

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE MEDICINA VETERINÁRIA

BEATRIZ MENDES CARDOSO

**CARNE SUÍNA: PRINCIPAIS FATORES QUE IMPACTAM O CONSUMO DO
PRODUTO**

UBERLÂNDIA - MG

2021

BEATRIZ MENDES CARDOSO

**CARNE SUÍNA: PRINCIPAIS FATORES QUE IMPACTAM O CONSUMO DO
PRODUTO**

Monografia apresentada à coordenação do curso graduação em Zootecnia da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito parcial a obtenção do título de Zootecnista.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Ana Luísa Neves Alvarenga Dias

UBERLÂNDIA-MG

2021

BEATRIZ MENDES CARDOSO**Carne suína: principais fatores que impactam o consumo do produto**

Monografia apresentada à coordenação do curso graduação em Zootecnia da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito parcial a obtenção do título de Zootecnista.

Banca de Avaliação:

Prof.^a Dr.^a Ana Luísa Neves Alvarenga Dias

Prof.^a Dr.^a Janine França

Prof.^a Dr.^a Natascha Almeida Marques da Silva

Uberlândia, 15 de junho de 2021.

RESUMO

Até pouco tempo a carne suína era a mais consumida mundialmente, porém no momento foi superada pela carne de frango. Em contrapartida, no Brasil o consumo de carne suína ainda é baixo em relação às carnes de frango e bovina. O Brasil é o quarto maior produtor e exportador mundial de carne suína. Levando-se em consideração que Uberlândia ocupa o terceiro lugar no ranking dos maiores produtores de carne suína no Brasil, bem como os aspectos nutricionais positivos da ingestão da carne suína e seus benefícios para a saúde, objetivou-se neste estudo: identificar os principais fatores que influenciam o consumo da proteína em questão no município, verificar se os mitos existentes possuem influência no consumo e ainda avaliar o nível de conhecimento sobre o produto por parte dos consumidores. Foi utilizada a pesquisa descritiva do tipo survey, através de questionário de 39 questões fechadas, elaborado na plataforma de formulários eletrônicos do Google (Google Forms), que foi enviado via e-mail e WhatsApp, em sua maioria para os alunos da Universidade Federal de Uberlândia e para as pessoas de seu convívio. O questionário ficou disponível para respostas por um período de 3 meses, e obteve-se 84 questionários respondidos, de pessoas que aceitaram Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Os dados obtidos foram tabulados e submetidos à análise descritiva através do software Excel - Microsoft Office 365. Dentre os respondentes, sua maioria ficou entre a faixa etária de 18 e 30 anos com ensino superior e também teve alta frequência para estudantes. O consumo da carne suína permaneceu como a terceira opção, resultado equivalente ao consumo do país. Com relação aos hábitos de consumo, um pouco mais da metade (54,7%) dos respondentes consomem a carne suína in natura, porém o consumo de industrializados foi maior (84,6%). Os hábitos e frequência de consumo são parcialmente influenciados pelos conceitos e aspectos culturais ultrapassados e a falta de informação verídica difundida a respeito da carne, já que se considerar o perfil dos respondentes, a maioria são pessoas com nível superior e com acesso à informação. Com relação ao nível de conhecimento do produto por parte do consumidor, quase a metade da amostra não se considera bem informado sobre o valor nutricional da carne e ainda que a criação e a higiene dos suínos ocorrem em condições regulares. Dessa maneira, a cadeia produtiva deve investir em campanhas de marketing para que possa estabelecer a carne suína como um alimento saudável e essencial e que possui alto nível de controle sanitário através da biossegurança.

PALAVRAS-CHAVE: Mitos. Proteína animal. Suinocultura.

ABSTRACT

Until recently pork was the most consumed worldwide, but at the time it was surpassed by chicken meat. On the other hand, in Brazil the consumption of pork is still low in relation to chicken and beef. Brazil is the world's fourth largest producer and exporter of pork. Taking into account that Uberlândia occupies the third place in the ranking of the largest pork producers in Brazil, as well as the positive nutritional aspects of pork intake and its health benefits, the objective was this study: to identify the main factors that influence the consumption of the protein in question in the municipality, to verify whether the existing myths have an influence on consumption and also to evaluate the level of knowledge about the product by the consumers. We used the descriptive survey, through a questionnaire of 39 closed questions, elaborated on the google electronic forms platform (Google Forms), which was sent via e-mail and WhatsApp, mostly to the students of the Federal University of Uberlândia and to the people of their conviviality. The questionnaire was available for answers for a period of 3 months, and 84 questionnaires were answered from people who accepted a Free and Informed Consent Form. The data obtained were tabulated and submitted to descriptive analysis using excel software - Microsoft Office 365. Among the respondents, the majority were between the 18- and 30-year-olds with higher education and also had a high frequency for students. Pork consumption remained the third option, a result equivalent to the country's consumption. Regarding consumption habits, slightly more than half (54.7%) respondents consume fresh pork, but the consumption of industrialized products was higher (84.6%). The habits and frequency of consumption are partially influenced by outdated concepts and cultural aspects and the lack of veritable information about meat, since considering the profile of respondents, most are people with higher education and access to information. With regard to the level of knowledge of the product by the consumer, almost half of the sample does not consider itself well informed about the nutritional value of meat and even that the creation and hygiene of pigs occur under regular conditions. Thus, the production chain must invest in marketing campaigns so that it can establish pork as a healthy and essential food that has a high level of sanitary control through biosecurity.

KEY-WORDS: Myths. Animal protein. Swine production.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Composição nutricional de alguns cortes suínos e da sobrecoxa do frango e contra filé bovina.....	6
Tabela 2 – Perfil dos consumidores de carne suína no município de Uberlândia, MG.....	10
Tabela 3 – Renda mensal familiar e Frequência de bairros e distritos.....	11
Tabela 4 – Nível de conhecimento a respeito da carne suína e consumo de carnes	13
Tabela 5 – Preferência no consumo de carnes.....	15
Tabela 6 – Consumo de carne suína in natura.....	16
Tabela 7 – Frequência do consumo de carne suína in natura.....	17
Tabela 8 – Procedência do produto.....	28
Tabela 9 – Marketing da carne suína.....	28
Tabela 10 – Fatores que influenciariam o aumento do consumo do produto.....	29
Tabela 11 – Temas a respeito da carne suína que os respondentes mais gostariam de saber.....	30

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Preferência de cortes suínos.....	18
Figura 2 - Percentual de consumidores que comprariam ou não cortes além dos de sua preferência.....	18
Figura 3 - Fator mais importante no momento da compra de carne suína in natura	19
Figura 4 - Percepção do consumidor quanto ao preço da carne suína in natura.....	19
Figura 5 - Preferência do modo de compra da carne suína in natura	20
Figura 6 - Costume de retirar a gordura da carne suína antes do consumo	21
Figura 7 - Forma de preparo preferida	22
Figura 8 - Momento de consumo de carne suína in natura.....	22
Figura 9 - Consumo de produtos industrializados a partir da carne suína.....	23
Figura 10 - Preferência de produtos derivados a partir da carne suína.....	24
Figura 11 - Percentual de consumidores que comprariam ou não produtos industrializados além dos de sua preferência	24
Figura 12 - Fator mais importante no momento da compra de produtos industrializados	25
Figura 13 - Percepção do consumidor quanto ao preço dos produtos industrializados.....	25
Figura 14 – Frequência de consumo de produtos industrializados.....	26
Figura 15 - Momento de consumo de produtos industrializados derivados da carne suína.	27
Figura 16 - Preferência quanto ao local de compra	27

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	1
2. OBJETIVOS.....	2
2.1 Objetivo Geral.....	2
2.2 Objetivos Específicos.....	2
3. REFERENCIAL TEÓRICO.....	3
3.1 Suinocultura no Brasil e no cenário mundial.....	3
3.2 Suinocultura em Uberlândia – MG.....	4
3.3 Carne suína.....	4
3.4 Mitos existentes a respeito da carne suína.....	5
4. METODOLOGIA	9
5. RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	10
6. CONCLUSÃO	31
REFERÊNCIAS.....	32
APÊNDICES.....	39

1. INTRODUÇÃO

Até pouco tempo a carne suína era a mais consumida mundialmente, porém no momento foi superada pela carne de frango. De acordo com o relatório da Agrinvest de 2020, o consumo per capita kg/hab/ano de carne de frango foi de 13,20, em segundo lugar a carne suína (13,10) e por último a carne bovina (7,88). No Brasil esse cenário se repetiu, sendo a carne de frango a mais consumida, com um consumo per capita de 48,17 kg/hab/ano. No entanto a carne bovina ocupou o segundo lugar (36,88 kg/hab/ano) e depois a suína (14,25 kg/hab/ano).

A suinocultura no Brasil pode ser considerada uma atividade consolidada. De acordo o relatório da ABPA, houve um aumento na produção nos últimos anos, com um rebanho estimado em 2,01 milhões de matrizes, ocupando o quarto lugar no ranking mundial de produção e exportação, com 750 mil toneladas de carne exportadas no ano de 2019, depois da União Europeia, Estados Unidos e Canadá (ABPA, 2020).

Atualmente os consumidores estão mais atentos e exigentes em relação à composição nutricional dos alimentos e estão optando por alimentos mais saudáveis (BAKER, 1998; REGMI, 2001). De fato, ainda existe a crença em mitos relacionados à carne suína por parte dos consumidores. Segundo Silveira (2016) e Souza et al. (2016) isso se deve à crença de que a carne suína apresenta elevados riscos à saúde devido à alta quantidade de colesterol e gordura e também que pode transmitir doenças como cisticercose e solitária (ingestão de ovos de tênia). E apesar de que essas crenças ainda sejam existentes, mesmo que essas teorias não tenham sido comprovadas cientificamente (BUSO, 2000), esses fatores culturais podem estar vinculados ao baixo consumo de carne suína em relação as outras proteínas disponíveis no mercado, além disto também pode estar relacionado à falta de disponibilidade nos pontos de venda e à ausência de variedade de cortes.

No entanto, vale destacar que a suinocultura tem evoluído como atividade econômica, seguindo as exigências de mercado em relação à segurança alimentar e sustentabilidade.

Com o desenvolvimento e crescimento da produção ao passar dos anos e o melhoramento genético que foi aplicado, o suíno que era considerado “tipo banha” passou a ser considerado “tipo carne”, com uma redução de 35% de gordura e por isso, atualmente 60% da carne suína é considerada magra, com relação à carcaça. Sendo que rendimento de carcaça é calculado pela relação entre o peso de carcaça quente e peso vivo. O peso vivo é o peso obtido do animal na balança antes do abate, após o abate com a remoção das vísceras, da pele, cabeça, e pés, a carcaça é lavada e escorrida, depois é pesada para se obter o peso da carcaça quente. A partir daí, obtém-se o rendimento da carcaça quente (Kiefer et al., 2014). O percentual de carne

magra na carcaça pode ser determinado através da equação proposta por Bridi & Silva (2007): $\text{Rendimento de carne magra (\%)} = 60 - (\text{espessura de toucinho} \times 0,58) + (\text{profundidade do músculo} \times 0,10)$. E ainda com relação ao sistema moderno de criação atual, o risco de transmissão de doenças como a cisticercose e a solitária, é considerado zero (BEZERRA et al., 2007).

De acordo com Cavalcante Neto (2003), traçar o perfil e avaliar o mercado consumidor da carne suína e seus derivados pode contribuir para o desenvolvimento dos sistemas de produção, processamento e comercialização na suinocultura, já que assim poderá atender as demandas e exigências dos consumidores em relação à segurança e qualidade dos produtos.

Destaca-se que são poucos os estudos sobre o consumo de carne suína no município de Uberlândia, Minas Gerais. Sendo assim, constatou-se a necessidade de realizar pesquisas para esclarecer a opinião de uma parcela de consumidores no tocante ao tema. Além de ser relevante para a cadeia produtiva e para o comércio local.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

Este trabalho propõe traçar o perfil de uma parcela de consumidores de carne suína do município de Uberlândia, MG, avaliando os principais fatores que impactam no consumo deste produto.

2.2 Objetivos Específicos

- a) Caracterizar o perfil dos consumidores, em características como idade, gênero, renda e hábitos de consumo;
- b) Identificar os principais fatores que influenciam e/ou restringem o consumo de carne suína;
- c) Verificar se os mitos possuem de fato influência no consumo;
- d) Avaliar o nível de conhecimento sobre o produto por parte dos consumidores.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Suinocultura no Brasil e no cenário mundial

No cenário mundial, a China se consolidou como o maior produtor mundial de carne suína, apresentando uma produção estimada em 41,50 milhões de toneladas por ano e 41% da produção mundial para o ano de 2021 (aumento de 9,21% em relação a 2020). O consumo está estimado em 45,88 mil toneladas por ano, aumento de 7,44% em relação a 2020 e as importações estão previstas em 4,50 mil toneladas por ano, queda de 6,25% em relação a 2020 (Agrinvest, 2020).

Em 2019, a produção mundial de carne suína foi de 101.977 mil toneladas, os principais produtores foram: China (42.550 mil ton.), União Europeia (23.935 mil ton.), Estados Unidos (12.542 mil ton.), Brasil (3.983 mil ton.) e Rússia (3.321 mil ton.) (ABPA, 2020).

Em 2019, os países que mais importaram carne suína foram China (2.450 mil ton.), Japão (1.493 mil ton.), México (975 mil ton.), Coreia do Sul (649 mil ton.) e Estados Unidos (428 mil ton.) (ABPA, 2020). E as estimativas para o ano de 2021 apontam uma redução de 0,44% em relação a 2020, porém o ranking dos países não muda, sendo a China o maior importador, seguida pelo Japão, México e Coreia do Sul (Agrinvest, 2020).

Os principais países exportadores de carne suína em 2019, foram: União Europeia (3.551 mil ton.), Estados Unidos (2.867 mil ton.), Canadá (1.284 mil ton.) e Brasil (750 mil ton.) (ABPA, 2020).

