

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE MEDICINA VETERINÁRIA

EDUARDA RIBEIRO BRAGA

**PERFIL DOS CONSUMIDORES DA CARNE SUÍNA NO OESTE DE
SANTA CATARINA COMPARADO AOS DO OESTE DE MINAS
GERAIS**

UBERLÂNDIA-MG
2019

EDUARDA RIBEIRO BRAGA

**PERFIL DOS CONSUMIDORES DA CARNE SUÍNA NO OESTE DE
SANTA CATARINA COMPARADO AOS DO OESTE DE MINAS
GERAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Medicina Veterinária da Universidade Federal de Uberlândia, como exigência parcial para obtenção de título de Médica Veterinária.

Área de Concentração: Produção Animal.

Orientador. Prof. Dr. Robson Carlos Antunes.

UBERLÂNDIA-MG
2019

EDUARDA RIBEIRO BRAGA

PERFIL DOS CONSUMIDORES DA CARNE SUÍNA NO OESTE DE
SANTA CATARINA COMPARADO AOS DO OESTE DE MINAS GERAIS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Medicina Veterinária da Universidade Federal de Uberlândia, como exigência parcial para obtenção de título de Médica Veterinária.

Área de Concentração: Produção Animal.

Uberlândia, 28 de junho de 2019.

Prof. Dr. Robson Carlos Antunes, FAMEV- UFU (Orientador)

Prof. Dr. Antonio Vicente Mundim, FAMEV- UFU

Mv. Jessica Silva Soares, UFU

*À meu querido pai Mozar Braga (in memoriam)
mestre da luz e que nos deixou tão cedo.*

AGRADECIMENTOS

Gratidão por ter chegado até aqui...

Primeiramente gostaria de agradecer a Deus por ter me concedido força para os momentos difíceis e que de forma singular me conduziu por todo percurso.

À minha mãe, Doralice Braga, minha maior incentivadora, meu pilar, meu porto seguro. Sem ela nada disso seria possível. Faltam-me palavras para descrever tamanho amor.

Ao Prof. Dr. Robson Antunes, meu orientador, obrigado pela disponibilidade, paciência, críticas e ensinamentos. Quero agradecer também pelo companheirismo e compreensão nos momentos em que mais precisei. Espelho-me no seu exemplo profissional e pessoal.

Ao Prof. Dr. Antonio Mundim, com sua simpatia e sabedoria me ensinou e cativou. A maneira como manifesta sua preocupação com os alunos é louvável.

Ao meu queridíssimo amigo, Luan Alves, pessoa especial que admiro muito. Agradeço por ser esse “anjo” em minha vida.

À Mv. Karina Sonálio, que de forma prestativa permitiu que eu pudesse continuar essa pesquisa.

Aos familiares e amigos que de alguma forma me deram suporte na vida acadêmica.

RESUMO

A carne suína é a proteína animal mais consumida no mundo, desconsiderando a carne de peixe. Em âmbito mundial, o Brasil é o quarto maior produtor de carne suína e o sexto maior consumidor. Apesar da existência de campanhas informativas sobre a carne suína, muitos consumidores ainda não a notam como um produto saudável e de boa qualidade. Objetivou-se com esta pesquisa avaliar o comportamento dos consumidores da carne suína, bem como as variáveis que limitam o consumo. A pesquisa foi realizada em três cidades brasileiras importantes na produção de suínos: Chapecó, Uberlândia e Patos de Minas. Foi realizado com base em uma amostragem de 125 entrevistados, na qual os participantes responderam um questionário e não foram identificados em nenhum momento. Constatou-se que o consumo da carne suína nas três cidades é baixo em virtude de informações errôneas e/ou crença em mitos. Portanto faz-se necessário investir em *marketing* para romper os mitos e tabus existentes melhorando assim a imagem da suinocultura e consequentemente aumentando o consumo da proteína.

Palavras-chave: Perfil do consumidor. Entrevistas. Suíno. Preferências. Atributos.

ABSTRACT

Pork is the most consumed animal protein in the world, disregarding fish meat. Globally, Brazil is the fourth largest producer of pork and the sixth largest consumer. Despite the existence of information campaigns on pork, many consumers still do not see it as a healthy and good quality product. The aim of this research was to evaluate the behavior of pork consumers, as well as the variables that limit consumption. The research was carried out in three Brazilian cities important in the production of pigs: Chapecó, Uberlândia and Patos de Minas. It was performed based on a sample of 125 interviewees, in which participants answered a questionnaire and were not identified at any time. It was found that consumption of pork in the three cities is low because of misinformation and / or belief in myths. Therefore it is necessary to invest in marketing to break the existing myths and taboos thus improving the image of swine and consequently increasing the consumption of protein.

Keywords: Consumer profile. Interviews. Swine. Preferences. Attributes.

LISTA DE TABELAS

TABELA 1. Perfil dos consumidores de carne suína entrevistados em Chapecó, Patos de Minas e Uberlândia	7
TABELA 2. Frequência do consumo de carne em geral e da razão para não consumir	9
TABELA 3. Frequência do tipo de carne consumida em Chapecó, Patos de Minas e Uberlândia	10
TABELA 4. Frequência do consumo de carne suína em Chapecó, Patos de Minas e Uberlândia	11
TABELA 5. Atributos que influenciam o consumidor durante a compra/consumo da carne suína <i>in natura</i>	12
TABELA 6. Valor nutricional da carne suína	14
TABELA 7. Frequência de entrevistados com hábito de retirar a gordura da carne suína	14
TABELA 8. Frequência dos atributos que influenciam o consumidor durante a compra/consumo da carne suína industrializada.....	16
TABELA 9. Locais de compra da carne suína pelos entrevistados.....	17
TABELA 10. Opinião dos entrevistados quanto ao preço da carne suína <i>in natura</i> e industrializada	18
TABELA 11. Procedência do produto.....	18
TABELA 12. Frequência de informações relatadas pelos entrevistados sobre a carne suína	19
TABELA 13. Frequência de consumidores dispostos a pagar mais caro por uma carne produzida com as normas de BEA	20
TABELA 14. Frequência de consumidores conhecedores de propaganda incentivando o consumo da carne suína.....	21
TABELA 15. Opinião dos entrevistados quanto a produção e higiene dos suínos	21
TABELA 16. Temas que os entrevistados gostariam de saber mais a respeito.....	22

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	1
2	REVISÃO DE LITERATURA	2
3	JUSTIFICATIVA	4
4	OBJETIVOS	5
4.1	Objetivo Geral	5
4.2	Objetivos Específicos.....	5
5	MATERIAL E MÉTODOS	6
5.1	Coleta de dados.....	6
5.2	Análise Estatística.....	6
6	RESULTADOS E DISCUSSÃO	6
7	CONCLUSÕES	23
8	REFERÊNCIAS	24
9	APÊNDICE	30
9.1	Termo de Consentimento	30
9.2	Questionário.....	31

1 INTRODUÇÃO

A carne suína é a proteína animal mais consumida no mundo, desconsiderando a carne de peixe, pois grande parte dessa tem origem do extrativismo (ANTUNES, 2018). Segundo a Associação Brasileira dos Criadores de Suínos (ABCS, 2011), a indústria de carnes de suínos no Brasil é uma peça importante no desenvolvimento econômico e social de muitos Estados. De acordo com o relatório anual de 2018 da Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA), em 2017 foram produzidas 110, 961 milhões de toneladas de carne suína no mundo (ABPA, 2018).

De 1997 a 2014, notou-se o crescimento de 42,7% na produção mundial de carne suína, sendo que o crescimento do plantel foi de apenas 7,1% (ROPPA, 2014). Com isso, percebe-se que o uso de tecnologias associadas ao melhoramento genético dos animais tem sido eficiente e economicamente viável (EMBRAPA, 2017). Dentre os principais produtores de carne suína estão a China, União Europeia, Estados Unidos e Brasil (ABCS, 2016). O Brasil é o quarto maior produtor de carne suína no mundo e o sexto maior consumidor (ANTUNES, 2018).

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2015 o rebanho brasileiro era de 40,33 milhões de cabeças (BRASIL, 2015). Em 2017, o Brasil produziu 3,75 milhões de toneladas de carne suína, sendo que 697 mil toneladas foram exportadas para 79 países (ABPA, 2018). Ainda, de 1980 a 2012, o crescimento do plantel foi de apenas 20,9%, enquanto a produção teve um aumento de 200% no mesmo período (ABCS, 2014). Uma vez que o mercado mundial ainda possui espaços para crescimento nesse ramo, o Brasil se enquadra como um forte candidato para isso, pois possui uma grande disponibilidade de terra, baixo custo de produção, disponibilidade de alimento (grãos), clima favorável e tecnologia disponível (ROPPA, 2006a).

