pessoas) consomem a carne suína diariamente, 10,5% (21 pessoas) consomem 2 a 3 vezes por semana, 13,5% (27 pessoas) consomem quinzenalmente, 24% (48 pessoas) consomem 1 vez por mês, 41% (83 pessoas) consomem raramente e 2,5% (5 pessoas) afirmam nunca ter consumido a carne suína.

Segundo Schlindwein e Kassouf (2006) e Kirinus et al. (2013), a carne suína é pouco consumida em relação a outras carnes principalmente porque a população ainda possui certo preconceito com a carne e atribui mitos a ela relacionados ao perigo que esta traz a saúde e também, pela falta de cortes cárneos de baixo valor agregado que sejam acessíveis à população de baixa renda.

Figura 9 - Frequência do consumo de carne suína dos entrevistados do município de Dom Pedrito – RS



Fonte: A autora (2018)

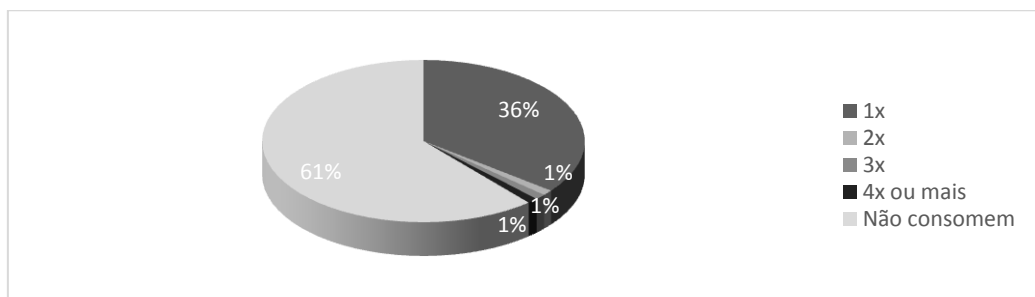
Quanto ao consumo de pescados, a maior parte dos entrevistados afirmam não consumir contando com 61% (57 pessoas), seguida dos que consomem 1 vez na semana com 36% (33 pessoas), e os que consomem 2,3,4 vezes ou mais todos com 1% respectivamente, o que podemos ver na figura 10. Ficou evidenciado que a maioria dos consumidores avaliados do município não tem hábito de consumir esta carne.

Mangas et. al (2016) avaliaram o perfil de consumidor de peixes, na cidade de Belém, PA, onde concluíram que 44,75% dos entrevistados consomem pescados de 1 a 2 vezes por semana, seguido pelos que consomem apenas 2 vezes no mês, com 26,5% dos entrevistados.

Segundo Welch et. al (2002), o consumo de pescados no Brasil é baixo quando comparado a outros países, além de apresentar bastante variabilidade entre as regiões do país, seja pela oferta dos produtos, pelo interesse das pessoas em realizarem o seu consumo, ou até mesmo por questão cultural (LEVY-COSTA et al., 2005; RIBEIRO e CORÇÃO, 2013).

De acordo com Ruxton et. al (2004), os peixes comparado a outras fontes proteicas possuem alto valor nutricional. E de acordo com Silva (2006), a população compra peixes na busca de uma alimentação mais saudável. Sendo assim, devemos explorar mais o consumo de pescados no Brasil, para que possa haver um aumento neste.

Figura 10 - Frequência do consumo de pescados dos entrevistados do município de Dom Pedrito – RS

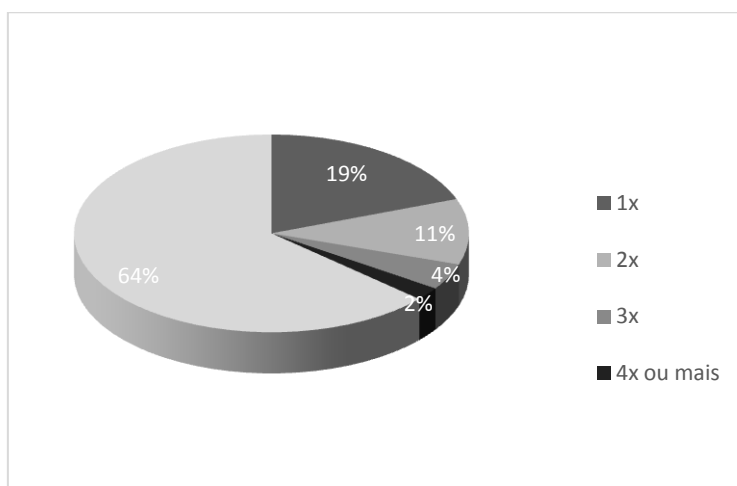


Fonte: A autora (2018)

Quanto ao consumo de outras carnes, onde estaria a carne ovina, a maior parte dos entrevistados não consomem, contando com 64% (59 pessoas), seguida pelos que consomem 1 vez na semana com 19% (18 pessoas), 2 vezes na semana com 11% (10 pessoas), 3 vezes na semana com 4% (4 pessoas) e 4 vezes ou mais com apenas 2% (2 pessoas), o que pode-se ver na figura 11.