O Brasil segue no 4º lugar no ranking mundial de produção e exportação de carne suína, de acordo com estimativas do relatório da Agrinvest e terá crescimento estimado de 3,64% em 2021, totalizando uma produção de 4,28 milhões de toneladas, sendo que o consumo terá um aumento estimado de 3,52% em relação a 2020 e as exportações devem crescer 4,17% também em comparação a este ano (Agrinvest, 2020).

3.2 Suinocultura em Uberlândia

O município de Uberlândia, localizado no estado de Minas Gerais e região do Triângulo Mineiro, possui uma área total aproximada de 4.115,206 km², um Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de 0,789, uma população estimada total de 699.097 pessoas e uma densidade populacional de 146,78 hab/km², seu PIB per capita é de R\$ 50.548,78 (IBGE, 2020).

De acordo com a Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento – SEAPA (2020) o Estado de Minas Gerais tem um rebanho suíno de 5.174 mil cabeças que equivalem a 12,8% do rebanho nacional total. E Uberlândia, em 2019, tinha 624,5 mil cabeças, ficando no primeiro lugar no ranking dos municípios com maiores plantéis em Minas Gerais de 2019.

Atualmente, Uberlândia está em terceiro lugar no ranking nacional, perdendo para Toledo, no Paraná, que está em primeiro e em segundo aparece Rio Verde, em Goiás (SUINOCULTURA INDUSTRIAL, 2019).

3.3 Carne Suína

Os suínos foram domesticados na China há 5000 a. C., devido à sua adaptabilidade, porte e rusticidade, se tornando uma das mais antigas fontes alimentícias de proteína animal em comparação as outras espécies, como os bovinos (ABPA).

O acompanhamento zootécnico, boas práticas de manejo, instalações adequadas, sanidade e uma alimentação controlada, à base de ração de milho e farelo de soja, em conjunto com a evolução genética concedeu à produção excelentes índices zootécnicos e também a redução de gordura da carne em 31%, do colesterol em 10% e 14% das calorias, tornando a carne suína mais magra, além de nutritiva e saborosa (MAPA, 2012).

A carne suína é fundamental para uma alimentação saudável e balanceada, pois é rica em proteínas de alto valor biológico e de alta digestibilidade, é uma fonte rica em vitaminas do complexo B (tiamina e riboflavina), quando comparada à carne de aves e bovinos (MOTIVOS, s.d.).

Além de auxiliar na prevenção de doenças como hipertensão, por apresentar baixo teor de sódio, e anemia, pois também é rica em ferro e outros minerais como selênio e potássio, a quantidade é relativamente alta se comparada às demais carnes, e sua principal função é atuar no sistema antioxidante enzimático, combatendo a ação de radicais livres nas células e tecidos (MAGNONI; PIMENTEL, 2007). É importante destacar que, na maioria dos cortes de carne suína a gordura é extra muscular, formando uma capa externa que pode ser retirada com facilidade, e apenas 20 a 22 % estão entre os músculos, também conhecida como gordura intramuscular ou marmoreio, o que oferece sabor e maciez à carne (SARCINELLI; VENTURINI; SILVA, 2007).

O aumento no consumo de carnes está diretamente ligado ao aumento na renda *per capita* em países em desenvolvimento. Na Europa, em alguns países que possuem os maiores índices

de desenvolvimento humano (IDH) e produto interno bruto (PIB) do mundo, apresentam elevado consumo *per capita* de carne suína. E vale ressaltar que a busca por um estilo de vida mais saudável, também influenciam os hábitos de consumo e as preferências dos consumidores (LIMA, 2019).

A composição da carne pode variar em relação à idade, sexo, raça e alimentação do animal. Os animais mais jovens por exemplo, possuem maior teor de umidade e menor proporção de gordura, proteína e sais minerais se comparados aos adultos. E as fêmeas possuem menor predisposição para a formação de gordura do que os machos (ZANCANARO, 2011).

3.4 Mitos existentes a respeito da carne suína

O comportamento do consumidor pode ser diretamente influenciado por fundamentos sociais e econômicos a respeito da importância de se alimentar e não sobre a composição nutricional dos alimentos em si (MAGNONI; PIMENTEL, 2007).

Geralmente, a falta de informação dos consumidores leva à formação de opiniões errôneas a respeito da carne suína. Muitas pessoas acreditam que a carne suína tem um grande potencial para transmissão de doenças e ainda que apresenta altos teores de gordura (FERREIRA, 2012).

Pesquisas feitas por Zamberlan (2002); Bezerra et. al. (2007); Falleiros, Miguel e Gameiro (2008); Verbeke et. al. (2010); Thoms et. al. (2010); Rodrigues et. al. (2011); e Santos et al. (2011) em diferentes regiões do Brasil apontam que grande parte dos consumidores associam a carne suína à um alimento “gordo”, menos saudável, de menor qualidade e que ainda pode transmitir doenças, fato este principalmente associado ao modo arcaico de criação.

A carne suína não está acessível a 33% da população mundial por questões religiosas, apesar de até pouco tempo ser a carne mais consumida no mundo (em 2018, a carne suína representou 40,1% do consumo *per capita* mundial) (SAAB, 2011).

O consumo exacerbado de lipídios pode suscitar diversos problemas de saúde, portanto se tornou uma preocupação crescente para a população, visto que cada vez mais buscam uma alimentação saudável, objetivando longevidade e qualidade de vida (FARIA et al., 2006). Isso impacta o consumo de carne suína devido à existência da crença de que a mesma é gordurosa e com altos teores de colesterol, contudo essa convicção está errada.

A Tabela 1 mostra uma comparação da composição nutricional de três cortes suínos mais comuns, um corte bovino e outro de frango, com base em 100g de carne crua, e pode-se ver que existem cortes suínos com teores de lipídios e colesterol inferiores aos de carne frango e bovina.

Tabela 1 – Composição nutricional de alguns cortes suínos e da sobrecoxa do frango e contra filé bovina

Parâmetros	Lombo Suíno	Pernil Suíno	Costela Suína	Sobrecoxa de Frango	Contrafilé Bovino
Calorias (Kcal)	136	222	282	211	243
Proteínas (g)	20	18,7	16,1	17,1	19
Lipídeos (g)	5,4	15,6	23,5	15,2	17,9
Ac. Graxos Saturados	1,87	5,44	8,73	4,38	7,29
Ac. Graxos Monoinsaturados	2,42	6,98	1,96	3,38	0,64
Ac. Graxos Poli- insaturados	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	33	233	192	295
Selênio (mg)	32,4	30,7	24	12,9	16,7

Fonte: Sarcinelli; Venturini e Silva (2007)

É importante destacar que em torno de 70% da gordura da carne suína é extra muscular, ou seja, forma uma “capa” externa que pode ser retirada com facilidade. Se o consumidor desejar, pode retirar essa capa após o preparo da carne e o teor de gordura será semelhante ou até mesmo menor que o da carne de frango. (ROPPA, 2001; WILSON, BEHR, NICOLOSI, 1998).

Outro fator importante a ser considerado, é a relação entre o colesterol dos alimentos e níveis de colesterol sanguíneo, já que os níveis sanguíneos são pouco alterados no homem e é importante ressaltar que não há correlação entre os mesmos. Já que em dietas ricas em colesterol, o organismo diminui a síntese e reduz a absorção intestinal. Em pessoas saudáveis, (que não possuem fatores de risco que predisõem o acúmulo de colesterol nos vasos sanguíneos, que podem contribuir para o desenvolvimento de doenças cardiovasculares, como: pessoas incapazes de controlar a síntese ou a excreção do colesterol, pessoas com vida sedentária, sem exercícios físicos, obesos, fumantes, consumidores de álcool sob forma excessiva, diabéticos e pessoas que ingerem grandes quantidades de gorduras saturadas) ao ingerirem dietas ricas em colesterol, ocorre uma diminuição da síntese do mesmo no organismo e também a sua absorção intestinal. Portanto, a ingestão excessiva de colesterol não aumentará

a incidência de enfermidades cardíacas, pois o organismo é destas pessoas é eficaz no metabolismo para eliminar os excessos. Porém, ao se tratar de pessoas que possuem predisposições, como fatores hereditários genéticos ou não genéticos, todos os alimentos que compõem a dieta devem ser avaliados e também devem ter os exercícios físicos como aliados, pois são importantes para o controle e aumento do HDL, o bom colesterol (ROPPA, 2001).

A American Heart Association recomenda que a ingestão diária máxima de colesterol seja de 300mg, devendo incluir todos os alimentos ingeridos no dia. A carne suína possui baixo nível de colesterol se comparada às carnes bovina e de frango sem pele, ao consumir 200 gramas de lombo assado ou cozido dividido em duas refeições, o indivíduo estará consumindo aproximadamente 120 mg de colesterol/dia, menos da metade recomendada (ROPPA, 2001).

Outro mito existente é a crença de que a carne suína pode transmitir doenças, como a Teníase e a Cisticercose. A Teníase é uma infecção causada pelo parasita *Taenia ssp.* em fase adulta, no intestino delgado humano, (conhecida no senso comum por solitária), quando ingere os ovos do parasita (cisticerco) por meio de ingestão de frutas, verduras ou água contaminadas por fezes de pessoas doentes. As tênias precisam de dois hospedeiros para completar o seu ciclo evolutivo. E o homem, é o único hospedeiro definitivo da tênia (capaz de obter a fase adulta do verme), o outro hospedeiro chamado de intermediário (onde ocorre a fase larval do parasita - cisticerco), podem ser os suínos, bovinos, cachorros, etc. Para os humanos desenvolverem a cisticercose eles precisam ingerir ovos da tênia que são eliminados pelos próprios humanos contaminados com a solitária (LIMA, 2019; ROPPA, 2001; BAVIA et al, 2012).

A cisticercose suína, é uma doença que acomete os animais, é causada pelas larvas da *T. solium*, que se desenvolvem a partir dos ovos desses parasitas quando ingeridos pelos suínos através de alimentos contaminados com fezes humanas (Neves, 2010). No entanto, no sistema de criação atual, com a biossegurança, este risco não mais existe (BAVIA et al, 2012; DIEHL, 2011).

Portanto, a cisticercose nos humanos não está associada à ingestão de carne suína com a presença de cisticercos. E isso não deve ser uma preocupação para pessoas que consomem produtos com garantia de inspeção. As tecnologias das granjas e abatedouros atuais permitem um risco quase nulo de ocorrência dessas doenças. (FERREIRA; FERREIRA, 2017).

Existem leis no Brasil que regulamentam os serviços de inspeção e vigilância sanitária, e que proíbem estabelecimentos clandestinos de abate de animais, já que não possuem condições básicas sanitárias e nem são fiscalizados pelo serviço de inspeção sanitária, porém ainda existem vários casos no país (AZEVEDO; BANKUTI, 2001).

É importante ressaltar que o consumo de carne de origem clandestina, sem fiscalização sanitária ao abate, apresenta risco à saúde, pois a carne pode veicular zoonoses ou DTA's (doenças transmissíveis por alimentos e água). A carne inspecionada pela fiscalização sanitária é livre de agentes patogênicos, pois passa por procedimento rigoroso com o intuito de garantir produto de qualidade e livre de doenças para o consumidor final (AZEVEDO; BANKUTI 2001).

Por falta de conhecimento, as pessoas deixam de consumir a carne suína por crer que os suínos são criados em chiqueiros, na lama e que se alimentam de "lavagem". Essas crenças persistem devido à associação da carne suína ao modo de criação obsoleto, porém sabemos que a suinocultura brasileira evoluiu em vários aspectos e atualmente está entre as cadeias produtivas mais avançadas do mundo, devido ao uso de altas tecnologias em toda a cadeia produtiva, desde a genética, nutrição, instalações, manejo e biossegurança, o que resultou em uma produção com elevados padrões de qualidade (SCHMIDT, 2017).

Portanto, é possível considerar que um dos principais fatores que impactam negativamente o consumo da carne suína é a falta de informação. Grande parte dos consumidores desconhecem a sua composição nutricional, e acreditam em crenças e informações obtidas de maneira empírica.

4. METODOLOGIA

O presente trabalho foi realizado no município de Uberlândia, Minas Gerais, através de aplicação de questionários. Será utilizada a pesquisa descritiva do tipo survey. O objetivo de uma pesquisa do tipo survey é obter informações quantitativas de uma determinada amostra de população, como costumes, opiniões ou características (CERVO; BERVIAN, 1983).

A pesquisa foi cadastrada no CEP (Comitê de Ética em Pesquisa) e sob o CAAE – Certificado de Apresentação de Apreciação Ética de número 47415521.1.0000.5152.

O questionário foi elaborado através da plataforma de formulários eletrônicos do Google (Google Forms), foi enviado o link do mesmo via e-mail e WhatsApp, em sua maioria para os alunos da Universidade Federal de Uberlândia e para as pessoas de seu convívio, como parentes e amigos. O questionário ficou disponível para respostas por um período de 3 meses, e somente foram aceitas respostas dos indivíduos que se interessaram e que aceitaram o TCLE (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido). Constituído de 39 questões de múltipla escolha, abordando os seguintes aspectos: perfil do consumidor (gênero, idade, bairro); frequência do consumo da carne; preferência e razão para o consumo da carne; percepção sobre valor nutricional; quais aspectos seriam considerados para aumentar o consumo; crença em mitos.

Obteve-se 84 questionários respondidos, que aceitaram o TCLE. Os dados obtidos por meio das respostas foram tabulados e submetidos à análise descritiva através do software Excel da Microsoft Office 365, com ênfase na distribuição de frequências relativas das respostas (SAMPAIO, 1998).

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O levantamento inicial sobre o perfil dos consumidores é importante para determinar suas particularidades, para que sejam identificadas suas exigências e desse modo o setor pode determinar os segmentos de mercado com mais facilidade e atender os atributos que o consumidor deseja para o produto que adquire (ZAMBERLAN, 2002). Portanto, amostra pesquisada constituiu-se de 84 pessoas, sendo 40,5% do sexo feminino e 59,5% do sexo masculino. Em relação à faixa etária notou-se que houve uma concentração de respondentes com idade entre 18 e 25 anos, equivalente a 57,1% e depois com idade de 25 a 30 e 31 a 40 anos, respectivamente 20,2% e 15,5%. Dentre os respondentes, a maior parte se encaixava na escolaridade ensino superior (75%). Em relação à ocupação, percebeu-se que quase a metade eram estudantes (47,6%), os empregados do setor privado representaram 29,8% da amostra (Tabela 2).