Diante do potencial de consumo interno brasileiro, é fundamental caracterizar os problemas recorrentes que influenciam o baixo consumo da carne suína. Esse trabalho visa avaliar o comportamento dos consumidores da proteína em Chapecó, Uberlândia e Patos de Minas, comparando os resultados encontrados em cada localidade. Tal avaliação é de suma importância para que se possa conscientizá-los de que a carne suína é de alta qualidade e que pode ser consumida sem medo.

2 REVISÃO DE LITERATURA

No Brasil a suinocultura se distribui da seguinte maneira: 24,4% em Santa Catarina, 19,8% no Rio Grande do Sul, 15,9% Minas Gerais, 15,4% no Paraná, 8,2% no Mato Grosso e 16,3% nos outros estados. A região sul brasileira participa na produção nacional com 59,6%, apesar da superioridade de pequenos agricultores integrados ou cooperados (ABCS, 2016).

Em 2010 a região Oeste Catarinense abrangia uma área de 4.291 km² (BRASIL, 2010), mas de acordo com o trabalho de Marchesan e Fraga (2014), essa mesma área apresentava 27.365 km². Nessa mesorregião existem as maiores agroindústrias da suinocultura (MARCHESAN; FRAGA, 2014). O crescimento econômico regional do Oeste Catarinense, tem se baseado na produção diversificada com base na mão-de-obra familiar, onde as produções ligadas às Cooperativas e Agroindústrias estão voltadas para o mercado de grandes centros consumidores (ANSCHAU; SCHAEGLER; JULIANI, 2014). Dentre as cidades que merecem destaque está Chapecó, a qual se destaca na América Latina como um dos maiores produtores de carne e derivados, em especial a carne suína e de aves (NASCIMENTO; VILLELA, 2017).

A cidade tem uma área de 624,84 Km² (BRASIL, 2017a), e está a 630 km de distância da capital do estado, Florianópolis. Segundo Brasil (2017a), sua população estimada é de 216.654 habitantes. Sendo a maioria desses habitantes descendentes de italianos e alguns de alemães e poloneses, que chegaram a Chapecó vindo do Rio Grande do Sul (BONSERE, 2017). Hoje, a cidade é considerada por muitos autores como a Capital Brasileira da Agroindústria. Possui um Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de 0,790 (BRASIL, 2017a). Chapecó é sede da Cooperativa Aurora Alimentos e também possui uma unidade da Brasil Foods S.A., sendo que em 2017, possuía 44,528 cabeças de suínos (BRASIL, 2017b).

Já a região Sudeste do Brasil, contribui com 17% para a produção nacional, sendo que há o predomínio do produtor independente com ciclo completo (ABCS, 2016). Em 2017, a quantidade de suínos abatidos no estado de Minas Gerais foi de 413,2 mil toneladas (ABPA, 2018). Dados informam que diversos autores afirmam que o famoso lombo de porco com tutu é uma comida típica mineira (ABDALA, 1997). Logo, percebe-se a importância da suinocultura para com a "culinária mineira" presente desde os primórdios. De acordo com BRASIL (2017c), em 2017 o Estado possuía um rebanho estimado de 4,752 milhões de cabeças de suínos.

O Triângulo Mineiro é uma peça importante na suinocultura do Estado, sendo Uberlândia uma cidade de destaque. A primeira ocupação colonial desta cidade se deu em 1730, e foi registrada como um fato diferenciado, onde ocorreu assentamento de indígenas oriundos de outros estados, como Goiás e Mato Grosso. Estes índios se instalavam nos aldeamentos, criados por portugueses, na maioria vindos de São Paulo (LOURENÇO, 2005). Segundo notícia do MG1 e G1 Triângulo Mineiro (2019), no concurso Comida Di Buteco em Uberlândia o prato ganhador tinha como ingrediente principal o lombo suíno.

Segundo Brasil (2017d), Uberlândia possui uma área de 4.115,206 km², a população estimada de 683.247 habitantes e o seu IDH é de 0,789. Recebe destaque no turismo de negócio. A área de prestação de serviços é o maior contribuinte para o produto interno bruto (PIB) do município. Abriga diversas indústrias, nos mais variados setores, entre elas a Brasil Foods SA. Por fim, conta com uma população de 656.700 cabeças de suínos (BRASIL, 2017e).

Ainda em Minas Gerais, mais especificamente na região do Alto Paranaíba, destaca-se a cidade de Patos de Minas. O município tem o rio Paranaíba como principal curso de água para abastecimento, o qual faz parte da Bacia do Paraná; este último divide a cidade quase em duas partes simétricas, com um trajeto norte/sul. O distrito possui terras de cultura com hegemonia em tufito, onde são produzidos cereais, tais como: milho, feijão, arroz etc (MELLO, 2008).

Com a chegada de negros e tropeiros nesta localização, foi se originando a cidade de Patos de Minas. Entretanto a etnia predominante no distrito é de brancos, devido à migração de mestiços, que é a mestiçagem de negros e brancos. A chegada de gaúchos se deu em 1970, esses povos de origem alemã tinham como objetivo a exploração da agricultura (MELLO, 2008). Segundo o Brasil (2017f), Patos de Minas possui uma área de 3.190,187 km², sua população é de aproximadamente 150.833 habitantes e o seu IDH é 0,765. Estima-se que em 2017 havia uma população de 231.437 cabeças de suínos (BRASIL, 2017g).

Sendo a carne suína a carne mais consumida do mundo, depois da carne de peixe, nota-se que o consumo desta na União Europeia chega a 32,7 kg per capita (ABCS, 2016), enquanto no Brasil esse valor é de apenas 14,7 kg per capita (ABPA, 2018). No Brasil, a proteína mais consumida é a de aves, seguida pela bovina e então pela carne suína (ROPPA, 2014). Mesmo que a proteína suína tenha se destacado em relação aos avanços tecnológicos, muitas restrições podem ser observadas em relação ao seu consumo. Na maioria das vezes o menor consumo da carne suína está associado à falta de informação dos consumidores, ou

ainda a informações errôneas em relação ao animal e também a produção (ROPPA, 2006b). Muitas pessoas ainda associam o animal ao “porco banha”, animal este que era produzido antigamente, apenas para consumo próprio, como fonte de energia, e não para comercialização, como é o caso do suíno atual (DIAS *et.al.*, 2011).

Ao afirmar que a carne suína faz mal e é perigosa à saúde, o consumidor provavelmente está fazendo referência ao complexo teníase/cisticercose. Ingerindo carne suína mal passada, que contenha cisticercos do parasita *Taenia Solium*, o homem pode desenvolver teníase. Já na cisticercose, o homem, suíno ou bovino podem se contaminar devido à ingestão de ovos da *Taenia* (ROPPA,2006b).

É incorreto afirmar que a carne suína possui um baixo valor nutricional. A proteína é uma excelente fonte de nutrientes, possui alto valor protéico, vitaminas do complexo B e ferro, além de ser opção para quem procura um alimento com baixo teor em gordura (BENATTI, 2015). Segundo Roppa (2006b), a carne suína tem baixo valor de colesterol que se equipara com a carne bovina e de frango (sem pele).

O suíno de hoje foi desenvolvido com base no melhoramento genético, com o objetivo de aumentar a produtividade, ser mais viável além de apresentar menores teores de gordura (ABPA). Com o intuito de informar os consumidores a ABCS lançou um programa de estímulo ao consumo de carne suína no mercado doméstico: o Projeto Nacional de Desenvolvimento da Suinocultura (PNDS), que desenvolve ações na área de produção, indústria e comercialização (ABCS, 2010). Além disso, campanhas como “Semana Nacional da Carne Suína” e “Escolha + Carne Suína” foram criadas como intuito de informar e consequentemente incentivar ao consumo da carne suína no Brasil.

3 JUSTIFICATIVA

Mesmo com as diversas campanhas informativas sobre a carne suína, como no trabalho realizado por Roppa (2006b), onde ele procura mostrar para o consumidor que a suinocultura de hoje trabalha em prol de uma carne que atenda às suas exigências, muitos consumidores ainda não a percebem como um produto saudável e de boa qualidade. Então, acredita-se que conhecer o perfil dos consumidores da carne suína é de fundamental importância para que se saiba como conscientizá-los de que a carne suína é de alta qualidade e que pode ser consumida. A partir disso, pode-se elaborar informativos e campanhas direcionadas aos consumidores.

4 OBJETIVOS

4.1 Objetivo geral

- Avaliar o comportamento dos consumidores da carne suína no oeste de Santa Catarina (na cidade de Chapecó) e no Triângulo Mineiro (nas cidades de Uberlândia e de Patos de Minas), comparando os resultados encontrados em cada localidade.