Rodrigues (2009), avaliou o perfil dos consumidores e os atributos que influenciam no momento da compra da carne bovina e observou que a maior prefere a carne bovina (49%), seguida de pescados (24,5%), aves (21%), suínos (5%) e outros com apenas 0,5%, onde estariam incluídas as outras carnes.

Figura 11 - Frequência do consumo de outras carnes dos entrevistados do município de Dom Pedrito – RS



Fonte: A autora (2018)

4.7. Carne suína in natura

Dos entrevistados, 38 pessoas concordam (40,87%), 37 pessoas são indiferentes (39,78%) e 18 pessoas (19,35%) discordam que ela tenha melhor preço. Ficando evidenciado que o fator preço não foi o principal motivo para decisão da compra do produto.

Concordando com o presente trabalho, Rojo (1994) observou que o preço não foi ressaltado pelo consumidores, apenas 13,7% acham que o preço influi no consumo de carne suína.

Quanto ao fato da carne suína ser saudável, 64 pessoas concordam (68,82%), 23 pessoas são indiferentes (24,73%) e 6 pessoas discordam do fato dela ser saudável (6,45%). Ou seja, a maioria considera a carne suína como uma carne saudável, discordando de dados da literatura que associam a uma carne maléfica para saúde humana.

Porém, Rojo (1994) ressalta que os consumidores se preocupam é com a quantidade de gordura na carne (38,4%) e com o aspecto saúde quanto a carne não ser saudável em aspecto sanitário (27,8%) diferindo do presente trabalho.

Do aspecto sabor, 19 pessoas afirmam não gostar do sabor (20,43%), 10 pessoas são indiferentes (10,75%) e 64 pessoas (68,82%) dizem gostar do sabor. Podendo ser este um fator de decisão de compra do produto.

Assemelhando-se ao presente trabalho, Rojo (1994), afirma que quanto ao consumo de carne suína in natura, 65,9% dos consumidores, dizem que o sabor é um dos fatores mais importantes da carne.

Em relação à facilidade de preparo, 55 pessoas (59,15%) concordam que a carne suína tem facilidade de preparo, 28 pessoas são indiferentes (30,10%) e 10 pessoas (10,75%) discordam da carne ser de fácil preparo. Rojo (1994), cita a praticidade que a carne suína apresenta, concordando com o presente trabalho.

E quanto, a carne ser transmissora de doenças, 20 pessoas (21,5%) concordam com esta afirmação, 20 pessoas (21,5%) são indiferentes e 53 pessoas (57%) discordam deste fato. Demonstrando que o consumidor do município está atento as informações corretas divulgadas sobre o produto.

Rojo (1994) e Tramontini (2000) ressaltam que a população ainda não tem muito conhecimento sobre a carne quanto a composição, valor nutricional e qualidade nos dias de hoje. E o que faz então, decisivamente, o consumidor adquirir

a carne suína é a sua aparência (44,4%), sabor (28,2%), preço (13,7%) e frescor do produto (12,5%).

Outro estudo, diz que o fator mais importante na aquisição da carne suína é o preço (36,75%), sendo que 20,25% buscam qualidade na carne; 18,75% dizem que a higiene do produto e o local de venda são levados em consideração; 15% com marca; 8,25% com a aparência; e 1% com a finalidade do produto. E, Cavalcante Neto (2003), observou que a limpeza e higiene da carne e do local de venda são os fatores que mais influem para o consumidor.

Já, Murata et al. (2002) ressaltam que o mais importante para o consumidor é a qualidade do produto, seguido pela limpeza e higiene e, depois pela finalidade do produto, ficando em quarto lugar o preço.

Faria et al. (2006), num estudo sobre o comportamento do mercado consumidor de carne suína em Belo Horizonte, MG, apontam que o motivo que mais importa para o consumidor adquirir a carne suína in natura, é o sabor (65,9%), enquanto o preço foi pouco mencionado (13,7%). No que se refere à saúde, 83% apontam que a carne suína é menos saudável que as carnes bovinas e de frango.