Tabela 2 – Perfil dos consumidores de carne suína no município de Uberlândia, MG

Variável	Respondentes	
	Nº	%
<i>Gênero</i>		
Feminino	50	40,5
Masculino	34	59,5
<i>Faixa etária</i>		
Entre 18 e 25 anos	48	57,1
Entre 25 e 30 anos	17	20,2
Entre 31 e 40 anos	13	15,5
Entre 41 e 50 anos	4	4,8
Entre 51 e 60 anos	2	2,4
Acima de 61 anos	-	-
<i>Escolaridade</i>		
Analfabeto	-	-
Lê e escreve	-	-
Ensino Fundamental	1	1,2
Ensino Médio	20	23,8
Ensino Superior	63	75
<i>Ocupação</i>		
Estudante	40	47,6
Dona de casa	-	-

(continuação)

Aposentado (a)	1	1,2
Profissional liberal ou empresário (a)	3	3,6
Autônomo (a) / Prestador (a) de serviços	5	5,9
Servidor público	7	8,3
Empregado no setor privado	25	29,8
Desempregado	2	2,4
Produtor Rural	1	1,2

Conforme a renda familiar observou-se que da população total, 40,5% dos respondentes se encaixaram na renda de R\$ 2.200 a R\$4.400 (2 a 4 salários – Classe D). Quase 29% dessa mesma amostra se encaixou na renda de R\$4.400 a R\$11.000 (Classe C), seguido da categoria renda de até R\$2.200 (Classe E) que somou 16,6% dos participantes. Segundo o critério Brasil (ABEP, 2016), a maioria da população brasileira se encaixa entre as rendas E a C, que varia de R\$00,00 a R\$4.851,00. Da amostra respondente, aproximadamente 85,7% é representativa da renda predominante no Brasil. Na distribuição de bairros e distritos da cidade de Uberlândia, os respondentes tinham como opção de resposta todas as regiões existentes na cidade, ao total, 82. Porém na Tabela 3 foram adicionadas apenas as opções que tiveram resposta, dentre elas, as que apareceram em maior frequência foram os bairros Presidente Roosevelt e Santa Mônica, representando 10,7% em cada um, seguidos pelo bairro Umuarama com 9,5%, o restante ficou distribuído entre 31 regiões na faixa de 1,2 a 4,8%.

Tabela 3 – Renda mensal familiar dos respondentes e Frequência de Bairros e Distritos

<i>Renda mensal familiar</i>	Nº	%
Até R\$2.200 (classe E)	14	16,6
R\$2.200 a R\$4.4000 (Classe D)	34	40,5
R\$4.400 a R\$11.000 (Classe C)	24	28,6
R\$11.000 a R\$22.000 (Classe B)	7	8,3
Acima de R\$22.000 (Classe A)	3	3,6
Prefere não informar	2	2,4
<i>Bairro/distrito</i>		
Alto Umuarama	3	3,6
Alvorada	1	1,2

		(continuação)
Bom Jesus	1	1,2
Carajás	1	1,2
Centro	1	1,2
Custódio pereira	2	2,4
Fundinho	3	3,6
Gávea	2	2,4
Granada	3	3,6
Jardim Brasília	2	2,4
Jardim Europa	3	3,6
Jardim Holanda	1	1,2
Jardim Inconfidência	1	1,2
Jardim Patrícia	4	4,8
Laranjeiras	3	3,6
Luizote de Freitas	2	2,4
Martins	1	1,2
Morumbi	2	2,4
Nossa Senhora Aparecida	2	2,4
Novo Mundo	1	1,2
Pacaembu	4	4,8
Patrimônio	1	1,2
Planalto	1	1,2
Presidente Roosevelt	9	10,7
Santa Luzia	1	1,2
Santa Mônica	9	10,7
Santa Rosa	2	2,4
São Jorge	1	1,2
Saraiva	1	1,2
Shopping Park	2	2,4
Tapuirama (Distrito)	1	1,2
Tibery	2	2,4
Tubalina	3	3,6
Umuarama	8	9,5

Dentre os respondentes, 56% se consideram bem informados em relação ao valor nutricional da carne suína e 44% não se consideram. Em relação ao valor nutricional, 72,6% consideram a carne suína de alto valor, 11,9% consideram de baixo valor e 15,5 % não souberam opinar (Tabela 4). Apesar de quase metade da amostra não se considerar bem informada em relação ao valor nutricional da carne suína, a maioria considera a carne suína de alto valor nutricional, que de fato é um alimento rico em nutrientes, apresentando diversos benefícios indiscutíveis à saúde humana (SARCINELLI; VENTURINI; SILVA, 2007). Segundo Benatti (2015), a carne suína é fonte de proteínas de alto valor biológico, ou seja, são ricas em aminoácidos essenciais (aqueles que não são sintetizados pelos seres humanos e sua demanda deve ser suprida via dieta). Além de ser fonte de muitas vitaminas e minerais, como ferro, selênio, zinco, fósforo e vitaminas do complexo B. Contém também várias substâncias bioativas, como a creatina que é uma fonte de energia para os músculos, taurina que é um aminoácido antioxidante com função benéfica para o coração e músculos e colágeno que é importante para fortalecer o cabelo, pele e articulações (SOLLER, 2020).

Tabela 4 – Nível de conhecimento a respeito da carne suína e consumo de carnes

Variável	Respondentes	
	Nº	%
<i>Se considera bem informado em relação ao valor nutricional da carne suína?</i>		
Sim	47	56
Não	37	44
<i>Você considera a carne suína:</i>		
De baixo valor nutricional	10	11,9
De alto valor nutricional	61	72,6
Não sei opinar	13	15,5
<i>Você acha que a carne suína pode trazer risco à saúde?</i>		
Sim	29	34,5
Não	51	60,7
Não sei	4	4,8
<i>Você se considera informado sobre cisticercose?</i>		
Sim	45	53,6
Muito pouco	14	16,7

(continuação)

Não	14	16,7
Não sei o que é	11	13
<i>Qual opção você acha que é a principal fonte de transmissão da cisticercose?</i>		
Suíno	25	29,8
Bovino	2	2,4
Aves	1	1,2
Água contaminada e vegetais crus	51	60,7
Outro: Humano	1	1,2
Outro: Não sabe dizer	4	4,7
<i>Qual carne você acha que tem o menor valor de colesterol?</i>		
Peito de frango	56	66,6
Lombo suíno	24	28,6
Alcatra bovina	4	4,8
<i>Quanto a produção e higiene dos suínos, você considera que são em:</i>		
Ótimas/boas condições	26	31
Condições regulares	38	45,2
Péssimas condições	6	7,1
Não sei opinar	14	16,7

Sobre conhecimentos a respeito da cisticercose, obtiveram-se os seguintes resultados: 53,6% afirmam ter conhecimento; 16,7% não o têm; 16,7% admitiram conhecer pouco acerca da cisticercose; e 13% não sabem do que se trata. Em relação à transmissão da cisticercose percebeu-se que mais da metade dos respondentes (60,7%) sabem que, de fato, a fonte de transmissão da doença envolve a água e vegetais crus contaminados. Porém, a parcela que ainda acredita que o suíno pode transmitir a doença pode ser considerada alta (29,8%), já que esta informação é um mito, pois o suíno não causa cisticercose no homem, mas o homem causa cisticercose no suíno. E que se o homem ingerir as larvas da *T. solium* passa a desenvolver teníase e não cisticercose (ROPPA, 2001).

Na amostra pesquisada, 66,7% consideram que a carne suína possui baixo colesterol quando comparada com a de frango, 4,8% consideram a bovina e 28,6% consideram que o corte suíno em questão possui o menor valor de colesterol. Chama atenção a pequena parcela da amostra que acredita que o lombo suíno tem os valores mais baixos de colesterol. Benatti (2015) mensurou as concentrações de colesterol em diferentes cortes de carne e encontrou 75 mg de colesterol na alcatra bovina, 73mg no peito de frango e o lombo suíno com 65 mg de colesterol. É importante ressaltar que quando se trata de composição nutricional é necessário avaliar os diferentes tipos de cortes de todas as espécies para evitar erros de interpretação, por isso é incorreto generalizar e considerar a carne suína mais gordurosa que outros tipos de carne. Portanto, o mito sobre a carne suína conter maior teor de gordura não se justifica.

Dentre os respondentes, 63,1% preferem a carne bovina, 13,2% a carne de frango e apenas 11,9% a carne suína. Resultado que também foi encontrado por Heinen (2013), onde a carne bovina também foi citada como a carne mais consumida, seguida da carne de aves e depois a carne suína em terceiro lugar. A principal razão pela preferência de escolha foi o sabor (59,6%) e 22,6 % consideram todas as opções importantes (Tabela 5).

Tabela 5 – Preferência no consumo de carnes

<i>Qual sua carne preferida?</i>		
Bovina	53	63,1
Frango	11	13,1
Suína	10	11,9
Peixe	8	9,5
Não consumo carne	2	2,4
<i>Porque você prefere essa carne?</i>		
Hábito	10	11,9
Preço	1	1,2
Marca	-	-
Valor Nutritivo	1	1,2
Quantidade de gordura	1	1,2
Praticidade	-	-
Sabor	50	59,5
Qualidade	-	-
Todas as opções	19	22,6
Não consumo carne	2	2,4

De acordo com o consumo da carne suína notou-se que uma pequena parcela dos respondentes não consome a carne suína, dentre eles 15,5% não consomem a carne suína e nem dos derivados industrializados, 29,8% alegam consumir apenas os produtos derivados (salsicha, salame, presunto, calabresa, etc). Os principais motivos pelo não consumo da carne suína foram: falta de hábito (14,3%), não gosta do sabor (11,9%), questões sanitárias (7,1%) e acha a carne gordurosa (3,6), (Tabela 6). Poucas pessoas alegaram outros motivos, como vegetarianismo/veganismo, difícil preparo e questões religiosas. Resultado que difere de Murata et al. (2002), que encontrou como principal motivo ao não consumo, o vegetarianismo, já Cavalcante Neto (2003), em seu estudo teve como principal motivo “questões de saúde”, em seguida por a carne ser “carregada”. Em pesquisa realizada por Dutra Júnior. et al. (2004), a maioria não consome por motivos sanitários. Dessa forma, percebe-se que entre os participantes que não consomem a carne suína os motivos estão ligados aos mitos existentes.

Tabela 6 – Consumo de carne suína in natura

Variável	Respondentes	
<i>Consome carne suína in natura?</i>	<i>Nº</i>	<i>%</i>
Sim	46	54,8
Não, mas consumo produtos industrializados derivados da carne suína	25	29,8
Não e nem consumo produtos industrializados derivados da carne suína	13	15,5
<i>Se NÃO consome, porque?</i>		
Nenhuma das alternativas, respondi sim na questão anterior	49	58,3
Falta de hábito	12	14,3
Não gosta do sabor	10	11,9
Alto preço	-	-
Difícil preparo/ Não sabe preparar	1	1,2
Acha a carne muito gordurosa	3	3,6
Questões sanitárias ou acha que a carne pode transmitir doenças	6	7,1
Vegetariano / vegano	2	2,4
Difícil digestão	-	-
Motivos religiosos	1	1,2

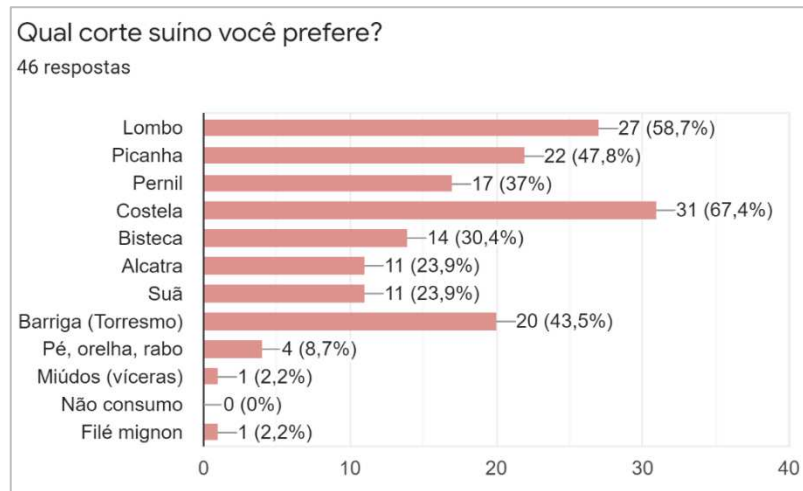
A maior frequência de consumo da carne suína in natura foi de 1/ 2 vezes na semana (30,4%), depois quinzenalmente (21,7%) e em terceiro o consumo de 3 a 5 vezes na semana (19,6%) (Tabela 7). Em pesquisa feita por Raimundo e Zen (2010), quase a maioria dos entrevistados consumiam a carne suína quinzenalmente, seguido pelo consumo mensal e ocasiões especiais.

Tabela 7 – Frequência do consumo de carne suína in natura

Variável	Respondentes	
	Nº	%
<i>Qual a sua frequência de consumo de carne suína in natura?</i>		
Diariamente	1	2,2
3 – 5 vezes por semana	9	19,6
1 / 2 vezes por semana	14	30,4
A cada 15 dias	10	21,7
Uma vez por mês	6	13
Menos de uma vez por mês	3	6,5
Raramente	3	6,5

Observou-se preferência pelo consumidor em relação aos cortes de costela, lombo, barriga (torresmo) e picanha (Figura 1), é importante ressaltar que para essa questão o respondente tinha a possibilidade de selecionar quantos cortes desejasse. Os consumidores entrevistados por Heinen (2013) demonstraram maior preferência por bisteca e costela. No Distrito Federal, os cortes mais consumidos segundo Murata et. al. (2002) são o pernil e a costela. Em pesquisa realizada no município de Botucatu, SP, por Antonangelo et al. (2011), a maior preferência é a bisteca e o lombo, seguidos da costela e pernil. Souza (2007) revelou que no município de Pelotas, RS, a maioria dos consumidores citou o lombo como o corte de maior preferência, seguido da costela e do pernil. Verifica-se que a costela e o lombo foram os cortes que mais apareceram nas preferências dos consumidores, porém existem algumas variações, isso mostra que os hábitos de consumo de cada região podem influenciar na escolha do consumidor.