4.2 Objetivos específicos

- Identificar a carne mais consumida pelos entrevistados e o motivo da escolha;
- Determinar a frequência de consumo da carne suína *in natura* e dos produtos industrializados em Santa Catarina e em Minas Gerais;
- Conhecer o corte da carne suína preferido pelos entrevistados em Santa Catarina e em Minas Gerais;
- Conhecer qual o fator observado pelos consumidores na hora de comprar a carne suína *in natura* e industrializada;
- Avaliar o grau de conhecimento dos entrevistados em relação à qualidade da carne suína, a cadeia de produção e aos riscos sanitários do consumo da carne nas três cidades;
- Identificar quando os entrevistados preferem consumir a carne suína e qual a maneira de preparo escolhida por eles;
- Conhecer qual produto industrializado a base de carne suína preferido pelo consumidor em Chapecó, Uberlândia e Patos de Minas;
- Identificar onde e como os entrevistados preferem adquirir a carne suína;
- Conhecer a opinião dos entrevistados em relação ao preço da carne suína *in natura* e dos produtos industrializados;
- Identificar se os entrevistados estão dispostos a pagar mais caro por um produto produzido de acordo com as Normas de Bem-Estar Animal (BEA), como por exemplo, a gestação em baia coletiva;
- Determinar a porcentagem de entrevistados que já ouviu/viu alguma propaganda de incentivo ao consumo da carne suína e qual o meio de informação utilizado;

- Identificar quais temas os entrevistados gostariam de receber mais informações a respeito;
- Avaliar as diferenças de consumo da carne suína entre os idosos e os adultos em Chapecó, Uberlândia e Patos de Minas; além de comparar os resultados entre as cidades;
- Identificar se há diferença de consumo entre os jovens entrevistados;
- Identificar se a renda familiar influencia na frequência do consumo da carne suína dos entrevistados;
- Identificar se a influência cultural implica de alguma forma no consumo da carne suína;

5 MATERIAL E MÉTODOS

5.1 Coleta de dados

Os dados foram coletados através de um questionário (anônimo), contendo 41 questões, das quais sete eram referentes ao perfil dos entrevistados e 34 estavam diretamente associadas à carne suína. Além disso, as pessoas que se dispuseram a responder o questionário receberam um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, contendo informações do trabalho, esclarecendo assim, dúvidas referentes ao mesmo.

As entrevistas aconteceram no Oeste Catarinense tendo como representante a cidade de Chapecó e também em Minas Gerais, nas cidades de Uberlândia e Patos de Minas. As entrevistas foram feitas em alguns supermercados de ambas as regiões. Foram entrevistadas 43 pessoas no Oeste de Santa Catarina, e outras 82 pessoas em Minas Gerais.

5.2 Análise Estatística

A análise estatística descritiva e inferencial foi feita com base no *Microsoft Excel*, onde os resultados foram distribuídos e analisados.

6 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Tabela 1. Perfil dos consumidores de carne suína entrevistados em Chapecó, Patos de Minas e Uberlândia

VARIÁVEL	ENTREVISTADOS POR CIDADE					
	<i>Chapecó</i>		<i>Patos de Minas</i>		<i>Uberlândia</i>	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
<i>Sexo</i>						
Feminino	36	83,72	19	48,72	20	46,51
Masculino	07	16,28	20	51,28	23	53,49
TOTAL	43	100	39	100	43	100
<i>Idade</i>						
12 a 17 anos	01	2,32	04	10,26	02	4,65
18 a 25 anos	02	4,65	10	25,64	10	23,25
26 a 40 anos	13	30,23	12	30,77	16	37,21
41 a 60 anos	24	55,82	10	25,64	12	27,91
Acima de 60 anos	03	6,98	03	7,69	03	6,98
<i>Estado Civil</i>						
Casado (a)	26	60,46	16	41,02	23	53,49
Divorciado (a)	03	6,98	04	10,26	18	41,86
Solteiro (a)	14	32,56	17	43,59	02	4,65
Viúvo (a)	00	00	02	5,13	00	00
<i>Escolaridade</i>						
Analfabeto	00	00	02	5,13	00	00
1º incompleto	06	13,95	04	10,26	02	4,65
1º completo	03	6,98	05	12,82	03	6,98
2º incompleto	04	9,30	10	25,64	04	9,30
2º completo	13	30,24	04	10,26	15	34,89
Superior incompleto	01	2,32	06	15,38	08	18,60
Superior completo	14	32,56	06	15,38	09	20,93
Outro	02	4,65	02	5,13	02	4,65
<i>Ocupação</i>						
Dona de casa	07	16,28	02	5,13	02	4,65
Estudante	01	2,32	11	28,20	06	13,95
Desempregado	01	2,32	00	00	00	00
Aposentado	02	4,65	06	15,38	02	4,65
Doente ou inválido	00	00	00	00	00	00
Operário sem especialização	05	11,63	05	12,82	01	2,33
Operário especializado	00	00	02	5,13	10	23,26
Autônomo	05	11,63	07	17,95	12	27,90
Executivo	01	2,32	02	5,13	00	00
Outra	21	48,85	04	10,26	10	23,26
<i>Renda familiar</i>						
Até 1 salário	02	4,65	03	7,69	03	6,98
1 a 3 salários	16	37,22	19	48,73	17	39,53
3 a 5 salários	09	20,93	06	15,38	11	25,58
5 a 10 salários	06	13,95	05	12,82	10	23,26
Acima de 10 salários	08	18,60	06	15,38	02	4,65
Participantes que não responderam	02	4,65	00	00	00	00

(continuação)

<i>Descendência</i>	ENTREVISTADOS POR CIDADE					
	Chapecó		Patos de Minas		Uberlândia	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Italiana	27	62,79	03	7,69	03	6,98
Alemã	02	4,65	00	00	01	2,32
Portuguesa	02	4,65	16	41,03	12	27,91
Espanhola	00	00	00	00	02	4,65
Indígena	00	00	03	7,69	00	00
Africana	00	00	03	7,69	04	9,30
Outra	12	27,91	14	35,90	21	48,84

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Do total de entrevistados (125 pessoas) observou-se que 60% eram do sexo feminino e 40% do sexo masculino. Verificou-se ainda que em Chapecó quase 84% dos participantes eram do sexo feminino. Em Patos de Minas e Uberlândia não houve discrepância significativa relacionada ao sexo.

Em relação à faixa etária notou-se que da população total entrevistada houve uma maior concentração de entrevistados com idade entre 26 a 40 anos e 41 a 60 anos, que juntos somaram aproximadamente 70% dos participantes. Em Chapecó a maioria dos entrevistados concentrou-se na faixa etária de 41 a 60 anos (55,82%). Já em Patos de Minas e Uberlândia a concentração se deu entre a idade de 26 a 40 anos (30,77% e 37,21% respectivamente). A amostra representa, em sua maioria, a opinião de pessoas maduras, que são capazes de inferir sobre o consumo de carne suína.

De acordo com o estado civil percebeu-se que da população total entrevistada a maior parte era casada, totalizando aproximadamente 52% dos entrevistados. Em Chapecó 60,46% dos participantes eram casados (as). Já em Patos de Minas a maioria dos entrevistados eram solteiros (as) e casados (as), 43,59% e 41,02% respectivamente. Em Uberlândia 53,49% dos participantes eram casados (as) e 41,86% eram divorciados (as).

Dos homens e mulheres entrevistados notou-se que a maior parte se encaixava na escolaridade 2º completo, somando aproximadamente 25,5% dos entrevistados. A população com superior completo também apresentou um valor significativo, 23% dos entrevistados.

Segundo a ocupação percebeu-se que da população total entrevistada a maioria optou por marcar a categoria outra, que somou 28% dos entrevistados; houve descrição de várias profissões, tais como: professor, funcionário público, supervisor, motorista, farmacêutica,

assistente social, microempresário, mecânico, diarista etc. A categoria autônomo somou aproximadamente 19% da amostra, logo após ficou a categoria estudante com aproximadamente 14,4% dos participantes.

Conforme a renda familiar observou-se que da população total entrevistada 48,6% dos entrevistados se encaixaram na renda de 1 a 3 salários. Quase 21% dessa mesma amostra se encaixou na renda de 3 a 5 salários, seguido da categoria renda de 5 a 10 salários que somou 16,8% dos participantes. Segundo o critério Brasil (ABEP, 2016), a maioria da população brasileira se encaixa entre as rendas E a C1, que varia de R\$00,00 a R\$4.851,00. Da amostra entrevistada aproximadamente 69% é representativa da renda predominante no Brasil.