Santos Filho e Bertol (2007), afirmam que 51,7% dos entrevistados não consomem a carne suína por fazer mal a saúde e estar associada a transmissão de doenças.

Entretanto, dados científicos comprovam que a carne suína não possui menor quantidade de nutrientes que as outras carnes e que esta é rica em proteínas e algumas vitaminas (BRAGAGNOLO; RODRIGUEZ-AMAYA, 2002).

4.8. Local de compra da carne suína

A maior parte dos entrevistados compram a carne suína nos supermercados, cerca de 70% (65 pessoas), seguida das pessoas que compram no açougue com 23% (21 pessoas) e as que não compram que são apenas 7% (7 pessoas), como pode-se ver na figura 12.

Concordando com este estudo em relação ao local de compra, em estudo realizado na cidade de Xanxerê, SC, 12,6% dos homens e 7,4% das mulheres da entrevista adquirem a carne suína no açougue; e 70,9% dos homens e 72,7% das mulheres adquirem no supermercado, apontando que geralmente mulheres compram mais em supermercados e homens em açougues. Neste mesmo estudo, entre homens e mulheres os motivos para aquisição desta carne foram a higiene

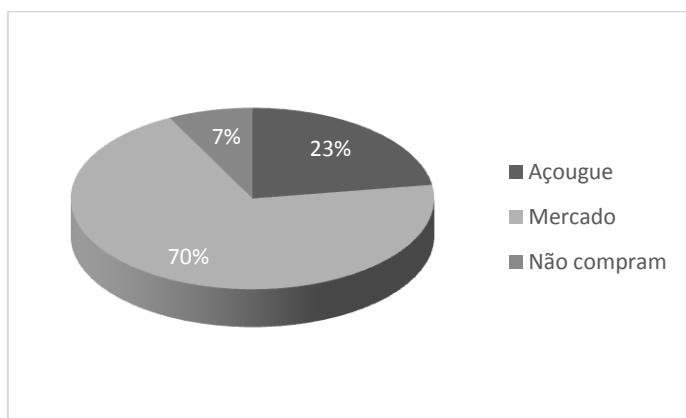
com 27,4%; a confiança com 44,1%; a proximidade com 29,7%; o preço com 16,2%; a facilidade com 66% e 16,6% dos entrevistados não responderam (KIRINUS et. al, 2016).

Mazzuchetti & Batalha (2004), avaliaram a percepção do consumidor brasileiro quanto aos aspectos do consumo da carne suína em relação a sua renda, na região da Associação dos Municípios de Entre Rios, PR, e verificaram que o consumidor prefere também comprar em supermercados com 67%, seguido dos que compram no açougue (30%) e outros com 3%.

Enquanto, Simões et al. (2012), apontaram que 48% dos consumidores compram em açougues, 29% em supermercados e 23% em mercados.

Os consumidores se preocupam com o local de venda da carne suína, do aspecto sanitário (higiene do local), do atendimento e das promoções que são feitas dos derivados da carne ou da própria carne in natura.

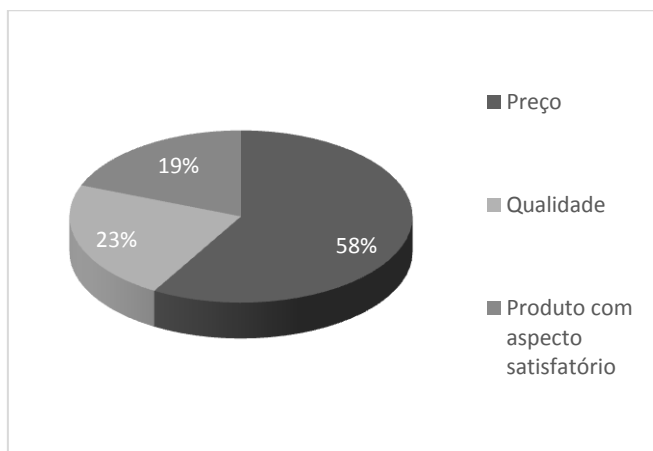
Figura 12 – Local de compra da carne suína pelos entrevistados acerca do consumo de carne suína no município de Dom Pedrito – RS



Fonte: A autora (2018)

E os motivos dos entrevistados comprarem a carne suína são principalmente o preço, 58% deles (52 pessoas), seguido pela qualidade com 23% (20 pessoas) e o produto com aspecto satisfatório ficando com 19% (17 pessoas), o que pode-se observar na figura 13. Resultado que demonstra que para a carne o fator de decisão realmente é o preço, fator diferente foi encontrado para os derivados de carne suína.