Figura 1 - Preferência de cortes suínos



Em relação à possibilidade de consumir outros tipos de corte de carne suína além dos de sua preferência, notou-se que a maioria dos respondentes consumiria outros cortes e uma minoria não consumiria (Figura 2). De acordo com o fator mais importante na hora da compra observou-se que quase metade dos participantes se preocupam com a qualidade do produto consumido (43,5%), seguido pelo preço (17,4%) e em terceiro ficaram empatados os critérios de aparência, sabor e sanidade (Figura 3). Em pesquisa realizada em Campina Grande, PB, Bezerra et al. (2007) tiveram como resultado principal, o preço com uma frequência de 39,5%, superior ao identificado nesta pesquisa. Entretanto, em Belo Horizonte, MG, Faria et al. (2006) constataram que os fatores de maior influência no momento da compra foram: aparência (44,4%), sabor (28,2%) e por último o preço (13,7%).

Figura 2 - Percentual de consumidores que comprariam ou não cortes além dos de sua preferência

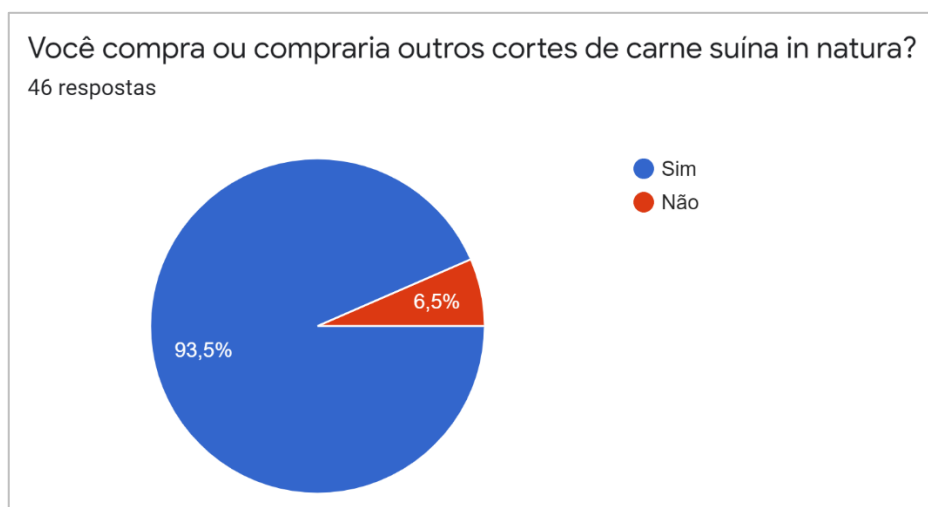
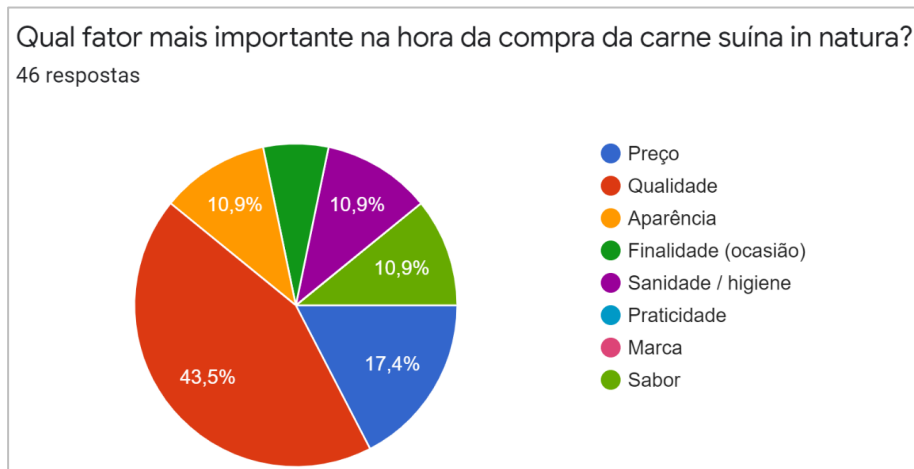
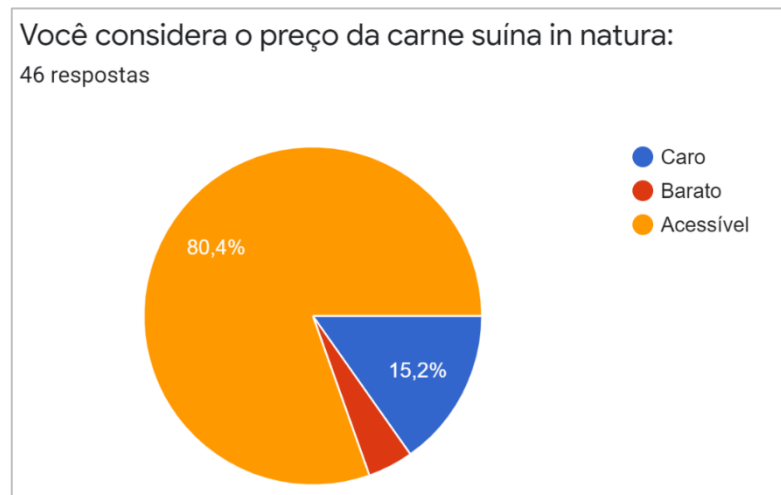


Figura 3 - Fator mais importante no momento da compra de carne suína in natura



Quanto ao preço, obteve-se o seguinte percentual: 80,4% acham a carne suína acessível; 15,2% cara; e 4,4%, barata (Figura 4). Resultados que estão de acordo com o estudo realizado por Gervásio (2012), que explica que a maioria dos entrevistados consideram a carne suína de fácil acesso e com um preço justo, fato que contribui para o consumo.

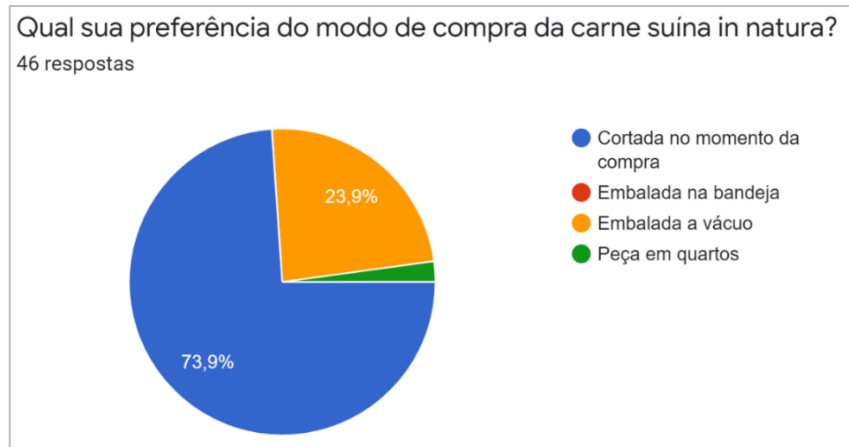
Figura 4 - Percepção do consumidor quanto ao preço da carne suína in natura



De acordo com a preferência de compra da proteína percebeu-se que a grande maioria dos respondentes prefere comprar a carne *in natura* cortada no momento da compra (Figura 5). Resultado semelhante à pesquisa feita por Faria et. al. (2006), em que 77,8% dos consumidores preferiam a carne cortada no momento da compra, porém 14% preferiam a carne embalada em bandeja e apenas 7,5% à vácuo, o que difere do presente estudo, onde 23,9% preferiam a embalagem à vácuo e nenhum dos respondentes preferem a carne embalada na bandeja. De acordo com Marchi (2001), cada vez mais os consumidores buscam produtos "frescos", com

aspectos visuais atraentes tais como, frescor, cor viva, o modo como são expostos e a higiene geral do ambiente e equipe.

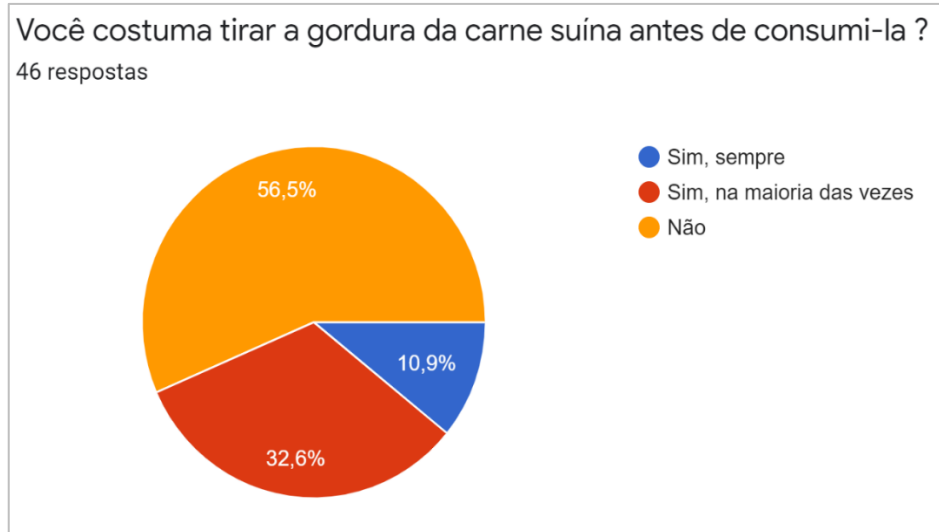
Figura 5 - Preferência do modo de compra da carne suína in natura



No momento do consumo, 56,6% dos respondentes alegam que não têm o costume de tirar a gordura da carne suína antes de consumi-la, 32,6% retiram a gordura na maioria das vezes e 10,9% retiram sempre (Figura 6). Resultado que difere da pesquisa feita por Santos et. al. (2012), em que 64,44% da amostra relataram que retiram a camada de gordura da carne para consumir; 32,59% não a retiram; e 2,96% só retiram às vezes. Apesar de uma parte significativa dos respondentes não retirarem a gordura, uma pequena parcela ainda tem esse hábito, o que pode estar associado ao mito de que a carne suína é gordurosa e faz mal à saúde. Um conceito equivocado de que gorduras saturadas seriam responsáveis por doenças cardíacas surgiu de um estudo publicado em 1970, chamado "The Seven Countries Study", pelo o cientista Ancel Keys e dizia que, em países onde a gordura animal era mais consumida tinham mais casos de doenças cardíacas do que em países onde era consumida menos gordura animal. Entretanto, estudos recentes comprovam que para uma boa saúde se deve excluir gorduras vegetais (óleos de soja, canola, milho e algodão) e incluir gorduras animais saudáveis em sua alimentação, já que fontes de EPA e DHA, componentes do ômega 3, que são fundamentais para os processos anti-inflamatórios e também na atividade elétrica das membranas celulares cardíacas, reduzindo o risco de arritmias (ASTRUP, A et al., 2010; BRADBURY, J., 2011; SCHMID, A., 2011; YERUSHALMY, J.; HILLEBOE, H., 1957). A carne suína é composta principalmente de gorduras saturadas e parte de gorduras insaturadas. Sabe-se que as gorduras saturadas desempenham muitos papéis importantes nos processos físico-químicos do corpo, como por exemplo, fortalecendo o sistema imunológico, participando na comunicação intercelular, ajudam os receptores em nossas membranas celulares a funcionarem adequadamente, como os receptores de insulina, o que auxilia na prevenção de diabetes, são fundamentais para o bom

funcionamento dos pulmões, na função renal, na produção de hormônios, importantes para o funcionamento do sistema nervoso e ainda são carreadoras de vitaminas solúveis em gordura (A, D e K2) (SOLLER, 2020).

Figura 6 - Costume de retirar a gordura da carne suína antes do consumo



Sobre a preferência do modo de consumo, a maioria dos respondentes gosta de todas as formas de preparo (54,3%) e 19,6% prefere a forma assada e 13% preferem a carne frita (Figura 7). Vale destacar que o preparo do alimento influencia diretamente o sabor e na preferência dos consumidores (COELHO et al., 2009). Com relação ao momento de consumo, 69,9% da amostra consome a carne suína em refeições cotidianas, 28,3% consome em datas comemorativas, 39,1% em churrasco e 13% em refeições realizadas fora de casa (Figura 8), é importante ressaltar que para essa questão o respondente tinha a possibilidade de selecionar mais de um momento de consumo. Segundo IBGE (2004) 76,0% das despesas com alimentação do brasileiro ocorrem no domicílio e 24,0% em bares, restaurantes, lanchonetes e cozinhas industriais.