De acordo com a descendência notou-se que da população entrevistada em Chapecó 63% era de origem italiana, esses dados conferem com os estudos de Bonsere (2017), que afirma ser a maioria dos habitantes dessa cidade descendentes de italianos. Já em Patos de Minas a maioria dos participantes se autodeclararam de origem portuguesa, somando 41% dos entrevistados e logo atrás, com 36% dos entrevistados revelou-se a categoria “outra”. Em Uberlândia 49% dos entrevistados também marcaram a opção outra. É importante salientar que em Patos de Minas e Uberlândia houve muita dificuldade de autodeclaração de descendência, talvez esse embaraço se deva a miscigenação existente nessas localidades

Tabela 2. Frequência do consumo de carne em geral e da razão para não consumir

VARIÁVEL	ENTREVISTADOS POR CIDADE (%)		
	<i>Chapecó</i>	<i>Patos de Minas</i>	<i>Uberlândia</i>
<i>Você consome carne?</i>			
Sim	97,5	95	97,5
Não	02,5	05	02,5
<i>Se não, por qual razão não a consome?</i>			
Falta de hábito	100	00	00
Gordurosa	00	50	00
Sabor não agrada	00	50	00
Vegetarianismo	00	00	100

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Quando questionados sobre o consumo de carne em geral, verificou-se que do total dos entrevistados a maioria consome carne (97%), e uma pequena minoria não consome (3%). Dentre os participantes que não consomem carne foi relatado falta de hábito, sabor não agrada, acha a carne gordurosa e vegetarianismo. Segundo os estudos de Carbonari e Silva

(2012), a renda está diretamente ligada ao consumo de carne e o aumento desta no final dos anos 90 pode ser responsável pelo cenário atual.

Tabela 3. Frequência do tipo de carne consumida em Chapecó, Patos de Minas e Uberlândia

VARIÁVEL	ENTREVISTADOS POR CIDADE (%)		
	<i>Chapecó</i>	<i>Patos de Minas</i>	<i>Uberlândia</i>
<i>Carne preferida</i>			
Bovina	45	46	55
Frango	48	35	29
Suína	07	16	14
Peixe	00	03	02
<i>Por que da escolha dessa carne?</i>			
Valor nutritivo	14	11	12
Hábito	43	24	33
Preço	14	05	12
Praticidade	00	11	05
Sabor	24	49	38
Segurança alimentar	03	00	00
Outro	02	00	00

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

De acordo com a preferência do tipo de carne consumida, notou-se que em Uberlândia a proteína preferida foi a bovina, seguida da de frango e posteriormente a suína; condizendo com os resultados obtidos por Fanalli (2018). Em Patos de Minas o resultado foi o mesmo de Uberlândia, o que difere dos resultados de Couto e Ferreira (2003), que relataram maior preferência dos patenses pela carne bovina, seguida da suína, peixe e por fim a proteína de frango. Já em Chapecó a carne favorita da população entrevistada foi a de frango, seguida da bovina e por fim a suína; um resultado inesperado, pois essa cidade tem um forte histórico cultural relacionado com a carne suína e de acordo com os resultados desta pesquisa apenas 7% dos entrevistados a preferem.

De acordo com o motivo da escolha dessa carne percebeu-se que há maior ligação ao sabor e ao hábito. Observou-se ainda que uma pequena parcela dos entrevistados opta pela carne de acordo com o valor nutritivo e que é quase inexistente a escolha da carne relacionada a segurança alimentar (apenas 03% dos entrevistados em Chapecó escolhem a carne pela segurança alimentar). De acordo com estudos de Ribeiro e Corção (2013), no Brasil as carnes brancas são consumidas em alta quantidade, mas existe um valor simbólico “por excelência” para a carne bovina.

Tabela 4. Frequência do consumo de carne suína em Chapecó, Patos de Minas e Uberlândia

VARIÁVEL	ENTREVISTADOS POR CIDADE (%)		
	<i>Chapecó</i>	<i>Patos de Minas</i>	<i>Uberlândia</i>
<i>Você consome carne suína?</i>			
Sim	86	100	90
Não	14	00	10
<i>Se não, qual o motivo?</i>			
Falta de hábito	20	-	25
Sabor	20	-	00
Gordurosa	20	-	25
Questões sanitárias	00	-	25
Outro	40	-	25

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

De acordo com o consumo da carne suína notou-se que a grande maioria dos entrevistados consome a proteína. Uma pequena parcela dos participantes em Chapecó e Uberlândia não consome a carne. Da pequena parcela de entrevistados que não consome a carne suína os motivos relatados foram: falta de hábito, sabor, gordurosa e questões sanitárias. Alguns participantes ainda marcaram a opção outros e relataram ter alergia e devido ao sofrimento animal no momento do abate. Percebe-se que apesar de ser pequena a parcela dos participantes que não consome a carne suína, a rejeição ainda existe e pode ser que esteja diretamente ligada aos mitos sobre a carne suína.

Tabela 5. Atributos que influenciam o consumidor durante a compra/consumo da carne suína *in natura*

VARIÁVEL	ENTREVISTADOS POR CIDADE (%)		
	Chapecó	Patos de Minas	Uberlândia
<i>Frequência de consumo</i>			
Diariamente	00	19	05
5x por semana	00	03	00
3x por semana	24	13	21
1x por semana	54	38	29
A cada 2 semanas	03	08	26
1x ao mês	08	11	13
Menos de 1 vez ao mês	03	00	03
Raramente	08	08	03
<i>Corte suíno preferido</i>			
Lombo	13	19	26
Picanha	00	24	08
Pernil	14	22	21
Costela	54	24	32
Bisteca	16	00	08
Alcatra	03	05	00
Pé, orelha, rabo	00	03	00
Outro	00	03	05
<i>Compraria outros cortes?</i>			
Sim	97	97	95
Não	03	03	05
<i>Fator mais importante no momento da compra</i>			
Preço	22	19	32
Qualidade	46	46	39
Finalidade	05	05	03
Aparência	11	14	05
Sanidade/Higiene	16	16	21
<i>Forma de consumo preferida</i>			
Assada	65	38	42
Cozida	08	24	16
Frita	24	24	29
Ensopada	03	00	03
Grelhada	00	14	10
<i>Quando consome</i>			
Jantar	06	05	13
Almoço	78	43	61
Datas comemorativas	00	05	00
Lanches	00	03	00
Churrascos	16	41	26
Outro	00	03	00
<i>Preferência do modo de compra</i>			
Cortada no momento da compra	81	92	95
Embalada a vácuo	8	3	05
Embalada na bandeja	11	00	00
Outro	00	05	00

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Sobre a frequência de consumo da carne suína *in natura* notou-se que nas três cidades a maioria dos entrevistados consome a carne 1x por semana. Há uma quantidade notável de participantes em Patos de Minas que consome a proteína diariamente (19%). Esse resultado difere do trabalho realizado por Varga (2015), que afirma que o sul é a região que tem a maior frequência de consumo da proteína.

Percebeu-se uma preferência geral dos entrevistados pela costela. Em Patos de Minas a picanha, pernil e lombo também tiveram consumo significativo. Em Uberlândia verificou-se um favoritismo também pelo lombo suíno. Pode atribuir que esses resultados estejam relacionados ao mito de que a carne suína é gordurosa, logo os participantes preferem cortes considerados menos gordurosos.

Em relação à possibilidade de consumir outros tipos de corte de carne suína, notou-se que a maioria dos entrevistados consumiria outros cortes e uma minoria não consumiria. Dentre os participantes que optaram marcar a opção não consumiria não houve descrição do porquê. É importante salientar que muitos participantes não sabiam da existência de alguns dos cortes mencionados pela pergunta, tais como: filé mignon, picanha, carne moída.

De acordo com o fator mais importante na hora da compra observou-se que nas três cidades os participantes preocupam-se com a qualidade do produto consumido, o que difere do atributo mais importante na compra de carne em geral que estava relacionado ao sabor e hábito. Talvez esse resultado se deva mais uma vez aos mitos criados em cima da carne suína, onde muitos consumidores acreditam que a proteína faz mal e é perigosa para saúde, como afirma em seu estudo Roppa (2006b).

Sobre a preferência do modo de consumo notou-se que nas três cidades a maioria dos entrevistados prefere a forma assada, pode ser que este resultado esteja ligado à preocupação com a saúde. A forma frita também ganha destaque em todas as localidades, talvez esse fato se deva a busca de pratos práticos, em função da rotina dos consumidores.

Em relação ao costume de quando consumir a carne suína *in natura* observou-se que nas três cidades a maioria dos entrevistados prefere consumir durante o almoço. Talvez esse resultado mostre que a proteína está presente no dia a dia dos entrevistados e que não está tão associada a datas festivas, como acontecia antigamente.

De acordo com a preferência de compra da proteína percebeu-se que nas três cidades a grande maioria dos entrevistados prefere comprar a carne *in natura* cortada no momento da compra. Pode ser que esse resultado reflita o modo que os consumidores buscam para adquirir

um produto de melhor qualidade, sendo que a esse tipo de aquisição permite que o consumidor escolha a “melhor” peça.