Figura 13 – Motivo da compra da carne suína pelos entrevistados acerca do consumo de carne suína no município de Dom Pedrito – RS



Fonte: A autora (2018)

4.9. Frequência de consumo de cortes da carne suína

Os cortes mais consumidos pelos entrevistados foram lombo e costela, 24 e 25% (35 e 36 pessoas) respectivamente; seguido pelo pernil com 21% (30 pessoas), paleta com 18% (27 pessoas), bisteca com 9% (13 pessoas) e apenas 3% (5 pessoas) afirmam não consumir nenhum corte de carne suína, como mostra a figura 14. O gaúcho tem uma preferência por escolher cortes que sejam apropriados para assar pela quantidade de gordura, possivelmente explicando a preferência pela costela.

Os motivos para consumo de tais cortes foram em maior proporção o sabor com 36% (34 pessoas); seguido do preço com 23% (21 pessoas); qualidade com 19% (18 pessoas); pessoas que escolheram mais de uma opção e não consomem/não assinalaram ambas com 9% (8 pessoas) e por último a porcentagem de gordura com 4% (4 pessoas). Os cortes com maior quantidade de gordura, sempre serão mais apreciados pelo gaúcho, pois estes associam ao melhor sabor.

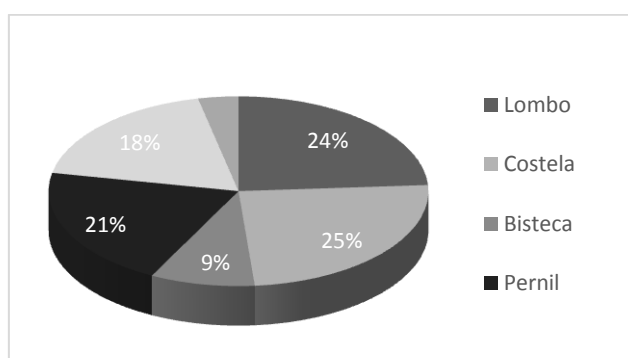
Em estudo realizado na cidade de Xanxerê, SC, entre ambos os gêneros o corte preferido é a costela com 108,8%; seguida da bisteca com 26,1%; pernil com 21,5%; lombo com 18,3% e 15% não compram carne suína ou não responderam a entrevista. E os motivos para a compra foram principalmente o sabor da carne com 93,5%; seguido da facilidade de preparo e da carne ser menos gordurosa ambos com 34,1%; outros com 23,5% e o preço com 14,8% que foi o que menos influenciou na compra (KIRINUS et al. 2016).

Nantes et al. (2014), ressaltou que a costela suína é a preferida dos consumidores com 16,1%.

Já, Silva et al. (2014), apontam que em Porto Esperidião, MG, os consumidores preferem bisteca, costela e lombo (53%); e em Glória D'Oeste, os consumidores preferem pernil e bisteca (71%). Os consumidores preferem estes cortes devido à maior oferta deles e a escolha também pode estar associada à facilidade de preparo, pois a costela a bisteca, por exemplo, são cortes que podem ser simplesmente servidos assados ou fritos.

Faria et al. (2006) e Taffarel et al. (2013), mostraram que o sabor é o motivo mais importante no consumo da carne suína, seguido pela variação no cardápio e por último, a facilidade de se comprar.

Figura 14 – Frequência de consumo de cortes da carne suína pelos entrevistados no município de Dom Pedrito – RS



Fonte: A autora (2018)

4.10. Conhecimento acerca dos benefícios da carne suína

Dos entrevistados, a maioria não tem conhecimento sobre os benefícios da carne suína, isto é, 59% (55 pessoas) e os outros 41% (38 pessoas) têm algum conhecimento sobre seus benefícios, como pode-se verificar na figura 15.

Sendo destes que tem conhecimento, 26% (10 pessoas) disseram que a carne suína tem nutrientes; 45% (17 pessoas) que ela possui um adequado teor de proteínas; 13% (5 pessoas) que tem vitaminas e nutrientes e 16% (6 pessoas) que a carne possui nutrientes, vitaminas, minerais e um adequado teor de proteínas, concordando com as três alternativas.