Figura 7 - Forma de preparo preferida

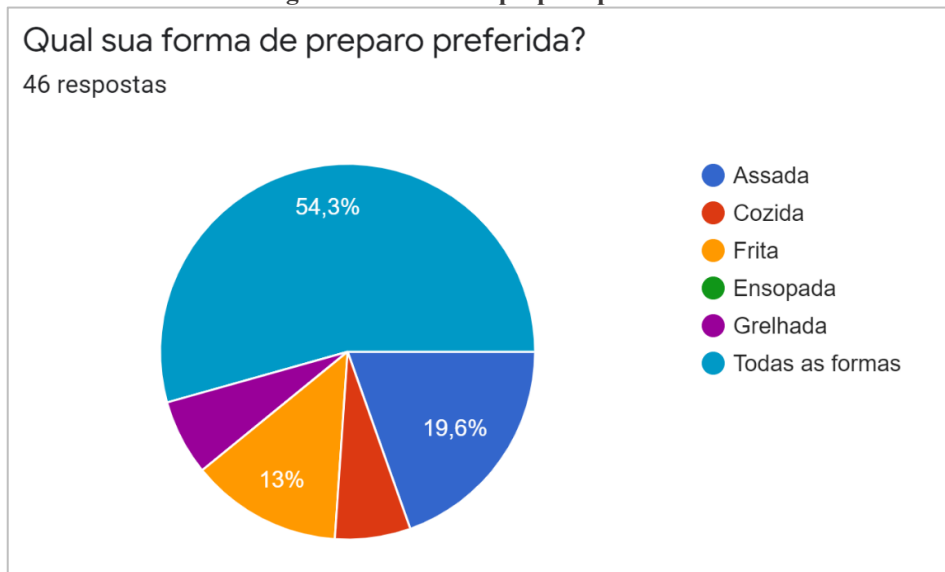
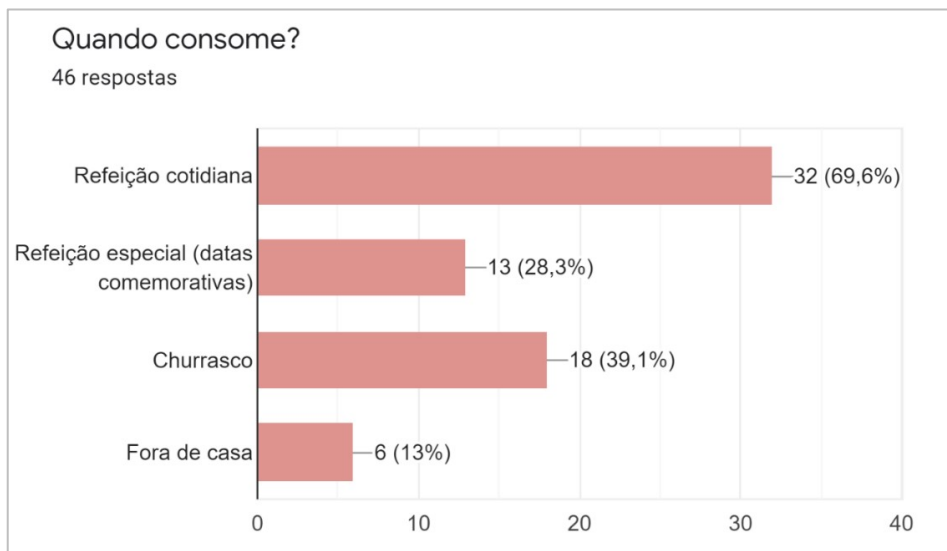


Figura 8 - Momento de consumo de carne suína in natura



Dente os consumidores de carne suína, 100% consomem também os produtos industrializados derivados da mesma, conforme a Figura 9, que são os produtos derivados de algum tipo de processamento, como pré-cozimento, defumação ou quando recebe temperos, e é comercializada em embalagens próprias. Em relação aos derivados, as respostas dizem respeito às pessoas que consomem somente esses produtos e as pessoas que também consomem a carne suína. Segundo estudo realizado por Silva e Silva (2009) os consumidores relataram preferir carne suína industrializada pela praticidade e higiene.

Figura 9 - Consumo de produtos industrializados a partir da carne suína



Os derivados de maior preferência dos consumidores são o bacon (87,3%), a linguiça calabresa (50,70), o presunto (46,5%) e a linguiça (45,1%) conforme é mostrado na figura 10, é importante ressaltar que para essa questão o respondente tinha a possibilidade de selecionar quantos produtos industrializados desejasse. Resultado que se assemelha parcialmente com pesquisa feita por Bezerra et. al. (2007), em que os produtos derivados processados de carne suína preferidas foram: mortadela (51,3%), presunto (50,6%), linguiça calabresa (48,8%) e bacon (45,0%). Segundo Alltech do Brasil (2006), fornecimento de produtos inovadores e interessantes para o consumidor deve ser uma prioridade, com qualidade e ainda atender à necessidade crescente de uma dieta saudável adequada ao estilo de vida moderno. Segundo Rojo (2008), atualmente os consumidores buscam praticidade, por isso se observa crescente demanda por produtos prontos e de fácil preparo. Por isso a cadeia produtiva deve se adequar às exigências atuais do consumidor, com uso de embalagens mais chamativas com informações importantes sobre o produto, como por exemplo, ressaltar o menor teor de gordura, apostar em porções pequenas e de fácil preparo. Dentre os respondentes, 97,2% afirmam que compram outros produtos além dos seus preferidos (Figura 11).

Figura 10 - Preferência de produtos derivados processados a partir da carne suína

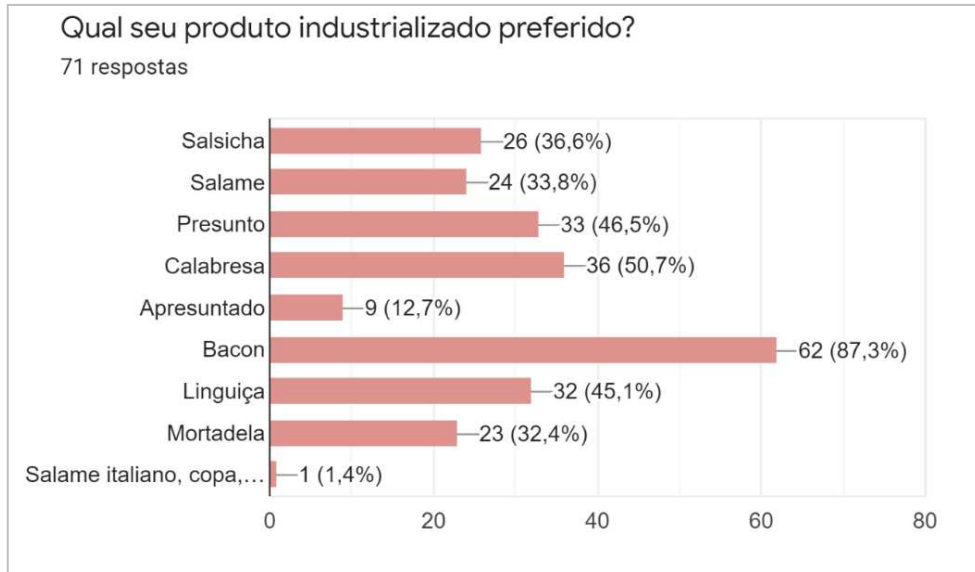
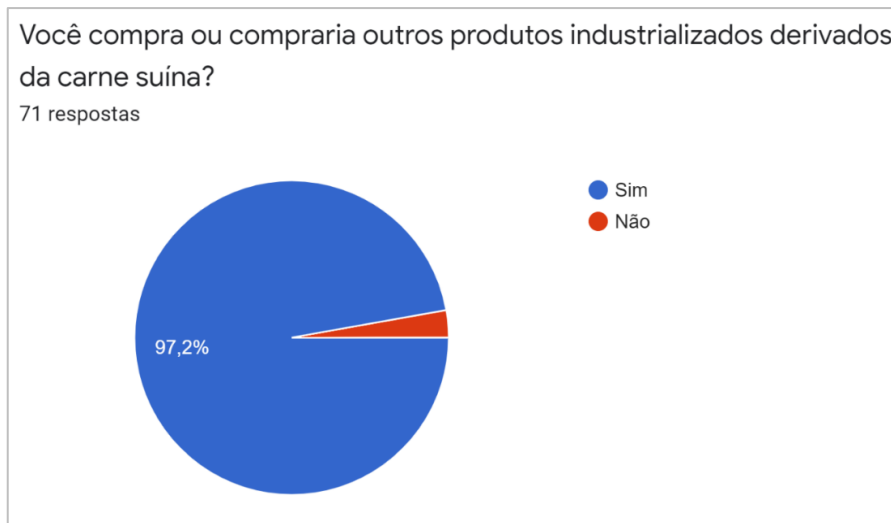


Figura 11 - Percentual de consumidores que comprariam ou não produtos industrializados além dos de sua preferência



No momento da compra, os fatores que mais influenciaram na escolha dos produtos industrializados foram a qualidade (43,7%), o preço (19,7%) e o sabor (11,3%) (Figura 12). Quanto ao preço, obteve-se o seguinte percentual: 66,2% acham os produtos industrializados acessíveis; 25,4% caros; e 8,5%, baratos, consoante Figura 13. De acordo com Kinpara (1995), a demanda por um bem de consumo está diretamente ligada ao preço, nível de satisfação e a renda do indivíduo. Sendo que a satisfação pode determinar o desejo e também o nível de consumo, dessa maneira, o aperfeiçoamento do produto suíno final pode proporcionar um aumento de competitividade para com os demais tipos de carne.

Figura 12 - Fator mais importante no momento da compra de produtos industrializados

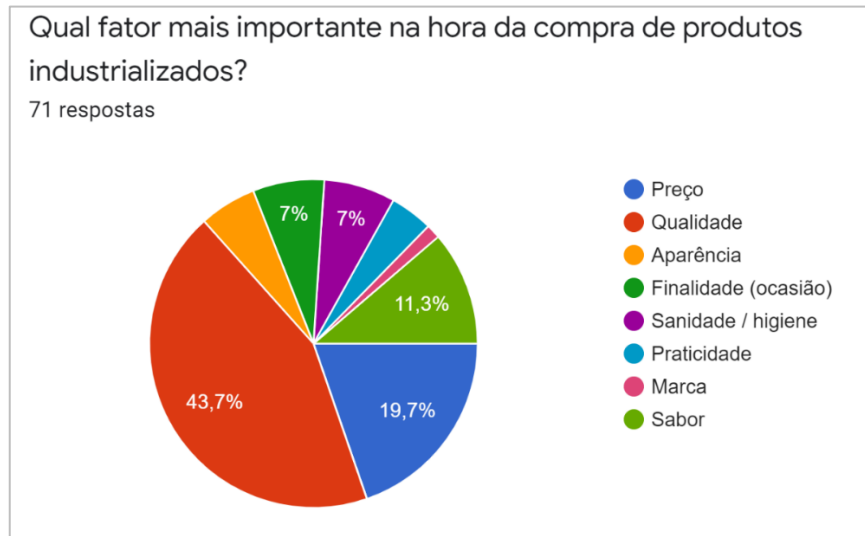
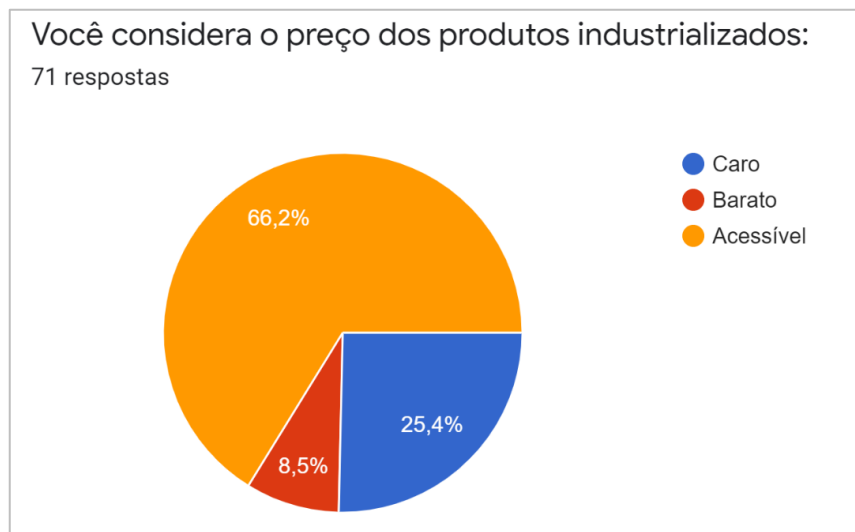
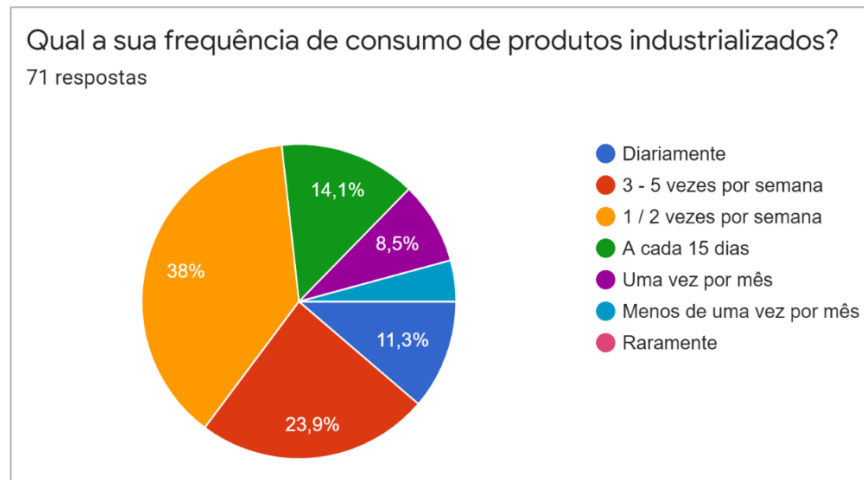


Figura 13 - Percepção do consumidor quanto ao preço dos produtos industrializados



A maior frequência de consumo dos produtos industrializados derivados da carne suína foi de 1 a 2 vezes na semana (38%), depois o consumo de 3 a 5 vezes na semana (23,9%), quinzenalmente (14,1%) e diariamente (11,3%) (Figura 14). Resultado que difere de Bezerra et al. (2007) encontrou frequência de 39,35% para consumo diário; 14,79%, para três vezes por semana; 10,03% para duas vezes por semana e 6,77% a cada quinze dias. No mercado nacional, há uma ampla variedade de produtos derivados da carne suína, com qualidade, marcas e preços diferenciados, abrangendo consumidores de todas as classes socioeconômicas, dessa forma as probabilidades de que o consumidor tenha algum derivado da carne suína no seu cotidiano são altas (FARIA et. al., 2006)

Figura 14 – Frequência de consumo de produtos industrializados



Com relação ao momento de consumo, 63,4% da amostra consome os produtos derivados em refeições cotidianas e 35,2% em datas comemorativas (Figura 15), é importante ressaltar que para essa questão o respondente tinha a possibilidade de selecionar mais de um momento de consumo. Varga (2015) também encontrou como maior frequência o consumo em refeições cotidianas (48,8%), seguido de churrasco (39,7 %). Barcellos (2007) percebeu que os consumidores também consideram o churrasco como uma refeição especial. Sobre o local de preferência para compra tanto dos produtos industrializados, quanto para a carne suína in natura, 62% prefere comprar em supermercados, 32,4% em açougues e apenas 5,6% preferem comprar diretamente com o produtor, consoante Figura 16. Rojo (2008) e Dorneles et al. (2017), também encontraram maior frequência para os supermercados. Lima (2019), que também teve os supermercados como os mais citados e sugeriu que esse resultado pode ser explicado pelo fato de que estes são os maiores e principais centros de distribuição de alimentos e oferecem uma maior variedade de produtos, além da garantia de origem e marcas diversas.