Tabela 6. Valor nutricional da carne suína

VARIÁVEL	ENTREVISTADOS POR CIDADE (%)		
	<i>Chapecó</i>	<i>Patos de Minas</i>	<i>Uberlândia</i>
<i>Você se considera bem informado em relação ao valor nutricional da carne suína?</i>			
Sim	35	32	39
Não	65	68	61
<i>Você considera a carne suína:</i>			
De baixo valor nutricional	50	11	18
De alto valor nutricional	14	32	37
Não sei opinar	36	57	45

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Em relação ao valor nutricional da carne suína, foi perguntado aos entrevistados se eles se consideram bem informados ou não, nas três cidades mais de 60% dos participantes não se consideram bem informados. De acordo com o valor nutricional nota-se que em Chapecó 50% dos entrevistados acreditam que a proteína é de baixo valor nutricional e 36% não soube opinar. Em Patos de Minas e Uberlândia a maioria dos entrevistados não soube opinar.

Talvez essa falta de informação e/ou informação errônea se deva a pouca divulgação do “produto”, tendo em vista que quando os participantes foram questionados se viram/ouvíram alguma propaganda incentivando o consumo de carne suína, grande parcela dos entrevistados negaram e os que afirmaram já ter visto/ouvido não souberam especificar com excelência onde.

Tabela 7. Frequência de entrevistados com hábito de retirar a gordura da carne suína

VARIÁVEL	ENTREVISTADOS POR CIDADE (%)		
	<i>Chapecó</i>	<i>Patos de Minas</i>	<i>Uberlândia</i>
<i>Você costuma retirar a gordura da carne antes de consumi-la?</i>			
Sim	59	38	18
Não	23	43	42
Na maioria das vezes	18	19	40

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Sobre o hábito de retirar a gordura da carne antes de consumi-la, notou-se que em Chapecó a maioria dos entrevistados o faz. Em Patos de Minas e Uberlândia a maioria não retira a gordura. Da população total de entrevistados aproximadamente 38,5% retira a gordura antes do consumo. Pode ser que esse resultado esteja relacionado ao errôneo estigma que a carne suína é gordurosa. Roppa (2006b), afirma que o suíno dos dias de hoje apresenta um teor de gordura bem inferior do que o de antigamente, que em 100 gramas de lombo cozido houve uma redução de 26,7 gramas de gordura.

Tabela 8. Frequência dos atributos que influenciam o consumidor durante a compra/consumo da carne suína industrializada

VARIÁVEL	ENTREVISTADOS POR CIDADE (%)		
	<i>Chapecó</i>	<i>Patos de Minas</i>	<i>Uberlândia</i>
<i>Fator mais importante na compra</i>			
Preço	13	19	24
Qualidade	49	41	39
Marca	13	03	03
Finalidade	03	08	03
Praticidade	00	05	00
Aparência	11	14	16
Higiene	11	05	10
Sabor	00	05	05
<i>Quando você consome</i>			
Jantar	19	13	05
Almoço	30	19	32
Datas comemorativas	05	16	08
Lanches	43	19	26
Churrascos	03	30	24
Outro	00	03	05
<i>Frequência de consumo</i>			
Diariamente	19	13	03
5x por semana	03	00	00
3x por semana	35	05	13
1x por semana	24	24	37
A cada 2 semanas	00	19	13
1x ao mês	08	22	18
Menos de 1 vez ao mês	00	03	00
Raramente	11	14	16
<i>Produto industrializado preferido</i>			
Salsicha	11	08	08
Salame	43	05	02
Presunto	30	22	42
Apresuntado	02	13	03
Bacon	03	22	18
Lingüiça	11	27	24
Patê	00	03	00
Outro	00	00	03
<i>Tipo de compra</i>			
Por impulso	11	32	32
Previamente planejado	89	68	68

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Quanto ao fator mais importante no momento da compra da carne suína industrializada notou-se que nas três cidades a maioria dos entrevistados afirmaram observar a qualidade do produto. O preço também demonstrou ser uma variável importante para muitos entrevistados das três cidades.

Em relação ao costume de como consumir a carne suína industrializada percebeu-se que em Chapecó a maioria consome o produto em lanches e em Uberlândia a maior preferência de consumo se deu no almoço. Talvez esse resultado tenha ligação com o modelo de vida atual, onde a população procura consumir refeições práticas e rápidas. Já em Patos de Minas a maioria prefere consumir a carne suína industrializada em churrascos, o que faz ligação do produto a datas festivas.

Sobre a frequência de consumo da carne suína industrializada verificou-se que em Patos de Minas e Uberlândia cidades a maioria dos entrevistados consome o produto 1 vez por semana. Já em Chapecó a maioria dos participantes consome 3 vezes por semana, mas uma boa parcela dos entrevistados também consome a carne industrializada 1 vez por semana.

Em relação ao produto industrializado mais consumido percebeu-se que em Chapecó a maioria dos entrevistados prefere o salame (43%), seguido da preferência pelo presunto (30%). Já em Patos de Minas a maioria prefere linguiça (27%), seguido do bacon e presunto (cada um com 22%). Em Uberlândia a maioria dos entrevistados prefere o presunto (42%), seguido da linguiça (24%).

De acordo com a compra dos produtos industrializados notou-se que nas três cidades a maioria dos participantes realiza a compra ocorre previamente planejada. Segundo estudos de Tramontini (2000), no Brasil 68% da população estudada efetua uma compra planejada dos embutidos.

Tabela 9. Locais de compra da carne suína pelos entrevistados

VARIÁVEL	ENTREVISTADOS POR CIDADE (%)		
	<i>Chapecó</i>	<i>Patos de Minas</i>	<i>Uberlândia</i>
<i>Local de compra</i>			
Supermercado	89	60	68
Açougue	05	32	29
Diretamente do produtor	03	08	03
Feira	03	00	00

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Sobre o local de compra da carne suína verificou-se que nas três cidades a maioria dos participantes realiza a aquisição em supermercado. Segundo Carvalho (2007) e Marchi (2001) essa preferência de compra se deve a forte concorrência dos supermercados para com os açougues e a queda no poder de compra da população com menor renda, a qual é o principal cliente dos açougues. Notou-se que apesar de pequeno ainda existe o mercado de compra de carne suína diretamente do produtor, visando à aquisição da proteína com um melhor preço.

Tabela 10. Opinião dos entrevistados quanto ao preço da carne suína *in natura* e industrializada

VARIÁVEL	ENTREVISTADOS POR CIDADE (%)		
	<i>Chapecó</i>	<i>Patos de Minas</i>	<i>Uberlândia</i>
<i>Preço da carne suína in natura</i>			
Caro	38	13	02
Barato	05	22	24
Acessível	57	65	74
<i>Preço da carne suína industrializada</i>			
Caro	68	33	18
Barato	00	16	16
Acessível	32	51	66

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Com relação ao preço da carne suína *in natura* notou-se que nas três cidades a maioria dos entrevistados considera o produto acessível. Boa parte dos participantes de Chapecó considerou a proteína cara (38%). De acordo com o preço da carne suína industrializada nota-se que em Chapecó a maioria dos entrevistados considera o produto caro (68%). Já em Patos de Minas e Uberlândia a maioria dos participantes considera o produto com o preço acessível (51% e 66% respectivamente).

Kinpara (1995) afirma que a demanda por um bem de consumo está diretamente ligada ao preço, nível de satisfação e a renda do indivíduo. A satisfação irá determinar o desejo de consumo e conseqüentemente o nível deste consumo, logo aperfeiçoar o produto suíno final proporcionaria um aumento de competitividade para com os demais tipos de carne.

Tabela 11. Procedência do produto

VARIÁVEL	ENTREVISTADOS POR CIDADE (%)		
	<i>Chapecó</i>	<i>Patos de Minas</i>	<i>Uberlândia</i>
<i>Você se preocupa com a procedência do produto?</i>			
Sim, compro apenas produtos inspecionados	92	78	79
Não, compro de acordo com o preço	08	19	18
Não, não me importo se é fiscalizado ou clandestino	00	03	03

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Quanto à procedência do produto adquirido percebeu-se que nas três cidades a grande maioria dos entrevistados compra apenas produtos inspecionados, mas ainda há quem compre de acordo com o preço e uma pequena parcela de participantes que não se importam com a

procedência. Segundo Veloso, Ganc e Cortez (2006), o consumo de carne suína inspecionada é altamente seguro.

Tabela 12. Frequência de informações relatadas pelos entrevistados sobre a carne suína

VARIÁVEL	ENTREVISTADOS POR CIDADE (%)		
	Chapecó	Patos de Minas	Uberlândia
<i>A carne suína pode trazer risco à saúde?</i>			
Não	57	35	40
Não sei	03	33	21
Sim	40	32	39
<i>Você se considera informado sobre cisticercose?</i>			
Sim	42	24	27
Não	19	30	26
Muito pouco	25	11	21
Não sei o que é	14	35	26
<i>Transmissão da cisticercose</i>			
Suíno	56	27	37
Bovino	00	03	02
Aves	00	03	03
Vários animais	11	19	16
Alimentos contaminados	25	35	29
Outro	08	13	13
<i>Menor valor de colesterol</i>			
Peito de frango	86	84	87
Lombo suíno	14	05	05
Alcatra bovina	00	11	08

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

De acordo com os riscos que a carne suína pode trazer ao consumidor notou-se que em Chapecó a maioria dos entrevistados acha que a proteína não pode trazer riscos a saúde. Já em Patos de Minas e Uberlândia (35% e 40%) acreditam não trazer risco, enquanto que 32% e 39%, respectivamente, acreditam trazer risco à saúde do consumidor. Zamberlan (2002), verificou em seu trabalho que os consumidores se preocupam com a segurança alimentar e ainda consideram a carne suína com alto grau de risco a saúde pela forma de criação antiga, onde tinha-se pouco cuidado sanitário.