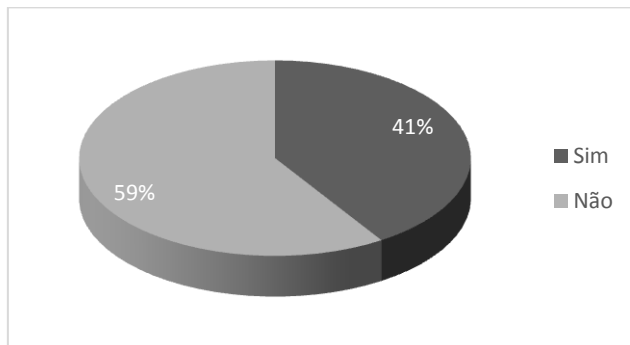
Concordando com os dados deste estudo, em relação ao desconhecimento dos benefícios da carne suína, Martins et al. (2009) citam que 93% dos entrevistados

desconhecem as qualidades da carne suína, isto, é, não tem conhecimento acerca dos benefícios dessa carne. Neste mesmo estudo, 59% dos entrevistados acham que a carne suína é perigosa à saúde, pois esta transmite vermes (tênia).

Já, Dutra et. al (2004) afirmam que estes conceitos que a população possui sobre a carne suína são errôneos e afetam o consumo de carne suína, que é baixo principalmente nas regiões Norte e Nordeste do Brasil.

Farias et al. (2006) ressaltam que estes conceitos também abrangem os derivados da carne suína, sendo assim, é preciso mudar esta situação para que haja um aumento no consumo da mesma.

Figura 15 – Conhecimento acerca dos benefícios da carne suína pelos entrevistados no município de Dom Pedrito – RS



Fonte: A autora (2018)

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A carne suína traz muitos benefícios à saúde quando consumida moderadamente e possui um alto valor nutricional, ou seja, é rica em nutrientes, vitaminas e sais minerais. Porém, ainda há certo preconceito em relação à carne, devido à falta de informação das pessoas quanto à suinocultura atual, que mostra que o suíno não é mais criado de forma extensiva e que este possui grande quantidade de carne magra.

Foi evidenciado durante este estudo que os consumidores preferem a carne bovina em detrimento da suína, possivelmente explicado pelo hábito cultural do município. Entretanto, a frequência de consumo de carne suína foi alta no município (59% dos entrevistados). Dos que consomem carne suína, 64 (42%) a maioria respondeu que apreciam seu sabor.

O principal fator decisivo de comprar a carne suína foi o preço, já os derivados suínos foram por apreciarem o produto e possivelmente por estes participarem constantemente de aperitivos em churrascos, hábito frequente dos moradores do município.

Grande parte dos entrevistados (92%) apreciam os derivados de carne suína, fazendo seu consumo constantemente, mais do que da carne in natura.

Sendo assim, pode-se concluir que o consumo de carne e derivados suínos no município não é baixo, que as pessoas tem um bom nível de conhecimento acerca do produto e que aumentam o consumo por preferirem a carne bovina.

É necessário que este tipo de estudo continue acontecendo, pois o perfil e preferência dos consumidores são variáveis e muitas vezes dependem do preço do produto. Apresentando diferenças nos resultados de um ano para outro.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Associação de criadores de suínos no Rio Grande do Sul. **Acsurs quer ampliar consumo per capita de carne suína no RS**. Disponível em: <https://www.suinoculturaindustrial.com.br/imprensa/acsurs-quer-ampliar-consumo-per-capita-de-carne-suina-no-rs/20150612-161318-p701> Acesso em: 10 de junho de 2018.

ALBUQUERQUE, Italo Reneu Rosas et al. **Pesquisa de mercado: Hábitos de compra e consumo de carne em Senhor do Bonfim – Bahia**. Revista Eletrônica Nutritime, vol.14, n.2, p. 5024-5029, mar/abr, 2017.

ALGERI, Maicon Roberto dos Santos et al. **Perfil dos consumidores que fazem compras em supermercados: um estudo com consumidores de Francisco Beltrão – PR**. Synergismus scyentifica, UTFPR, Pato Branco, 03 (4), 2008.

AMARAL, Armando Lopes et al. **Boas práticas de produção de suínos**. Circular técnica n.50, Concórdia, SC, dez., 2006.

Anuário 2017 da Suinocultura Industrial. Edição 273, ano 38, nº06/2016. Disponível em: <<https://www.suinoculturaindustrial.com.br/edicao/20161212-141213-P888>>. Acesso em 20 de junho de 2018.

Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA). Disponível em:< http://abpa-br.com.br/storage/files/3678c_final_abpa_relatorio_anual_2016_portugues_web_reduzido.pdf> Acesso em 11 de maio de 2018.

