

Mercado consumidor de carne suína e derivados em Capanema, Pará**Consumer market for pork and meat products in Capanema, Pará**

DOI:10.34117/bjdv6n5-574

Recebimento dos originais: 13/04/2020

Aceitação para publicação: 28/05/2020

Gerson Diego Pamplona AlbuquerqueFormação acadêmica: Eng^o. Agrônomo.

Instituição: Universidade Federal Rural da Amazônia, Instituto Ciberespacial.

Endereço: Avenida Presidente Tancredo Neves, N^o 2501, Terra Firme, CEP 66.077-830, Belém, Pará, Brasil.

E-mail: gdpa88@gmail.com

Waldjânio de Oliveira Melo

Formação acadêmica: Zootecnista.

Instituição: Universidade Federal Rural da Amazônia.

Endereço: campus de Paragominas, PA-256, s/n - Nova Conquista, CEP 68627-451, Paragominas, Pará, Brasil.

E-mail: waldjaniomelo@zootecnista.com.br

Tamyres Braun da Silva Gomes

Formação acadêmica: Discente de Agronomia.

Instituição: Universidade Federal Rural da Amazônia, campus de Capanema.

Endereço: Avenida Barão de Capanema, S/N^o, Caixa D'agua, CEP 68.700-665, Capanema, Pará, Brasil.

E-mail: tamyresbraun@gmail.com

Ysteffani Silva e Silva

Formação acadêmica: Discente de Agronomia.

Instituição: Universidade Federal Rural da Amazônia, campus de Capanema.

Endereço: Avenida Barão de Capanema, S/N^o, Caixa D'agua, CEP 68.700-665, Capanema, Pará, Brasil.

E-mail: ysteffanisilva@gmail.com

Ebson Pereira Cândido

Formação acadêmica: Professor da Universidade Federal Rural da Amazônia, campus de Capanema.

Endereço: Avenida Barão de Capanema, S/N^o, Caixa D'agua, CEP 68.700-665, Capanema, Pará, Brasil.

E-mail: ebson.candido@ufra.edu.br

RESUMO

O objetivo deste estudo foi caracterizar o perfil dos consumidores de suíno em Capanema-PA. Foram aplicados 400 questionários contendo perguntas abertas e fechadas, a fim de obter dados qualitativos e quantitativos. Os resultados foram processados com software Excel for Windows versão 2007. Dentre os entrevistados, 51,75% (207/400) são do sexo feminino e 48,25% (193/400) do sexo masculino. A maioria possui entre 1 a 2 salários mínimos (35,75%), ensino médio completo. 38,5% relataram não consumir carne suína, devido principalmente a não apreciação (44,81%) e medo de adquirir verminose ao consumi-la (22,73%). Verificou-se consumo per capita anual 6,45 kg, onde o método de preparado mais utilizado é o assado na brasa, dando preferência a carne fresca, tendo como local preferido de compra o açougue (55,28%). Os atributos considerados mais importantes em relação ao ponto de venda da carne suína foram a conservação adequada (29,6%) e a higiene das instalações (24,8%). A Costela (42,05%) é o corte favorito. A falta de informações sobre a existência de carne suína com menor teor de gordura, além de aspectos ligados a sanidade, ocasiona diminuição do consumo dessa carne em Capanema-PA.

Palavras-chave: Atributos da carne; Comportamento; Perfil; Socioeconômico; Suinocultura

ABSTRACT

The aim of this study was to characterize the profile of pig consumers in Capanema-PA. 400 questionnaires containing open and closed questions were applied in order to obtain qualitative and quantitative data. The results were processed with Excel for Windows version 2007 software. Among the interviewees, 51.75% (207/400) are female and 48.25% (193/400) are male. Most have between 1 and 2 minimum wages (35.75%), complete high school. 38.5% reported not consuming pork, mainly due to lack of appreciation (44.81%) and fear of acquiring worms when consuming it (22.73%). There was an annual per capita consumption of 6.45 kg, where the most widely used method of preparation is roasting on coals, giving preference to fresh meat, with the butcher's favorite place of purchase (55.28%). The attributes considered most important in relation to the pork meat selling point were adequate conservation (29.6%) and the hygiene of the facilities (24.8%). The Rib (42.05%) is the favorite cut. The lack of information on the existence of pork with lower fat content, in addition to aspects related to health, causes a decrease in the consumption of this meat in Capanema-PA.

Keywords: Attributes of meat; Behavior; Profile; Socioeconomic; Pig farming

1 INTRODUÇÃO

A carne suína é a mais consumida mundialmente, seguida pela de frango e não menos considerável, a carne bovina. Porém, o Brasil não segue esse padrão de consumo mundial, estando atrás da carne de frango e bovina (USDA, 2019). A média do consumo nacional teve um crescimento de 13,7% nos últimos dez anos (2007-2017), passando de 13,0 kg para 14,7 kg (ABPA, 2018). Apesar disso, ainda é considerada baixa quando comparada com outros países como a China (40,9 kg) e os Estados Unidos (29,2 kg) (SZÚCS; VIDA, 2017).

Pode-se atribuir o baixo consumo da carne suína pelos brasileiros, em parte, a conceitos equivocados a respeito deste alimento, uma vez que, persiste na opinião pública, mesmo em classes

socioeconômicas favorecidas e com maiores esclarecimentos, o mito de que a carne suína é muito gorda, tem alto nível de colesterol e difícil digestão (BEZERRA et al., 2007) e afirmam que esta pode veicular diversas doenças aos consumidores (THOMS et al., 2010).