Em relação à cisticercose verificou-se que a maioria dos entrevistados em Chapecó e Uberlândia se considerara bem informados. Em Patos de Minas a maioria não sabe o que é cisticercose. Nas três cidades nota-se que a adição dos entrevistados que não se consideram informados sobre a doença, sabem muito pouco e não sabem o que é, soma mais de 50% dos participantes.

De acordo com a transmissão da cisticercose percebeu-se que nas três cidades uma pequena parcela dos entrevistados realmente sabe o que pode transmitir a doença: alimentos contaminados. Verificou-se ainda que uma boa parcela dos participante ainda acredita que o suíno pode transmitir a doença, o que é um mito, como já foi desmitificado por Roppa (2006b), ao afirmar que o suíno não causa cisticercose no homem, mas o homem causa cisticercose no suíno.

Sobre os valores de colesterol notou-se que nas três cidades a grande maioria dos entrevistados acredita ser o peito de frango a proteína com menor teor de colesterol. Chama atenção a pouca quantidade de pessoas que acreditam que o lombo suíno tem os valores mais baixos de colesterol. Segundo Roppa (2006b) os valores de colesterol são semelhantes entre as carnes suína, bovina e de aves. Esse teor aumenta quando se realiza o cozimento, pois há redução da água, conseqüentemente ocorre concentração dos demais solutos. Benatti (2015) mediu as concentrações de colesterol em diferentes cortes de carne, encontrou 75 mg de colesterol na alcatra bovina, já o peito de frango apresentou 73 mg e por fim o lombo suíno com uma em média de 65 mg de colesterol.

Tabela 13. Frequência de consumidores dispostos a pagar mais caro por uma carne produzida com as normas de BEA

VARIÁVEL	ENTREVISTADOS POR CIDADE		
	(%)		
<i>Você pagaria mais caro?</i>	<i>Chapecó</i>	<i>Patos de Minas</i>	<i>Uberlândia</i>
Sim	22	43	55
Não	22	22	24
Não sei o que é isso	56	35	21
<i>Se não, por que não pagaria mais por essa carne?</i>			
Não vejo diferença	62	50	33
Condições financeiras	38	37	45
Optaria por outro tipo de carne	00	13	11
Bem-Estar não é importante	00	00	11

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Quando questionados em relação às normas de BEA, percebeu-se que a maioria dos entrevistados de Patos de Minas e Uberlândia pagariam mais caro por uma carne produzida nesse padrão. Em Chapecó a maioria dos participantes não sabe do que se trata o BEA e em Patos de Minas e Uberlândia boa parte dos entrevistados também não sabem do que se trata.

Verificou-se ainda que existe muitas pessoas que não pagariam mais caro por uma proteína produzida nessas condições.

De acordo com os entrevistados que não pagariam mais caro por uma carne suína produzida nas normas de BEA foram relacionados a não diferença, devido condições financeiras, optariam por outro tipo de carne e alguns participantes de Patos de Minas ainda afirmaram que o BEA não é importante. Molento (2005), afirma que quando a sociedade passa a reconhecer como importante o sofrimento animal, o bem-estar passa a fazer parte dos valores econômicos.

Tabela 14. Frequência de consumidores conhecedores de propaganda incentivando o consumo da carne suína

VARIÁVEL	ENTREVISTADOS POR CIDADE (%)		
	<i>Chapecó</i>	<i>Patos de Minas</i>	<i>Uberlândia</i>
<i>Viu/ouviu alguma propaganda</i>			
Não	33	76	53
Sim	53	24	47
Participantes que não responderam	14	00	00

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Em relação à existência de propaganda de incentivo a carne suína boa parte dos entrevistados que responderem que já viram/ouviram alguma propaganda descreveram que foi na TV ou rádio, sendo que em raras exceções foi especificado o programa. Percebeu-se que há uma grande parcela dos entrevistados que nunca viram/ouviram alguma propaganda incentivando o consumo da carne suína.

Tabela 15. Opinião dos entrevistados quanto a produção e higiene dos suínos

VARIÁVEL	ENTREVISTADOS POR CIDADE (%)		
	<i>Chapecó</i>	<i>Patos de Minas</i>	<i>Uberlândia</i>
<i>Produção e higiene dos suínos</i>			
Boas/ótimas condições	57	41	29
Condições regulares	22	35	45
Péssimas condições	00	08	05
Não sei opinar	21	16	21

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

De acordo com a produção e higiene dos animais notou-se que apesar de pequena ainda existe pessoas que acreditam que os suínos são produzidos em péssimas condições. Há também uma boa parcela da população que não sabe opinar ou que acredita que esses animais

são produzidos em condições regulares. Pode ser que esse resultado se deva a uma errônea ligação do modo de criação de suínos de antigamente, associando este a um animal sujo, alimentado com restos de comida, sem cuidados higiênicos. Roppa (2006b), aponta em seu estudo que a melhoria nas instalações e manejo proporcionou um alimento de melhor qualidade, atendendo as exigências do consumidor, com uma melhora drástica na sanidade. O autor ainda afirma que o suíno atualmente é criado confinado, em instalações extremamente limpas e desinfetadas, sem acesso a terra.

Tabela 16. Temas que os entrevistados gostariam de saber mais a respeito

VARIÁVEL	ENTREVISTADOS POR CIDADE (%)		
	<i>Temas</i>	<i>Chapecó</i>	<i>Patos de Minas</i>
Criação dos suínos	06	04	10
Qualidade nutricional da carne suína	22	17	20
Como os industrializados são produzidos	14	17	09
Manejos de Bem-Estar aplicados na suinocultura brasileira	11	08	10
Qualidade sanitária dos produtos	09	17	18
Modos de preparo da carne suína	09	10	10
Mitos e verdade da carne suína	25	19	18
Tecnologias e sanidade na produção de suínos	04	08	05

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Sobre os temas que os entrevistados gostariam de saber mais a respeito, notou-se que há interesse por todos os temas. Em Chapecó e Patos de Minas o tema mais sugerido pelos entrevistados foi sobre os mitos e verdades da carne suína, já em Uberlândia o tema mais solicitado foi sobre a qualidade nutricional da mesma. Com esse resultado percebe-se a sede de informações verdadeiras dos entrevistados e ao mesmo tempo revela uma carência do fornecimento dessas informações.

A amostra não foi representativa o suficiente para a avaliação de diferença de consumo da carne suína entre os idosos e os adultos, identificação de diferença de consumo entre os jovens entrevistados e avaliação da influência da renda com a frequência de consumo da carne suína dos entrevistados.

7 CONCLUSÕES

A partir da análise do perfil de consumo dos entrevistados em Chapecó, Patos de Minas e Uberlândia, pode-se inferir que o consumo de carne suína nas três cidades ainda é muito baixo em virtude de informações errôneas e/ou crença em mitos. Verifica-se a necessidade de investir em *marketing* para romper os mitos e tabus existentes, melhorando assim a imagem da suinocultura e acarretando em aumento do consumo.

8 REFERÊNCIAS

ABDALA, Mônica Chaves. **Receita de mineridade: a cozinha e a construção da imagem do mineiro**. Uberlândia: Edufu, 1997.

ANSCHAU, C. T; SCHAEGLER, P. F; JULIANI, L. I. A agropecuária do oeste catarinense, sob um olhar transdisciplinar. **Revista Científica Tecnológica**. V. 1 , n. 1, não paginado, 2014. Disponível em: <<https://uceff.edu.br/revista/index.php/revista/article/view/1/4>>. Acesso em: 08 set. 2018.