BARCELLOS, Marcia Dutra. **Processo decisório de compra de carne bovina na cidade de Porto Alegre**. UFRGS, 2002.

BEZERRA, José Moisés Macêdo et al. apud Dutra et al. (2004). **Caracterização do consumidor e do mercado da carne suína na Microrregião de Campina Grande, Estado da Paraíba**. Ciência Animal Brasileira, v. 8, n. 3, p. 485-493, jul./set. 2007.

CRUZ, Valquíria Cação apud Warriss (1994). **Estresse animal e sua influência na qualidade da carne (PSE e DFD)**. Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia – UNESP, Botucatu.

DOM PEDRITO. **Prefeitura Municipal de Dom Pedrito**. Disponível em: <https://www.dompedrito.rs.gov.br/qpaginaq78_Historia-da-cidade.html>. Acesso em 20 de junho de 2018.

FAO. Disponível em: <<http://faostat.fao.org>>. Acesso em 11 de maio de 2018.

FARIA, I.G. et al. apud Rojo (1994) e Tramontini (2000). **Mercado consumidor de carne suína e derivados em Belo Horizonte**. Arquivo Brasileiro de Medicina Veterinária e Zootecnia, v.58, n.2, p.251-256, 2006.

FEE. **Fundação de Economia e Estatística**. Disponível em: <<https://www.fee.rs.gov>>. Acesso em 20 de junho de 2016.

FERREIRA et al. **Livro Produção de Suínos: teoria e prática**. Brasília, 2014.

GARCIA, Elis Regina de Moraes et al. **Perfil do consumidor de carne de frango no município de Aquidauana, MS**. Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia, UNESP, v.24, n.2, 2017. Disponível em: <<http://www.fmvz.unesp.br/rvz/index.php/rvz/article/view/1171>> Acesso em: 28 de maio de 2018.

GERVÁSIO, Edmar Wardensk. **Carne suína: Fatores determinantes para o consumo**. Curitiba, 2012. Disponível em: <<https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/38967/R%20-%20E%20-%20EDMAR%20WARDENSK%20GERVASIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 28 de maio de 2018.

GOMIDE et al. **Tecnologia de abate e tipificação de carcaças**. 2006

GUIMARÃES, Diego et al. **Suinocultura: estrutura da cadeia produtiva, panorama do setor no Brasil e no mundo e o apoio do BNDES**. Agroindústria, BNDES Setorial 45, p.85-136

POETA, Ana Paula Serafini et al. **Panorama da suinocultura no Rio Grande do Sul**. Informativo Técnico n.7, ano 05, jul., 2014

HEINEN, Silmara Maisa apud Trucchio e Antonialli (2008), Aaslyng et al. (2007) e Bryhni et al. (2003). **Principais aspectos considerados por consumidores na aquisição de carne suína**. Medianeira, 2013. Disponível em: <http://repositorio.roca.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/1636/1/MD_COALM_2013_1_03.pdf>. Ac

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Cidades. Rio Grande do Sul – Dom Pedrito, dados completos. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/dom-pedrito/pesquisa/23/22469?detalhes=true>> Acesso em: 11 de maio de 2018.

KIRINUS, Jackeline Karsten et al apud Schindwein e Kassouf (2006); Nantes et al. (2014); Faria et al. (2006) e Taffarel et al, (2013). **Caracterização do consumo de carne suína da população de Xanxerê, Santa Catarina, Brasil**. Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental. Santa Maria, v.20, n.1, jan.-abr. 2016, p. 233-240.

LAWRIE, Ralston Andrew. **Livro ciência da carne**. Porto Alegre, ARTMED, 2005, p. 38.

LOPES, Ivã Guidini et al. apud Welch et al (2002); Levy-Costa et al. (2005); Ribeiro e Corção (2013); Ruxton et al. (2004) e Silva (2006). **Perfil do consumo de peixes pela população brasileira**. Macapá, v.6, n.2, p.62-65, 2016. Disponível em: <<http://periodicos.unifap.br/index.php/biota>> Acesso em: 11 de maio de 2018.

MACHADO, Silvanilza Teixeira et al. apud Miele (2011) e Simões et al. (2012). **Impactos da renda familiar e do preço no consumo da carne suína.** Enciclopédia Bioesfera, Centro Científico Conhecer – Goiânia, v.10, n.18, p. 1913, 2014.