Figura 15 - Momento de consumo de produtos industrializados derivados da carne suína.

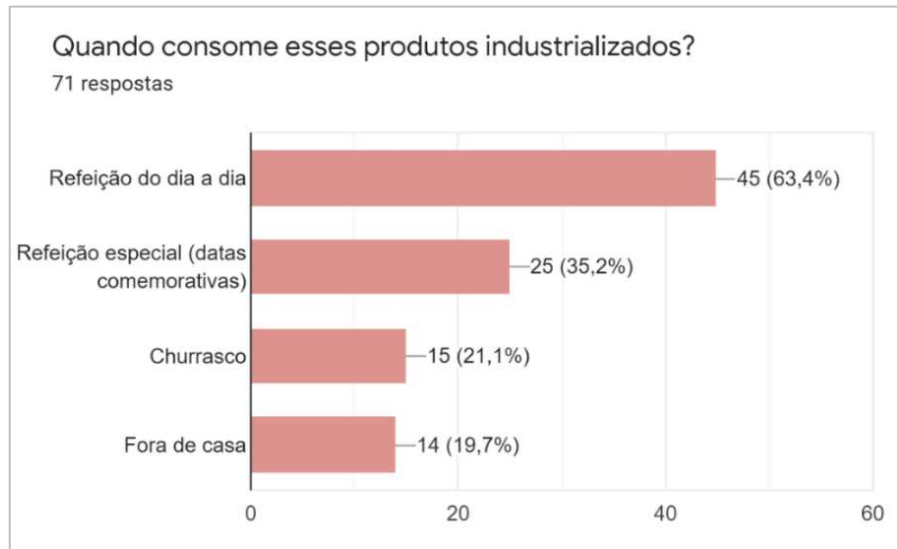
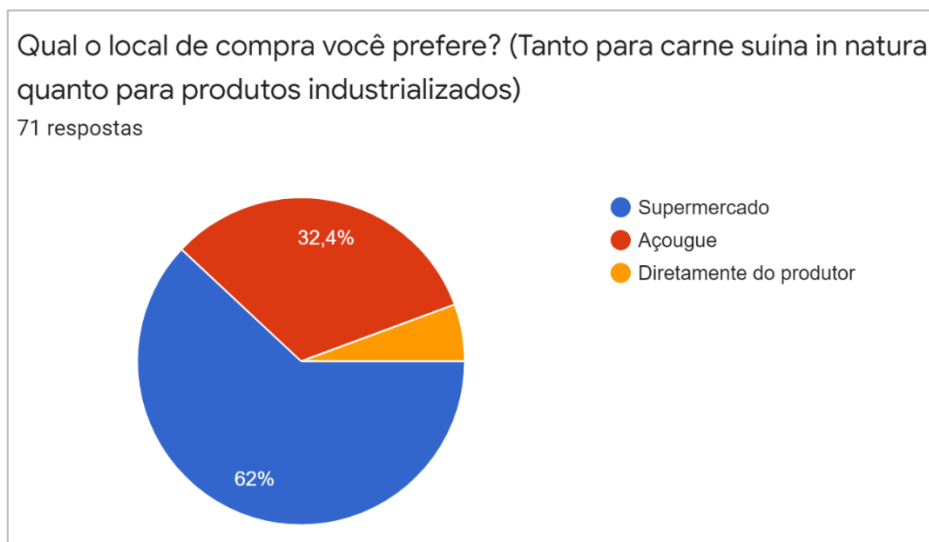


Figura 16 - Preferência quanto ao local de compra



Quanto à procedência do produto constata-se que a maioria dos consumidores compram apenas produtos inspecionados e em lugares que confiam (76,1%), mas ainda há pessoas que compram de acordo com o preço (21,1%) e uma pequena parcela que não se importam se produtos são fiscalizados ou não (Tabela 8). A recomendação é que o consumo seja de carne suína inspecionada, por ser um produto seguro e sem riscos para a saúde (GANC, CORTEZ E VELOSO, 2006).

Tabela 8 – Procedência do produto

Variável	Respondentes	
	<i>N^o</i>	%
<i>Você se preocupa com a procedência?</i>		
Sim, compro apenas produtos inspecionados/ em lugares que eu confio	54	76,1
Não, compro de acordo com o preço	15	21,1
Não, não me importo se é fiscalizado ou clandestino	2	2,8

Sobre o questionamento de os respondentes já terem visto alguma propaganda incentivando a consumir carne suína: enquanto 58,3% afirmam que não, 41,7% dizem já terem visto propagandas. Dentre as pessoas que asseguraram que já viram alguma propaganda, o veículo de maior frequência foram as redes sociais (Instagram, Facebook e Twitter) com 22,6% dos resultados, seguido de TV (15,5%) e supermercados e açougues (3,6%) (Tabela 9). Bezerra et.al. (2007) encontrou resultados próximos, onde 56,50% afirmam já terem visto alguma propaganda incentivando a consumir carne suína e 43,50% dizem não terem visto nenhuma propaganda. Em pesquisa realizada por Santos et al. (2012), 70,41% disseram não terem visto nenhuma propaganda e 29,59% afirmaram que sim. O que ressalta a importância do investimento em campanhas de marketing por parte do setor.

Tabela 9 – Marketing da carne suína

Variável	Respondentes	
	<i>N^o</i>	%
<i>Você já viu ou ouviu alguma propaganda que incentiva o consumo de carne suína?</i>		
Sim	35	41,7
Não	49	58,3
<i>Se SIM, onde?</i>		
Nenhuma das alternativas, respondi não na pergunta anterior	47	56
TV	13	15,5
Anúncios online	1	1,2
Supermercados e açougues	3	3,6

(continuação)

Redes Sociais (Instagram, facebook, twitter)	19	22,6
Rádio	-	-
Outro: Não vejo, apenas produtos industrializados	1	1,2

Com relação aos fatores que poderiam contribuir para o aumento do consumo de carne suína, 58,3% dos respondentes responderam que seriam campanhas de esclarecimento e propaganda da carne suína; 39,3% a redução do preço da carne suína e 38,1% acha que a melhoria na apresentação do produto poderia contribuir para tal (Tabela 10), é importante ressaltar que para essa questão o respondente tinha a possibilidade de selecionar mais de um fator. Schlindwein & Kassouf (2006) verificaram que o aumento da renda possui relação direta com o aumento do consumo domiciliar de carnes no Brasil. Santos et al. (2011) encontraram como principais fatores que poderiam elevar o consumo de carne suína: promoção de vendas, diminuição da quantidade de gordura/colesterol e redução do preço da carne suína.

Tabela 10 – Fatores que influenciariam o aumento do consumo do produto

<i>Quais fatores poderiam contribuir para aumentar o consumo de carne suína? (Pode escolher mais de uma opção)</i>	<i>Nº</i>	<i>%</i>
Redução do preço da carne suína	33	39,3
Melhoria na apresentação do produto	32	38,1
Campanhas de esclarecimento e propaganda da carne suína	49	58,3
Aprimoramento/ disponibilidade de novos cortes	22	26,2
Aumento da renda familiar	15	17,9
Aumento do oferecimento do produto	13	15,5
Aumento do preço de outras carnes	15	17,9
Nenhum, permaneceria com o mesmo consumo	9	10,7

Referente aos temas que os respondentes mais gostariam de saber a respeito da carne suína, notou-se que quase a metade têm interesse por todos os temas, 40,5% gostariam de saber sobre mitos e verdades, 36,9% sobre a qualidade nutricional da carne e 29,8% a respeito da sanidade dos produtos (Tabela 11), é importante ressaltar que para essa questão o respondente tinha a possibilidade de selecionar mais de um tema. Os resultados mostram como é importante que informações verídicas e com embasamento científico sejam difundidas para a população. Santos et al. (2012) consideraram que a confiança no produto pode ser alcançada à medida que o consumidor reconhece o parâmetro de qualidade.

Para Raimundo e Batalha (2015), é fundamental para a cadeia suinícola, a identificação das exigências dos consumidores, para que assim possa aumentar vantagens competitivas para o setor, já que, os fatores de decisão de compra mostram quais são os atributos que o consumidor deseja para o produto que adquire.

Tabela 11 – Temas a respeito da carne suína que os respondentes mais gostariam de saber

Quais temas a respeito da carne suína você gostaria de saber?
(Pode escolher mais de uma opção)

Criação de suínos	20	23,8
Qualidade nutricional da carne	31	36,9
Manejos de bem-estar animal na produção	24	28,6
Modos de preparo	18	21,4
Mitos e verdades	34	40,5
Sanidades dos produtos	25	29,8
Todos os temas acima	39	46,4
Nenhum	5	6

6. CONCLUSÃO

Dentre os respondentes, sua maioria ficou entre a faixa etária de 18 e 30 anos com ensino superior e também teve alta frequência para estudantes. O consumo da carne suína permaneceu como a terceira opção, resultado equivalente ao consumo do país. Com relação aos hábitos de consumo, um pouco mais da metade (54,7%) dos respondentes consomem a carne suína in natura, porém o consumo de industrializados foi maior (84,6%), o que corrobora com estudo realizado por Silva e Silva (2009), onde os consumidores relataram preferir carne suína industrializada pela praticidade e higiene.

Apesar de grande parcela da amostra estar entre as classes C e E, a maioria considera tanto a carne suína in natura, como os produtos industrializados acessíveis, portanto não se pode atribuir o baixo consumo à baixa renda.

Os hábitos e frequência de consumo são parcialmente influenciados pelos conceitos e aspectos culturais ultrapassados e a falta de informação verídica difundida a respeito da carne, já que se considerar o perfil dos respondentes, a maioria são pessoas com nível superior e com acesso à informação. Em contrapartida, quase metade da amostra tira a gordura da carne antes do consumo, um pouco mais que 30% considera que a carne suína pode trazer riscos à saúde e ainda que os suínos são a principal fonte de transmissão da cisticercose, fato que já foi desmistificado no presente trabalho.

Com relação ao nível de conhecimento do produto por parte do consumidor, quase a metade da amostra não se considera bem informado sobre o valor nutricional da carne e ainda que a criação e a higiene dos suínos ocorrem em condições regulares, fato incorreto, que também foi desmistificado no presente trabalho, que o sistema de criação é realizado sobre rigoroso sistema de biosseguridade.

Portanto, conclui-se que um dos entraves para o aumento do consumo é a falta de investimento em marketing, pois a maior parte das relataram nunca ter visto propagandas a respeito da carne suína. Dessa maneira, a cadeia produtiva deve investir em campanhas de marketing para que possa estabelecer a carne suína como um alimento saudável e essencial. Um ponto de partida interessante seria a disseminação de informações nos supermercados e açougues da cidade, sobre diversos temas, como: programas de inspeção, certificação e de origem; qualidade do valor nutricional; mostrar que o sistema de criação atual possui as mais avançadas tecnologias e alto nível de controle sanitário através da biosseguridade; formas de preparo práticas, para que a carne suína se torne uma opção de prato de consumo cotidiano; e

ainda elaborar e divulgar novos cortes. Outra estratégia de marketing que poderia ser usada é colocar nos rótulos dos produtos, como as carnes embaladas à vácuo e os derivados, informações de que a carne suína é segura e saudável, mostrar que os índices de gordura e colesterol são semelhantes e, dependendo do corte, até menores que o de outros tipos cárneos. Além disso, as associações dos criadores da região devem incentivar a inclusão da carne suína nos cardápios de restaurantes, lanchonetes, escolas e restaurantes corporativos.

REFERÊNCIAS

ABEP. Associação Brasileira De Empresas De Pesquisas. **Critério Brasil**. Não paginado, 2016. Disponível em: <<http://www.abep.org/criterio-brasil>>. Acesso em 11 mai. 2019.

ABPA. **Relatório anual 2020**. 2020. Disponível em: http://abpa-br.org/wp-content/uploads/2020/05/abpa_relatorio_anual_2020_portugues_web.pdf. Acesso em: 29 out. 2020.

ABPA. Associação Brasileira De Proteína Animal. **História da suinocultura no Brasil**. Disponível em: <<http://abpa-br.com.br/setores/suinocultura>>. Acesso em: 20 nov. 2020.

AGRINVEST. **Periódicos de Carne: Proteína Animal: carne suína**. 2020. 9 p. Disponível em: <<https://agrinvest2.azurewebsites.net//Anexos/19212/RELAT%C3%93RIO%20-%20CARNE%20SU%C3%8DNA%20-%20OUTUBRO%202020.pdf>> Acesso em: 05 nov. 2020.

ALLTECH DO BRASIL. **Agregando valor à carne suína para produtores e consumidores: Elevação dos teores de DHA ômega3 e selênio de carne**. 2006. Disponível em: www.t.engomix.com/MA-suinocultura/artigos.htm. Acessado em: 05 jun. 2021.

ANTONANGELO, A. et. al. **Perfil dos Consumidores de Carne Suína no Município de Botucatu – SP**. *Tékhnê e Lógos*, Botucatu, SP, v.2, n. 2, 2011.

ASTRUP, A. et al. **The role of reducing intakes of saturated fat in the prevention of cardiovascular disease: where does the evidence stand in 2010**. *Am J Clin Nutr* 2010; 93: 684-688. Disponível em: <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3138219/pdf/ajcn9340684.pdf>>. Acesso em: 05 jun. 2021.

AZEVEDO, P. F. P.; BANKUTI, F. F. I. Na clandestinidade: o mercado informal de carne bovina. **International Conference on Agri-food chain/Networks Economics and Management**, v. 3, n. 1, p. 1–12, 2001.

BAKER, G. **Strategic Implications of Consumer Food Safety Preferences**, *International Food and Agribusiness Management Reviews*, v.1, n.4.p.451-463, 1998.