ANTUNES, R. C. **O ensino da produção industrial de suínos - uma versão crítica**. 1ª ed. Uberlândia, MG: Edibrás, p. 29-60,2018.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE PESQUISAS (ABEP). **Critério Brasil**. Não paginado, 2016. Disponível em: <<http://www.abep.org/criterio-brasil>>. Acesso em 11 mai. 2019.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROTEÍNA ANIMAL (ABPA). **História da suinocultura no Brasil**. Disponível em: <<http://abpa-br.com.br/setores/suinocultura>>. Acesso em: 08 set. 2018.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROTEÍNA ANIMAL (ABPA). **Relatório anual de 2018**. p 68-98, 2018. Disponível em: <<http://abpa-br.com.br/storage/files/relatorio-anual-2018.pdf>>. Acesso em: 03 set. 2018.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS CRIADORES DE SUÍNOS (ABCS). **Consumo de carne suína no Brasil atinge 15,1kg per capita**. Brasília, não paginado, 2011. Disponível em: <<http://www.abcs.org.br/informativo-abcs/916-consumo-de-carne-suina-no-brasil-atinge-151kg-per-capita->>. Acesso em: 06 set. 2018.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS CRIADORES DE SUÍNOS (ABCS). **Mapeamento da suinocultura brasileira**. 1. ed. Brasília, 374 p., 2016. Disponível em: <http://www.abcs.org.br/attachments/-01_Mapeamento_COMPLETO_bloq.pdf>. Acesso em: 03 out. 2018.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS CRIADORES DE SUÍNOS (ABCS). **Produção de suínos: teoria e prática**. Coordenação editorial: Associação Brasileira de Criadores de Suínos; Coordenação Técnica da Integrall Soluções em Produção Animal. Brasília (DF): ABCS, 2014. 31p.: il.: color. Compilação – Texto de vários autores. Versão online. Disponível em <http://www.abcs.org.br/attachments/1823_Livro%20Produ%C3%A7%C3%A3o.pdf> Acesso em 14 set. 2018.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS CRIADORES DE SUÍNOS (ABCS). **Projeto nacional de desenvolvimento da suinocultura**. Não paginado, [2010?]. Disponível em: <<http://www.abcs.org.br/pnds/o-projeto>>. Acesso em: 01 set. 2018.

BENATTI, F.B. **Carne suína e os benefícios para a atividade física**. 2015, 11 p. Disponível em: <http://www.accs.org.br/arquivos_downloads/download.php?arquivo=4068_Carne_suina_e_os_beneficios_para_a_atividade_fisica_1.pdf>. Acesso em 29 jul. 2019.

BONSERE, K. F. **O “grito de marcha para oeste” e a colonização do oeste catarinense: 1937-1945**. 2017, 68 f, p. 28-29. Monografia (Graduação em História) – Universidade Federal da Fronteira Sul, Chapecó, 2017. Disponível em: <<https://rd.uffs.edu.br/bitstream/prefix/1705/1/BONSERE.pdf>>. Acesso em: 02 set. 2018.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo agropecuário**, 2017. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/patos-de-minas/pesquisa/24/76693>>. Acesso em: 15 set. 2018.^g

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo agropecuário**, 2017. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/pesquisa/24/76693>>. Acesso em: 02 out. 2018.^c

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo agropecuário**, 2017. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/uberlandia/pesquisa/24/76693>>. Acesso em: 15 set. 2018.^e

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo agropecuário**, 2017. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/chapeco/pesquisa/24/76693>>. Acesso em: 15 set. 2018.^b

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Número de cabeças do efetivo da pecuária (em mil cabeças) - Brasil**, 2015. Disponível em: <<https://brasilemsintese.ibge.gov.br/agropecuaria/efetivos-da-pecuaria.html>>. Acesso em: 15 set. 2018.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Panorama**, 2017. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/patos-de-minas/panorama>>. Acesso em: 15 set. 2018.^f

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Panorama**, 2017. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/uberlandia/panorama>>. Acesso em: 15 set. 2018.^d

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Panorama**, 2017. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/chapeco/panorama>>. Acesso em: 15 set. 2018.^a

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. Secretaria de Desenvolvimento Territorial. **Oeste catarinense PTDRS**, 2010. Disponível em: <http://sit.mda.gov.br/download/ptdrs/ptdrs_qua_territorio066.pdf>. Acesso em: 16 set. 2018.

CARBONARI, T.; SILVA, C. R. L. Estimativa da elasticidade-renda do consumo de carnes no Brasil empregando dados em painel. **Pesquisa & Debate**, São Paulo, v. 23, n: 1, p. 154-178, 2012. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/rpe/article/view/12383/8979>>. Acesso em 03 mai. 2019.

CARVALHO, T. B. **Estudo da elasticidade-renda da demanda de carne bovina, suína e de frango no Brasil**. Dissertação (Mestrado em Economia Aplicada). Universidade de São Paulo. Piracicaba – SP, 2007.

COUTO, D. L. A.; FERREIRA, A. V. **Avaliação dos determinantes do consumo da carne suína no município de Patos de Minas – MG**. Não paginado, 2003. Disponível em: <sober.org.br/palestra/12/04O205>. Acesso em: 14 set. 2018.

DIAS, A. C. *et. al.* **Manual brasileiro de boas práticas agropecuárias na produção de suínos**. Brasília: ABPS/MAPA/Embrapa Suínos e Aves, 140 p., 2011. Disponível em: <<http://www.m2design.com.br/biribas/site/wp-content/uploads/2015/03/MANUAL-SUINO-FINAL-28.pdf>>. Acesso em: 12 set. 2018.

EMBRAPA (EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA). **Mais competitividade na suinocultura**. Brasília, não paginado, 2017. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/21265242/mais-competitividade-na-suinocultura>>. Acesso em: 04 out. 2018.

FANALLI, S. L. Perfil de consumo e percepção dos consumidores de carne: consequências sobre a saúde pública. **Revista Científica Eletrônica de Medicina Veterinária**, p. 1-13, n: 31, não paginado, 2018. Disponível em: <http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/7YgU5DLnagIDsVr_2018-9-19-8-41-24.pdf>. Acesso em: 13 mai. 2019.

GANC, A. J.; CORTEZ, T. L.; VELOSO, P. P. A. **A carne suína e suas implicações no complexo teníase-cisticercose**. Disponível em: <<http://www.conhecer.org.br/download/DOENALIM/leitura%20anexa%202.pdf>>. Acesso em 09 mai. 2019.

KINPARA, D. I. Perspectivas no consumo de carne suína no Brasil. Universidade Federal de Lavras. **Caderno de Pesquisas em Administração**. v.1. São Paulo, 1995.

LOURENÇO, L. A. B. **A oeste das minas: escravos, índios e homens livres numa fronteira oitocentista, triângulo mineiro (1750-1861)**. Uberlândia: Edufu, 2005.

MARCHESAN, J; FRAGA, A. M. A suinocultura no Oeste Catarinense e as complexas implicações ambientais. **Revista Tecnologia e Ambiente**. v.20, p. 39-54, 2014. Disponível em: <<http://periodicos.unesc.net/tecnoambiente/article/view/1559/1475>>. Acesso em: 05 out. 2018.

MARCHI, A. O. **Consumo de carne suína no Brasil**. Anais... 2a Conferência Internacional Virtual sobre Qualidade de Carne Suína. Concórdia, SC – Brasil, 2001.

MELLO, A. O. **Patos de minas, meu bem querer**. 3.ed. revista, ampliada e revisada. Edição da Prefeitura Municipal de Patos de Minas – SEMED, 2008.

MOLENTO, C.F.M. Bem-estar e Produção Animal: Aspectos Econômicos – Revisão. **Archives of Veterinary Science**, v. 10, n.1, p. 1-11, 2005.

NASCIMENTO, E.; VILLELA, A. L. V. **Chapecó em foco: textos e contextos sobre o espaço urbano-regional**. São Carlos: Pedro e João Editores, 2017.

PRATO ‘Trem bão uai’ é o vencedor do concurso Comida Di Buteco em Uberlândia. **MG1 e G1 Triângulo Mineiro**. [S. l.], 21 maio 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/mg/triangulo-mineiro/noticia/2019/05/21/prato-trem-bao-uai-e-o-vencedor-do-concurso-comida-di-buteco-em-uberlandia.ghtml>>. Acesso em: 24 mai. 2019.

RIBEIRO, C.S.G; CORÇÃO, M. O consumo de carne no Brasil: entre valores socioculturais e nutricionais. **Demetra**; v. 8, n: 3, p. 425-438, 2013. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/demetra/article/download/6608/7055>>. Acesso em 12 mai. 2019.

ROPPA, L. **Carne suína: mitos e verdades**. Não paginado, 2006. Disponível em: <http://www.abcs.org.br/attachments/099_5.pdf>. Acesso em 14 mai. 2019.^b

ROPPA, L. Evolução do Mercado Mundial de Suínos nos Últimos 30 Anos. In: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS CRIADORES DE SUÍNOS. **Produção de suínos: teoria e prática**. Brasília, DF: Qualitá, 2014. Disponível em: <http://www.abcs.org.br/attachments/01_Livro_producao_bloq.pdf>. Acesso em: 14 set. 2018.

ROPPA, L. Perspectivas da produção mundial de carnes, 2006 a 2030. **Revista Pork World**, n.34, p.16-27, 2006.^a

TRAMONTINI, P. **Consumo da carne suína: a experiência brasileira**. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE SUINOCULTURA, 5., São Paulo, 2000. Anais... São Paulo, 2000. p.6-11. Disponível em: <http://www.cnpsa.embrapa.br/sgc/sgc_publicacoes/anais0009_tramontini.pdf>. Acesso em 15 mai. 2019.