MAGANHINI, Magali Bernardes et al. **Carne PSE (Pale, Soft, Exsudative) e DFD (Dark, Firm, Dry) em lombo suíno numa linha de abate industrial.** Ciências Tecnológicas Alimentares, Campinas, 27(supl.): 69-72, ago. 2007.

MAGNONI, Daniel et al. **A importância da carne suína na nutrição humana.** Associação Brasileira dos Criadores de Suínos (ABCS), 2007.

MANGAS, Flávio Paixão et al. **Caracterização do perfil dos consumidores de peixe no município de Belém, estado do Pará, Brasil.** Revista em Agronegócio e Meio Ambiente, v.9, n.4, p.839-857, out./dez., 2016.

MARÇAL, Danilo Alves et al. **Consumo da carne suína no Brasil: aspectos simbólicos como determinantes dos comportamentos.** Revista em Agronegócio e Meio Ambiente, v.9, n.4, p.989-1005, out./dez., 2016.

MARTINS, Claudia Garrido et al. apud Bryman (1989). **O survey como tipo de pesquisa aplicado na descrição do conhecimento do processo de gerenciamento de riscos em projetos no segmento da construção.** VII Congresso Nacional de Excelência em Gestão. Agosto, 2011, p. 104.

MARTINS, Terezinha Domiciano Dantas et. al. **Mercado de embutidos de suínos: comercialização, rotulagem e caracterização do consumidor.** Revista Brasileira de Saúde e Produção Animal, v.10, n.1, p.12-23, jan/mar, 2009,

MAZZUCHETTI, Roselis Natalina et al. **O comportamento do consumidor em relação ao consumo e às estruturas de comercialização da carne bovina na região de Amerios/PR.** Revista Varia Scientia v. 04, n. 08, p. 25-43, 2005.

MOREIRA, Sheilla Madruga et al. **Perfil do consumidor de carne bovina e seu conhecimento do bem-estar animal na cidade de Pelotas-RS.** Revista Científica Rural – Urcamp, Bagé – RS, vol. 19, n.1, 2017.

NETO et al. **Estudo do consumidor e do mercado de industrialização da carne suína: caracterização e diagnóstico na microrregião de João Pessoa – PB.** Ciência Animal Brasileira, v.8, n.3, p. 485-493, jul./set., 2007.

OLIVEIRA, Aracele Prates et al. **Principais aspectos considerados por consumidores na aquisição e consumo de carne suína em Colônia do Piauí-PI.** Arquivo Ciências Veterinárias e Zoologia UNIPAR, Umuarama, v.20, n.2, p.71-77, abr./jun., 2017.

OSHIWA, Marie et al. apud Rodrigues (2009) apud Rodrigues (2009). **Perfil e atributos que influenciam na decisão de compra dos consumidores de carnes em dois supermercados de médio porte na cidade de Marília/SP.** Unimar Ciências, v.26, (1-2), pp.95-113, 2017.

Produção brasileira de carne suína deve subir 2,5% segundo USDA. Disponível em: < <https://www.suinculturaindustrial.com.br/imprensa/producao-brasileira-de-carne-suina-deve-subir-25-segundo-usda/20170926-151214-f925>> Acesso em: 11 de maio de 2018.

RAPOSO, Kyarison de Carvalho et al. **Características do mercado consumidor de carne suína na região Sudeste do Pará.** Disponível em:< http://www.cba-agronomia.com.br/XXX_CBA_2017/Grupo_3/169.pdf> Acesso em: 11 de maio de 2018.

Qualidade da carne suína. Disponível em:< <https://www.embrapa.br/qualidade-da-carne/carne-suina>>. Acesso em 20 de junho de 2018.

RESENDE, Carla Maria do Carmo et al. apud Machado Filho (2000); Raimundo e Zen (2009) e Geesdorf (2010). **Benefícios da carne suína na saúde do consumidor.** Revista Eletrônica Nutritime, vol.12, n.6, np. 4457-4463, nov/dez, 2015.

ROPPA, Luciano. **Carne suína: mitos e verdades.** Disponível em:< <http://www.suinos.com.br/pdf/carne-suina.pdf>> Acesso em: 11 de maio de 2018.

SANTOS, T M, B. CAPPI,N; et al. **Diagnóstico do perfil do consumidor de carne suína no município de Aquidauana-MS.** Rev. Bras. Saúde Prod. An., Salvador, v.12, n.1, p.1-13 jan/mar, 2011.

SCHALY, Luana Martins et al. **Perfil do consumidor de produtos de origem animal em Rio Verde, GO.** PUBVET, Londrina, v.4, n.38, ed. 143, art. 967, 2010.