BARCELLOS, M. D. **“Beef Lovers”:** Um estudo cross-cultural sobre o comportamento de consumo de carne bovina. 2007. 329 f. Tese (Doutorado) – Curso de Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007

BAVIA, M. E. *et al.* Estatística espacial de varredura de áreas de risco para a cisticercose bovina no estado da Bahia. **Arq. Bras. Med. Vet. Zootec.**, v.64, n.5, p.1200-1208, 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-09352012000500018>. Acesso em 03 mar. de 2021.

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 03 mar. 2021.

BEZERRA, J. M. M.; et. al. **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.

BRADBURY, J. **Docosaheptaenoic Acid (DHA): an ancient nutrient for the modern human brain.** *Nutrients*, v. 3, p. 529-554, 2011. Disponível em: <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3257695/pdf/nutrients-03-00529.pdf>>. Acesso em: 05 jun. 2021.

BRIDI, A.M.; SILVA, C.A. **Métodos de avaliação da carcaça e da carne suína.** Londrina: Midiograf, 97p, 2007.

BUSO, G. **Análise do perfil do consumidor de carne bovina na cidade de São Paulo.** São Carlos (SP). Dissertação, São Carlos: Departamento de Engenharia de Produção, Universidade Federal de São Carlos – UFSCar, 2000.

CAVALCANTE NETO, A. **Caracterização, avaliação e estratégias de desmistificação dos consumidores e do mercado da carne suína no Estado da Paraíba.** 12 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Zootecnia) – Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal da Paraíba, Areia, Paraíba, 2003.

CERVO, Amado L. e BERVIAN, Pedro A. (1983) **Metodologia Científica:** para uso dos estudantes universitários. 3.ed. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil.

COELHO, A.B.; AGUIAR, D.R.D.; FERNANDES, E.A. **Padrão de consumo de alimentos no Brasil.** *Revista de Economia e Sociologia Rural*, v.47, n.2, p.335-362, 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-20032009000200002&script=sci_arttext>. Acesso 03 mar. 2021.

DIEHL, G. N. Mitos e Verdades da suína. **Informativo técnico DPA.** Nº 03/Ano 02-março de 2011. Disponível em:

<https://www.agricultura.rs.gov.br/upload/arquivos/201612/02101256-inftec-13-mitos-everdades-carne-suina-n13.pdf>. Acesso em 04 mar. de 2021

DORNELES, F. M.; VARGAS, L. B.; BETTENCOURT, A. F.; KRATZ, L. R.; MACHADO, A. T. **Perfil do consumidor de carne suína na cidade de Dom Pedrito – RS**. Anais: Congresso Brasileiro de Zootecnia (ZOOTEC), Santos – SP, 2017.

DUTRA JÚNIOR, W. M; ROCHA, V. R. R. A.; RAMALHO, R. P. et al. **Comportamento de consumidores de carne suína na região Metropolitana de Recife**. In: CONGRESSO LATINO AMERICANO DE SUINOCULTURA, 2., 2004, Foz do Iguaçu, Anais... Foz do Iguaçu, 2004. p. 533-536

FALLEIROS, F. T.; MIGUEL, W. C.; GAMEIRO, A. H. **A desinformação como obstáculo ao consumo da carne suína in natura**. In: Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 46, 2008, Acre. Anais do XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. Acre: SOBER, 2008.

FARIA, I.G.; FERREIRA, J.M.; GARCIA, S.K. **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.

FERREIRA, Rony Antonio. Suinocultura: **Manual Prático de Criação**. 1º Edição Viçosa: Aprenda Fácil, 2012. 433 p.

FERREIRA, D.; FERREIRA, F. L. A. Teníase e Cisticercose. **Pubvet**, v. 11, n. 2, p. 154–158, 2017.

GANC, A. J.; CORTEZ, T. L; VELOSO, P. P. A. **A carne suína e suas implicações no complexo teníase-cisticercose**. 2006. Disponível em: <<http://www.conhecer.org.br/download/DOENALIM/leitura%20anexa%202.pdf>>. Acesso em 09 de mai. de 2021

GERVÁSIO, E. **Carne suína: Fatores determinantes para o consumo**. Curitiba. Monografia. Universidade Federal do Paraná. p. 212, 2012.

HEINEN, S. M. **Principais aspectos considerados por consumidores na aquisição de carne suína**. Trabalho de conclusão de curso, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Medianeira, Paraná, 2013.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Pesquisa de orçamentos familiares - 2002-2003**. Aquisição alimentar domiciliar *per capita* - Brasil e Grandes Regiões. 2004. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 09 mai. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Cidades**. Panorama. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/uberlandia/pesquisa/24/>> Acesso em: 09 mai. 2021.

Kiefer et al. Avaliação da carcaça de suínos imunocastrados pela técnica da ultrassonografia em tempo real. **Revista Agrarian**. Dourados, v.7, n.23, p.118-123, 2014.

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

LIMA, D. C. de. **Aceitabilidade da carne suína em Salvador e região metropolitana**. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Medicina Veterinária e Zootecnia da Universidade Federal da Bahia. 2019.

MAGNONI, D.; PIMENTEL, I. **A importância da carne suína na nutrição humana**. 2007. UNIFEST. Disponível em: <http://www.acsurs.com.br/Daniel%20Magnoni.pdf>> Acesso em: 20 nov. 2020.

MAPA (Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento). 2012. Mercado interno. Espécies. **Suínos**. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/animal/especies/suinos>>. Acesso em: 20 nov. 2020.

MARCHI, Antonio. **O consumo de carne suína no Brasil**. In: Conferência Internacional Virtual Sobre Qualidade de Carne Suína, 2., 2001. **Anais [...]**. Concórdia, SC, Brasil: Embrapa, 2002. p. 29-32. Disponível em: http://www.cnpsa.embrapa.br/sgc/sgc_publicacoes/anais01cv2_pt.pdf. Acesso em: 05 jun. 2021.

MARTINS, T.D.D.; BEZERRA, W.I.; MOREIRA, R.T.; SILVA, L.P G.; BATISTA, E.S. 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, 2009.

MOTIVOS para consumir mais carne suína: **nutrição**. Mais carne suína, s.d. Disponível em: <http://www.maiscarnesuina.com.br/artigos/10-motivos-para-consumir-carne-suina/>. Acesso em: 28 nov. 2020.

MURATA, L.S. et. al. **Perfil do consumidor da carne suína no Distrito Federal**. In: Congresso de Suinocultura do Nordeste, 1., 2002, Anais. 2002. p.105-106.

NEVES D.P. **Parasitologia Humana**. Atheneu, Belo Horizonte, Minas Gerais, 2010

RAIMUNDO, L.M.B.; BATALHA, M.O. **Mercado de carne suína na cidade de São Paulo: segmentos e estratégias**. Gestão & Produção, São Carlos, v. 22, n. 2, p. 391-403, 2015. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/gp/v22n2/0104-530X-gp-22-2-391.pdf>>. Acesso em 26 mai. 2021.

RAIMUNDO, L.; ZEN, S. **Aferição do perfil do consumidor de carne suína – Estudo de caso Carrefour/Jundiaí (SP)**. 2010. In: 48º Congresso SOBER. Anais. Campo Grande, 2010.

REGMI, A. **Changing structure of global food consumption and trade: An introduction**. In Economic research service/United States Department of Agriculture. 2001. Disponível em: www.ers.usda.gov/publications/wrs11/wrs11h.pdf. Acesso em: 29 out. 2020.

RODRIGUES, M. C. C. et. al. **Avaliação do consumo de carne suína entre os cursos medicina veterinária, agronomia e zootecnia**. In: XX Congresso de Iniciação Científica. II Mostra Científica, Universidade Federal de Pelotas,

ROJO, Francisco. **Estudo de mercado sobre suinocultura**. São Paulo: ABIPECS, 2008.

ROPPA, L. **Carne suína: mitos e verdades**. Não paginado, 2001. Disponível em: <http://www.abcs.org.br/attachments/099_5.pdf>. Acesso em 26 mai. 2021.

SAAB, M. S. B. L. M. **Comportamento do consumidor de alimentos no Brasil: um estudo sobre a carne suína**. Tese (Doutorado). Universidade de São Paulo. São Paulo: 2011, 243 p. Disponível em: <www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-31052011.../es.php> Acesso em 25 nov. 2020.

SAMPAIO, I. B. M. **Estatística aplicada à experimentação animal**. Belo Horizonte: FEPMVZ, 1998.

SANTOS, T. M. B. et al. **Diagnóstico do perfil do consumidor de carne suína no município de Aquidauana-MS**. Revista Brasileira Saúde Produção Animal, Salvador, v. 12, n. 1, p. 1-13, 2011

SANTOS, Elton Lima *et al.* **Mercado consumidor de carne suína e seus derivados em Rio Largo-AL.** Acta Veterinária Brasileira, Mossoró-RN, v. 6, n. 3, p. 230-238, 2012. Disponível em: <file:///C:/Users/User/Downloads/2968-Texto%20do%20artigo-9156-1-10-20121227.pdf>. Acesso em: 05 jun. 2021.

SARCINELLI, Miryelle Freire; VENTURINI, Katiani Silva. SILVA, Luís César da **Características da Carne Suína.** Vitória: Pie-Ufes:00907, 2007. 7 p. Disponível em: <https://docplayer.com.br/7047829-Characteristicas-da-carne-suina.html>. Acesso em: 28 nov. 2020.

SCHLINDWEIN, M.; KASSOUF, A.L. Análise da influência de alguns fatores socioeconômicos e demográficos no consumo domiciliar de carnes no Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v.44, n.3, p.549-572, 2006.

SCHMID, A. **The role of meat fat in the human diet.** Critical Reviews in Food Science and Nutrition, v. 51, p.50-66. 2011. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10408390903044636>. Acesso em: 05 jun. 2021.

SCHMIDT, Nádia Solange. **Demandas atuais e futuras da cadeia produtiva de suínos: questão em foco.** Questão em foco. 2017. Disponível em: <https://www.embrapa.br/documents/1355242/0/CIAS+-+Agropensa+-+Demandas+atuais+e+futuras+da+cadeia+produtiva+de+su%C3%ADnos.pdf>. Acesso em: 29 nov. 2020.

Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento – SEAPA. **Relatórios da Pecuária: suinocultura.** Suinocultura. 2020. Disponível em: [http://www.agricultura.mg.gov.br/images/documentos/suinocultura_nov_2020\[1\].pdf](http://www.agricultura.mg.gov.br/images/documentos/suinocultura_nov_2020[1].pdf). Acesso em: 28 nov. 2020.

SILVA, J.P.; SILVA, L.P.G. **Estudo e Avaliação do Consumidor de Carne Suína “In Natura” e Industrializada na Microrregião de Guarabira- PB.** Agropecuária Científica no Semiárido, v. 05, p.57-61. 2009. Disponível em: <http://revistas.ufcg.edu.br/acsa/index.php/ACSA/article/view/49/pdf> > acesso em: 27 mai. 2021.

SILVEIRA, A.C.P.; CARVALHO, C.M.C.; FREITAS, P.F.A.; ABOUJAOUDE, C.; CARVALHO, M.S.J.; ANTUNES, R.C.; SANTANA, E.E.P. **Estudantes de medicina veterinária como consumidores de carne suína em Uberlândia – MG.** PUBVET, Londrina, v.10, n.5, p.439-447, mai. 2016.

SOLLER, Jade. **Muitas razões para comer mais carne de porco**. 2020. Disponível em: <https://www.suinoindustria.com.br/imprensa/mpppuitas-razoes-para-comer-mais-carne-de-porco/20200122-082243-j520>. Acesso em: 05 jun. 2021.

SOUZA, F. B. R. et. al. **Perfil do Consumidor de Carne Suína no Município de Pelotas-RS**. XVII CIC, XI ENPOS I Mostra Científica. FAEM – Universidade Federal de Pelotas - Campus Universitário, 2007.

SOUZA, C.C.; GABRIEL, R.; REIS NETO, J.F.; FRAINER, D.M. **A percepção de compradores sobre a qualidade da carne suína in natura no mercado varejista de Campo Grande (MS)**. Extensão Rural, Santa Maria, v.23, n.3, jul./set. 2016.
SUINOCULTURA INDUSTRIAL. **As três cidades com mais suínos no país**. 2019. Disponível em: <https://www.suinoindustria.com.br/imprensa/as-tres-cidades-com-mais-suinos-no-pais/20190925-121519-y865>. Acesso em: 28 nov. 2020.

THOMS, E. et. al. **Perfil de consumo e percepção da qualidade da carne suína por estudantes de nível médio da cidade de Irati, PR**. Revista Acadêmica: Ciências Agrárias e Ambientais, Curitiba, v. 8, n. 4, p. 449-459, 2010.

VARGA, Roberto Romeu. **Perfil do consumidor de carne suína do município de Florianópolis - SC**. 2015. 34 f. TCC (Graduação) - Curso de Zootecnia, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.

VERBEKE, W. et. al. **European citizen and consumer attitudes and preferences regarding beef and pork**. Meat Science, v. 84, p. 284-292, 2010.

WILSON, T. A.; BEHR, S. R.; NICOLOSI, R. J. Addition of Guar Gum and Soy Protein Increases the Efficacy of the American Heart Association (AHA) Step I Cholesterol Lowering Diet without Reducing High Density Lipoprotein Cholesterol Levels in NonHuman Primates. **American Society for Nutritional Sciences**, 1998.

YERUSHALMY, J.; HILLEBOE, H. **Fat in the diet and mortality from heart disease: a methodologic note**. New York State Journal Of Medicine, 1957. Disponível em: <http://library.crossfit.com/free/pdf/1957_Yerushalmy_Hilleboe_Fat_Diet_Mortality_Heart_Disease.pdf>. Acesso em: 05 jun. 2021.

ZAMBERLAN, L. **A Influência do Atributo de Segurança na Segmentação dos Consumidores de Carne Suína da Região Fronteira Noroeste do Rio Grande do Sul**. Santa Rosa - RS. 2002. Dissertação (Mestrado) - Versão preliminar da dissertação de mestrado a ser submetida à Fundação Getúlio Vargas para a obtenção do grau de Mestre em Gestão Empresarial, 2002.