VARGA, R. R. **Perfil do consumidor de carne suína do município de Florianópolis – SC**. 34 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Zootecnia). Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/156649/Roberto_Varga_2015_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em 07 de mai. 2019.

ZAMBERLAN, L. **A influência do atributo de segurança na segmentação dos consumidores de carne suína da Região Fronteira Noroeste do Rio Grande do Sul**. 148f. Dissertação (Mestrado em Gestão Empresarial) - Fundação Getúlio Vargas, Santa Rosa – RS, 2002. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/3709/Luciano-Zamberlan.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em 08 de mai. 2019.

9 APÊNDICE

9.1 Termo de Consentimento

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado (a) para participar da pesquisa intitulada “Avaliação do perfil dos consumidores da carne suína no Oeste de Santa Catarina, comparado ao perfil dos consumidores da carne suína em Minas Gerais”, sob a responsabilidade da pesquisadora Eduarda Ribeiro Braga. Nesta pesquisa nós estamos buscando comparar o perfil dos consumidores de carne suína em diferentes localidades do Brasil, e quais as causas que os levam a consumir mais ou menos carne suína. Na sua participação você será convidado a responder um questionário fechado de alguns minutos, relacionado ao consumo de carne suína.

Em nenhum momento você será identificado. Os resultados da pesquisa serão publicados e ainda assim a sua identidade será preservada. Você não terá nenhum gasto e ganho financeiro por participar na pesquisa. Os riscos consistem na interrupção das atividades por alguns minutos, por conta do questionário. Os benefícios estão associados com a contribuição para os estudos acadêmicos, bem como informar a população. Você é livre para deixar de participar da pesquisa a qualquer momento sem nenhum prejuízo ou coação.

Uma via original deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido ficará com você. Qualquer dúvida a respeito da pesquisa, você poderá entrar em contato com: **Eduarda Ribeiro Braga**, fone: (34) 99999-8819 ou através do e-mail: eduardaribeirobraga@hotmail.com. Poderá também entrar em contato com o Comitê de Ética na Pesquisa com Seres-Humanos – Universidade Federal de Uberlândia: Av. João Naves de Ávila, nº 2121, bloco A, sala 224, Campus Santa Mônica – Uberlândia –MG, CEP: 38408-100; fone: 34-32394131.

_____, ____ de _____ de 201 ____.

Assinatura do (a) pesquisador (a): _____

Eu aceito participar do projeto citado acima, voluntariamente, após ter sido devidamente esclarecido.

Participante da pesquisa: _____

9.2 Questionário

DADOS DO ENTREVISTADO

1- Sexo:

 Masculino Feminino

2- Idade:

 12 a 17 anos 18 a 25 anos 26 a 40 anos 41 a 60 anos Acima de 60 anos

3- Estado civil:

 Solteiro (a) Casado (a) Divorciado (a) Viúvo (a)

4- Escolaridade:

 Analfabeto 1º incompleto 1º completo 2º incompleto 2º completo Superior incompleto Superior completo Outro _____

5- Ocupação:

 Dona de casa Estudante Desempregado Aposentado Doente ou inválido Operário sem especialização Operário especializado -Especialidade _____ Autônomo Executivo Outro _____

6- Renda familiar: (salário mínimo- R\$)

 Até um salário 1 a 3 salários 3 a 5 salários 5 a 10 salários acima de 10 salários

7- Descendência:

 Italiana Alemã Portuguesa Holandesa Espanhola Indígena Africana Outra _____

PERFIL DO CONSUMIDOR DE CARNE SUÍNA:

1- Você consome carne? Se não, responda a questão 2 e pare.

Sim Não

2- Se não, por qual razão não a consome?

Vegetarianismo Gordurosa Transmite doença

Preço Restrição médica Sabor não agrada

Falta de hábito Questões sanitárias Outra _____

3- Qual carne você mais consome?

Suína Frango Bovina Peixe Ovina ou caprina

4- Porque a escolha dessa carne?

Valor nutritivo Hábito Preço

Praticidade Sabor Aparência

Segurança alimentar Outro

5- Você consome carne suína? Se não, responda a questão 6 e pare.

Sim Não

6- Se não, qual o motivo?

Gordurosa Restrição médica Religioso

Transmite doenças Preço Questões sanitárias

Falta de hábito Sabor Outro _____

7- Com qual frequência você consome a carne suína *in natura*?

Diariamente 5x por semana 3x por semana

1x por semana A cada 2 semanas 1x ao mês

Menos de 1x ao mês Raramente

8- Qual o corte de carne suína preferido por você?

- Lombo Picanha Pernil Costela
 Bisteca Alcatra Pé, orelha, rabo Outro _____

9- Você compraria outros cortes de carne suína com filé mignon, patinho, coxão mole, picanha e carne moída?

- Sim Não Porque _____

10- Para você qual é o fator mais importante na hora da compra da carne suína *in natura*?

- Preço Qualidade Marca Finalidade
 Aparência Sanidade/higiene Outro _____

11- Você se considera bem informado em relação ao valor nutricional da carne suína?

- Sim Não

12- Em relação ao valor nutricional da carne suína, você a considera:

- De baixo valor nutricional, muito gordurosa e com grande quantidade de colesterol.
 De alto valor nutricional, com grandes quantidades de vitaminas e minerais.
 Não sei opinar.

13- Você costuma retirar a gordura da carne antes de consumi-la?

- Sim Na maioria das vezes Não

14- Você prefere consumir a carne suína de forma:

- Assada Cozida Frita
 Ensopada (feijoada) Grelhada Outra _____

15- Quando você prefere consumir a carne suína *in natura*?

- Jantar Almoço Datas comemorativas
 Lanches Churrascos Outro _____

16- Como você prefere comprar a carne suína *in natura*?

- Cortada no momento da compra Embalada na bandeja
 Embalada a vácuo Outro _____

17- Em relação a carne suína industrializada, como presunto, lingüiça, mortadela, bacon, toucinho, patê e salame, qual o fator mais importante no momento da compra?

- Preço Qualidade Marca Finalidade Higiene
 Aparência Praticidade Sabor Outro _____

18- Quando você costuma consumir a carne suína industrializada?

- Jantar Almoço Datas comemorativas
 Lanches Churrascos Outro _____

19- Com qual frequência você consome carne suína industrializada?

- Diariamente 5x por semana 3x por semana
 1x por semana A cada 2 semanas 1x ao mês
 Menos de 1x ao mês Raramente

20- Qual o produto industrializado que você mais consome?

- Salsicha Salame Presunto Apresuntado
 Bacon Lingüiça Patê Outro _____

21- A compra dos produtos industrializados ocorre na maioria das vezes:

- Por impulso Compra previamente planejada

22- Onde você costuma comprar a carne suína?

- Supermercado Açougue Feira Diretamente do produtor

23- Com base na carne suína *in natura*, você considera o preço:

- Barato Acessível Caro

24- Com base na carne suína industrializada, você acha:

Barato Acessível Caro

25- Você se preocupa com a procedência do produto que está adquirindo?

Sim, compro apenas produtos inspecionados.

Não, compro de acordo com o preço.

Não, não me importo se é fiscalizado ou clandestino.

26- Você acha que a carne suína pode trazer riscos a saúde?

Não Não sei Sim, porque _____

27- Você se considera informado em relação à cisticercose?

Sim Não Muito pouco Não sei o que é

28- Em relação a cisticercose, o que você acha que pode transmitir essa doença?

Suíno Bovino Aves Vários animais

Alimentos contaminados Outro _____

29- Qual carne você acredita ter valores mais baixos de colesterol?

Peito de frango Lombo suíno Alcatra bovina

30- Você pagaria mais caro por uma carne produzida de acordo com as normas de Bem-Estar Animal, como por exemplo, gestação em baía coletiva?

Não sei o que é isso Sim Não

Se você respondeu SIM na questão anterior, NÃO responda essa pergunta.

31- Se não, por que não pagaria mais por essa carne?

Não vejo diferença Condições financeiras

Optaria por outro tipo de carne

Bem-Estar animal não é importante

32- Na mídia, você já viu/ouviu alguma propaganda de incentivo ao consumo de carne suína?

- Não
- Sim. Qual? Onde? _____

33- Em relação a produção dos animais e a higiene, você acredita que os animais são:

- Produzidos em boas/ótimas condições.
- Produzidos em péssimas condições.
- Produzidos em condições regulares.
- Não sei opinar.

34- Dentre os temas a seguir, qual (is) dele (s) você gostaria de saber mais a respeito?

- Criação dos suínos.
- Qualidade nutricional da carne suína.
- Como os industrializados são produzidos.
- Manejos de Bem-Estar aplicados na suinocultura brasileira.
- Qualidade sanitária dos produtos.
- Modo de preparo da carne suína.
- Mitos e verdades da carne suína.
- Tecnologias e sanidade na produção de suínos.