Estudo revela o perfil do consumidor online. Sebrae, 2016. Disponível em: < <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/estudo-revela-o-perfil-do-consumidor-on-line,2dfa9e665b182410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 11 de maio de 2018.

SILVA, Iran Alves apud Silveira (2016); Souza et al. (2016); Cavalcante Neto (2003); Murata et al. (2002); **Perfil dos consumidores de carne suína comercializada no município de Grajaú, Estado do Maranhão, Brasil.** Scientia Agraria Paranaensis, Marechal Cândido Rondon, v.16, n.3, jul./set., p. 309-313, 2017a.

SILVA, Lia Moretti et al. apud Silva e Fabrini Filho (1994). **Perfil dos consumidores de carne de frango: um estudo de caso na cidade de Campo Grande, estado do Mato Grosso do Sul.** Informações Econômicas, SP, v.37, n.1, jan. 2007.

SILVA, Mérik Rocha et al. **Perfil do consumo de carne suína nos municípios de Gloria D'Oeste e Porto Esperidião.** Agropecuária Científica no Semiárido, v.10, n.2, 2014b.

THOMS, Elise et al. apud Filho e Bertol (2007); Bragagnolo e Rodriguez-Amaya (2002). **Perfil de consumo e percepção da qualidade da carne suína por estudantes de nível médio da cidade de Irati, PR.** Revista Acadêmica, Ciências Agrárias Ambientais, Curitiba, v.8, n.4, p.449-459, out./dez., 2010.

UFRGS. **Resumo do Workshop de Bem-estar de Animais de Produção**. Junho, 2013. São Pedro/SP. Disponível em: <www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/138852/Resumo_24152.pdf?sequence=1>. Acesso em: 11 de maio de 2018.

VARGA, Roberto Romeu apud Brashear et al. (2002), Gooding et al. (2009) e Zamberlan (2002); Bezerra et al. (2007); Falleios, Miguel e Gameiro (2008); Verbeke et al. (2010); Thoms et al. (2010); Rodrigues et al. (2011) e Santos et al. (2011).

Perfil do consumidor de carne suína do município de Florianópolis – SC.

Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências Agrárias, Curso de Zootecnia. Disponível em:

<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/156649/Roberto_Varga_2015_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 11 de maio de 2018.

APÊNDICES

QUESTIONÁRIO DA CARNE SUÍNA

1) Idade:

2) Sexo: () Masculino () Feminino

3) Você é natural da cidade de Dom Pedrito? () Sim () Não

4) Qual seu grau de instrução? () Analfabeto () Até 4ª série fundamental () Ensino Fundamental completo () Ensino Médio completo () Ensino Superior Completo () Pós Graduação, Mestrado e/ou Doutorado

5) Você consome produtos de origem animal? () Sim () Não

6) Você consome embutidos que contém carne suína? Se sim, quais (pode marcar mais de uma opção)? () Sim – () Linguiça () Salame () Mortadela () Presunto () Outros () Não

7) Quantas vezes na semana você consome as carnes abaixo?

Carne bovina – () 1x () 2x () 3x () 4x ou mais

Carne de frango – () 1x () 2x () 3x () 4x ou mais

Carne suína – () 1x () 2x () 3x () 4x ou mais

Pescados – () 1x () 2x () 3x () 4x ou mais

Outras carnes – () 1x () 2x () 3x () 4x ou mais

8) Em relação a carne suína in natura, assinale:

- Tem o melhor preço: () Concordo () Indiferente () Discordo

- É saudável e rica em nutrientes: () Concordo () Indiferente () Discordo

- Não gosto do sabor: () Concordo () Indiferente () Discordo

- Facilidade de preparo: () Concordo () Indiferente () Discordo

- Tem uma boa porcentagem de gordura: () Concordo () Indiferente () Discordo

- Transmite doenças e faz mal a saúde por ter colesterol elevado: () Concordo () Indiferente () Discordo

9) Onde você costuma comprar a carne suína? () Açougue () Mercado **Por quais motivos?** () Preço () Qualidade () Produto com aspecto satisfatório

10) Quais os cortes que você mais consome? () Lombo () Costela () Bisteca () Pernil () Paleta

Por quais motivos? () Preço () Sabor () Qualidade () Porcentagem de gordura

11) Você conhece os benefícios da carne suína? () Sim () Não

Assinale quais: () Possui nutrientes () Possui vitaminas e minerais () Possui adequado teor de proteínas