ZANCANARO, Maurício. **Carne Suína - Constituintes básicos e Composição. 2011.**

Disponível em: <<http://www.atividaderural.com.br/artigos/4e9f4859602cd.pdf>>. Acesso em: 28 nov. 2020.

APÊNDICES

APÊNDICE A: TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE ESCLARECIDO

APÊNDICE B: INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE ESCLARECIDO

Você está sendo convidado(a) a participar da pesquisa intitulada “CARNE SUÍNA NO MUNICÍPIO DE UBERLÂNDIA: PRINCIPAIS FATORES QUE IMPACTAM O CONSUMO DO PRODUTO”, sob a responsabilidade da pesquisadora Ana Luísa Neves Alvarenga Dias e pela assistente de pesquisa Beatriz Mendes Cardoso.

Nesta pesquisa nós estamos buscando neste identificar os principais fatores que influenciam o consumo da proteína em questão no município, verificar se os mitos existentes possuem de fato influência no consumo, como por exemplo, a crença de que a carne suína pode transmitir doenças ou que é muito gordurosa e ainda avaliar o nível de conhecimento sobre o produto por parte dos consumidores. Por medidas de segurança adotadas na contenção da pandemia, a pesquisa ocorrerá no formato on-line. Sendo assim, os participantes serão contatados por telefone e/ou e-mail pela pesquisadora e será ofertada a possibilidade de participação na pesquisa, bem como, a possibilidade de recusa e/ou desistência em qualquer etapa do estudo.

O Termo/registro de Consentimento Livre e Esclarecido está sendo obtido pela pesquisadora assistente Beatriz Mendes Cardoso, por meio eletrônico através do aplicativo Google Forms, antes mesmo da coleta de qualquer dado, apenas de indivíduos adultos a partir de 18 anos, que concordarem com o TCLE (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido), o respondente tem o poder de decidir se quer ou não participar da pesquisa e terá o tempo necessário para tal.

Na sua participação, caso aceite, você será submetido a um questionário de 39 questões todas de múltipla escolha e o tempo estimado para que ele seja completamente respondido é em média 5 minutos, os dados obtidos por meio das respostas dos questionários serão tabulados e submetidos à análise descritiva através do software Excel da Microsoft Office 365, com ênfase na distribuição de frequências relativas das respostas. **O pesquisador deverá atender as orientações da Resolução 510/16 (Capítulo VI, Art.28; IV - manter os dados da pesquisa em arquivo, físico ou digital, sob sua guarda e responsabilidade, por um período mínimo de 5 (cinco) anos após o término da pesquisa).**

Em nenhum momento você será identificado. Os resultados da pesquisa serão publicados e ainda assim sua identidade será preservada. É compromisso do pesquisador divulgar os resultados da pesquisa, em formato acessível ao grupo ou população que foi pesquisada, por isso você pode optar por nos fornecer seu e-mail caso queira receber uma cópia do trabalho (Resolução CNS nº 510 de 2016, Artigo 3º, Inciso IV). Você não terá nenhum gasto nem ganho financeiro por participar da pesquisa.

Havendo algum dano decorrente da pesquisa, você terá direito a solicitar indenização através das vias judiciais (Código Civil, Lei 10.406/2002, Artigos 927 a 954 e Resolução CNS nº 510 de 2016, Artigo 19).

Riscos mínimos são esperados neste estudo, e consistem em o(a) respondente (a) poderá sentir-se desconfortável ou constrangido (a) para apresentar sua sincera opinião diante do que lhe for questionado e/ou quebra de sigilo involuntária e não intencional em função das limitações das tecnologias utilizadas. Neste caso, o respondente (a) poderá suspender o andamento das respostas imediatamente não gerando riscos e prejuízos para ele. Os benefícios serão, obtenção de informações seguras acerca do consumo de carne suína no município de Uberlândia, bem como as informações a respeito da carne suína e esclarecimento de mitos existente.

Você é livre para deixar de participar da pesquisa a qualquer momento sem qualquer prejuízo ou coação. Até o momento da divulgação dos resultados, você também é livre para solicitar a retirada dos seus dados da pesquisa. Uma via original deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido ficará com você.

Rubrica PESQUISADOR

Rubrica Participante

Em caso de qualquer dúvida ou reclamação a respeito da pesquisa, você poderá entrar em contato com: Ana Luísa Neves Alvarenga Dias (analuisa@ufu.br) e/ou Beatriz Mendes Cardoso (beatrizmcardoso13@gmail.com).

Para obter orientações quanto aos direitos dos participantes de pesquisa acesse a cartilha no link:

https://conselho.saude.gov.br/images/comissoes/conep/documentos/Cartilha_Direitos_Eticos_2020.pdf. Você poderá também entrar em contato com o CEP - Comitê de Ética na Pesquisa com Seres Humanos na Universidade Federal de Uberlândia, localizado na Av. João Naves de Ávila, nº 2121, bloco A, sala 224, *campus* Santa Mônica – Uberlândia/MG, 38408-100; telefone: 34-3239-4131 ou pelo e-mail **cep@propp.ufu.br**. O CEP é um colegiado independente criado para defender os interesses dos participantes das pesquisas em sua integridade e dignidade e para contribuir para o desenvolvimento da pesquisa dentro de padrões éticos conforme resoluções do Conselho Nacional de Saúde.

Uberlândia, de de 20.....

Assinatura do(s) pesquisador(es)

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

Assinatura do participante da pesquisa

INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Obs: a coleta de dados foi realizada aplicativo Google Forms, neste documento consta as perguntas feitas ao respondente que aceitaram o TCLE.

1.Gênero

Feminino

Masculino

Prefiro não dizer

2.Faixa etária

Entre 18 e 25 anos

Entre 25 e 30 anos

Entre 31 e 40 anos

Entre 41 e 50 anos

Entre 51 e 60 anos

Acima de 61 anos

3.Escolaridade

Analfabeto

Lê e escreve

Ensino fundamental

Ensino médio

Ensino superior

4.Ocupação

“Obs: A principal característica de um trabalhador autônomo é a ausência de um vínculo com qualquer empresa. O trabalhador autônomo atua por conta própria e conta com independência financeira e econômica. E independentemente de ter uma formação técnica ou um curso universitário, esse profissional pode atuar no mercado de forma regular. Já o profissional liberal pode ter um vínculo de emprego com uma ou mais empresas, além de claro, atuar por conta própria. Para ser um profissional liberal, no entanto, é essencial pertencer à uma determinada categoria de profissionais com qualificações e certificações específicas, como é o caso dos engenheiros, arquitetos, médicos, dentistas, advogados, entre outros. Para que possam atuar, esses profissionais possuem um registro no conselho profissional, além de serem sindicalizados.”

Estudante

Dona de casa

Aposentado (a)

Profissional liberal ou empresário

Autônomo (a) / prestador (a) de serviços

Servidor público

Empregado no setor privado

Desempregado

Produtor Rural

5.Renda mensal familiar

Até R\$2.200 (Classe E)

De R\$2.200 a R\$4.400 (Classe D)

De R\$4.400 a R\$11.000 (Classe C)

De R\$11.000 a R\$22.000 (Classe B)

Acima de R\$22.000 (Classe A)

Prefere não informar

6.Bairro / Distrito

Aclimação

Alto Umuarama

Alvorada

Bom Jesus

Brasil

Carajás

Cazeca

Centro

Chácaras Panorama

Chácaras Tubalina

Cidade Jardim

Cruzeiro dos Peixotos (Distrito)

Custódio Pereira

Daniel Fonseca

Distrito Industrial

Dona Zulmira

Fundinho

Gávea

Granada

Grand Ville

Granja Marileusa

Guarani

Jaraguá

Jardim Brasília

Jardim Canaã

Jardim das Palmeiras

Jardim Europa

Jardim Holanda

Jardim Inconfidência

Jardim Ipanema

Jardim Karaíba

Jardim Patrícia

Jardim Sul

Lagoinha

Laranjeiras

Lídice

Luizote de Freitas

Mansões Aeroporto

Mansour

Maravilha

Marta Helena

Martinésia (Distrito)

Martins

Minas Gerais

Miranda (Distrito)

Miraporanga (Distrito)
Monte Hebron
Morada da Colina
Morada do Sol
Morada dos Pássaros
Morada Nova
Morumbi
Nossa Senhora Aparecida
Nossa Senhora das Graças
Nova Uberlândia
Novo Mundo
Oswaldo Rezende
Pacaembu
Pampulha
Patrimônio
Planalto
Portal do Vale
Presidente Roosevelt
Residencial Gramado
Residencial Integração
Residencial Pequis
Santa Luzia
Santa Mônica
Santa Rosa
São Jorge
São José
Saraiva
Segismundo Pereira
Shopping Park
Tabajaras
Taiaman
Tapuira (Distrito)
Tibery
Tocantins
Tubalina
Umuarama
Vigilato Pereira

7. Se considera bem informado em relação ao valor nutricional da carne suína?

Sim
Não

8. Você considera a carne suína:

De baixo valor nutricional
De alto valor nutricional
Não sei opinar

9. Você acha que carne suína pode trazer risco à saúde?

Sim
Não

Não sei

10. Você se considera informado sobre cisticercose?

Sim

Muito pouco

Não

Não sei o que é

11. Qual opção você acha que é a principal fonte de transmissão da cisticercose?

Suíno

Bovino

Aves

Água contaminada e vegetais crus

Outro

12. Qual carne você acha que tem o menor valor de colesterol?

Peito de frango

Lombo suíno

Alcatra bovina

13. Quanto a produção e higiene dos suínos, você considera que são em:

Ótimas/ boas condições

Condições regulares

Péssimas condições

Não sei opinar

14. Qual a sua carne preferida?

Bovina

Frango

Suína

Peixe

Não consumo carne

15. Porque você prefere essa carne?

Hábito

Preço

Marca

Valor nutritivo

Quantidade de gordura

Praticidade

Sabor

Qualidade

Todas as opções

Não consumo carne

16. Consome carne suína in natura?

“Obs: (Carne suína in natura: carne "fresca", que não passou por nenhum processo industrial)”

Sim

Não, mas consumo produtos industrializados derivados da carne suína

Não e nem consumo produtos industrializados derivados da carne suína

17. Se NÃO consome, porque?

Nenhuma das alternativas, respondi sim na questão anterior

Falta de hábito

Não gosta do sabor

Alto preço

Difícil preparo/ Não sabe preparar

Acha a carne muito gordurosa

Questões sanitárias ou acha que a carne pode transmitir doenças

Vegetariano / vegano

Difícil digestão

Motivos religiosos

18. Qual a sua frequência de consumo carne suína in natura?

Diariamente

3 - 5 vezes por semana

1 / 2 vezes por semana

A cada 15 dias

Uma vez por mês

Menos de uma vez por mês

Raramente

19. Qual corte suíno você prefere?

Lombo

Picanha

Pernil

Costela

Bisteca

Alcatra

Suã

Barriga (Torresmo)

Pé, orelha, rabo

Miúdos (víceras)

Não consumo

Outros

20. Você compra ou compraria outros cortes de carne suína in natura?

Sim

Não

21. Qual fator mais importante na hora da compra da carne suína in natura?

Preço

Qualidade

Aparência

Finalidade (ocasião)

Sanidade / higiene

Praticidade

Marca

Sabor

22. Você considera o preço da carne suína in natura:

Caro
Barato
Acessível

23. Qual sua preferência do modo de compra da carne suína in natura?

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

24. Você costuma tirar a gordura da carne suína antes de consumi-la?

Sim, sempre
Sim, na maioria das vezes
Não

25. Qual sua forma de preparo preferida?

Assada
Cozida
Frita
Ensopada
Grelhada
Todas as formas

26. Quando consome?

Refeição cotidiana
Refeição especial (datas comemorativas)
Churrasco
Fora de casa

27. Você consome produtos industrializados a partir da carne suína?

“Obs: (Ex: Salsicha, salame, presunto, calabresa, bacon, linguiça, mortadela e outros.)”
Sim
Não

28. Qual seu produto industrializado preferido?

Salsicha
Salame
Presunto
Calabresa
Apresentado
Bacon
Linguiça
Mortadela
Outro

29. Você compra ou compraria outros produtos industrializados derivados da carne suína?

Sim
Não

30. Qual fator mais importante na hora da compra de produtos industrializados?

Preço
 Qualidade
 Aparência
 Finalidade (ocasião)
 Sanidade / higiene
 Praticidade
 Marca
 Sabor

31. Você considera o preço dos produtos industrializados:

Caro
 Barato
 Acessível

32. Qual a sua frequência de consumo de produtos industrializados?

Diariamente
 3 - 5 vezes por semana
 1 / 2 vezes por semana
 A cada 15 dias
 Uma vez por mês
 Menos de uma vez por mês
 Raramente

33. Quando consome esses produtos industrializados?

Refeição do dia a dia
 Refeição especial (datas comemorativas)
 Churrasco
 Fora de casa

34. Qual o local de compra você prefere? (Tanto para carne suína in natura quanto para produtos industrializados)

Supermercado
 Açougue
 Diretamente do produtor

35. Você se preocupa com a procedência?

Sim, compro apenas produtos inspecionados / em lugares que eu confio
 Não, compro de acordo com o preço
 Não, não me importo se é fiscalizado ou clandestino

36. Você já viu ou ouviu alguma propaganda que incentiva o consumo de carne suína?

Sim
 Não

37. Se SIM, onde?

Nenhuma das alternativas, respondi não na pergunta anterior
 Tv
 Anúncios online
 Supermercados e açougues

Redes sociais (Instagram, facebook, twiter)

Radio

Outro

38.Quais fatores poderiam contribuir para aumentar o consumo de carne suína?

Redução do preço da carne suína

Melhoria na apresentação do produto

Campanhas de esclarecimento e propaganda da carne suína

Aprimoramento/ disponibilidade novos cortes

Aumento da renda familiar

Aumento do oferecimento do produto

Aumento do preço de outras carnes

Nenhum, permaneceria com o mesmo consumo

39.Quais temas a respeito da carne suína você gostaria de saber?

Criação de suínos

Qualidade nutricional da carne

Manejos de bem-estar animal na produção

Modos de preparo

Mitos e verdades

Sanidade dos produtos

Todos os temas acima

Nenhum