Dessa forma, um dos fatores determinantes para o incremento do consumo de carne suína está na necessidade de garantir que o produto atenda às expectativas dos consumidores. Para tanto, é importante que todos os envolvidos na cadeia produtiva conheçam os atributos de qualidade que os consumidores buscam, ao mesmo tempo em que apresentem outros atributos que os consumidores desconheçam (ALBUQUERQUE et al., 2015).

A determinação das reações dos consumidores em larga escala pode fornecer evidências para melhor atender o mercado, o principal desafio da indústria de carne suína é se tornar mais orientada ao consumidor, o que contribui para justificar a importância do estabelecimento das demandas dos consumidores por esse produto (NGAPO; MARTIN; DRANSFIELD, 2007). Neste contexto, objetivou-se com este trabalho caracterizar o perfil dos consumidores de suíno no município de Capanema, localizado na região nordeste do Estado do Pará, bem como identificar a preferência pelo local de compra e os fatores que determinam suas escolhas.

2 MATERIAL E MÉTODOS

O estudo foi realizado no município de Capanema, localizado na região nordeste do Estado do Pará. Foi elaborado um questionário pré-estruturado composto de questões abertas e fechadas, com a finalidade de obter dados qualitativos e quantitativos. Foi constituído de dois blocos: a) o primeiro bloco, referindo-se ao perfil dos respondentes: idade, sexo, estado civil, renda, nível de escolaridade, estilo de vida; b) segundo bloco, referindo-se aos seguintes tópicos abordados: Atributos mais importantes a respeito do local da venda e de qualidade da carne suína.

O método utilizado para coleta de dados foi o survey longitudinal com amostra probabilística, por se tratar de coleta de dados ao longo do tempo, em período específico onde todos os elementos da população tem a mesma chance de ser escolhidos, resultando em uma amostra representativa da população (FREITAS et al., 2000). A definição do número de entrevistados ($n = 400$) necessário baseou-se considerando um erro amostral máximo de 5% e uma população de 63.639 habitantes no censo de 2010 (IBGE, 2019). Foi formada uma equipe de sete pessoas treinadas para a enquete.

Os entrevistados foram selecionados aleatoriamente, sendo convidados enquanto se encontravam em pontos de venda de carne suína no município de Capanema-PA. Propositalmente, buscou-se

identificar alguns locais onde foram efetuadas as coletas, de forma que contemplasse diferentes bairros da cidade. Os resultados foram processados com software Excel for Windows versão 2007, no qual foram feitas as análises estatísticas descritivas e inferenciais

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Dentre os resultados obtidos, constatou-se que 51,75% (207/400) dos entrevistados são do sexo feminino e 48,25% (193/400) do sexo masculino. Quanto à renda familiar mensal, verificou-se que a maioria possui entre 1 a 2 salários mínimos (35,75%) e 2 a 3 Salários (31,00%) (Figura 1).

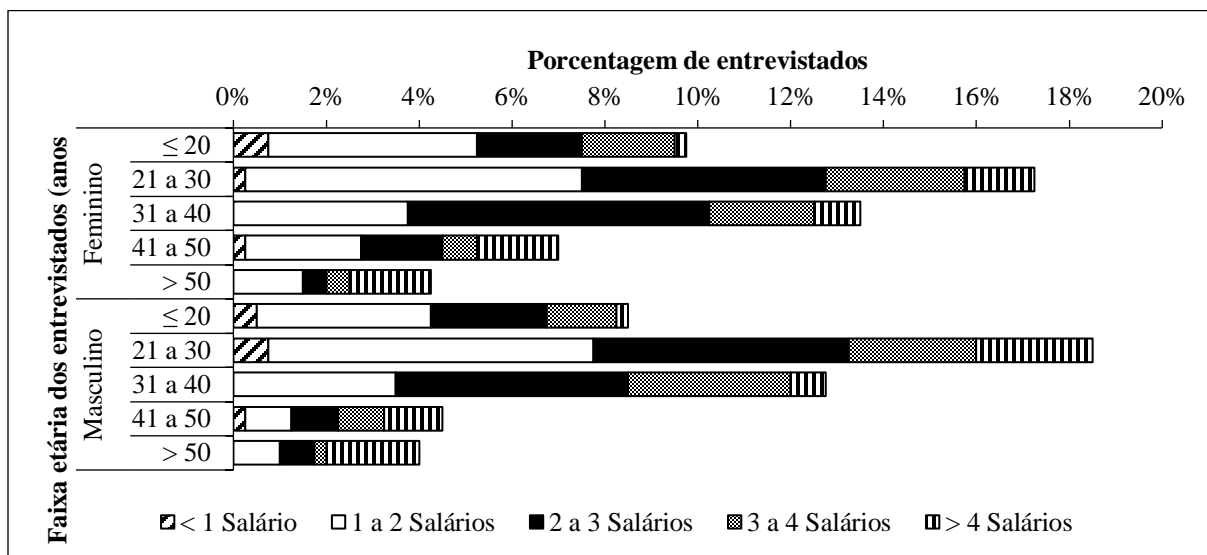


Figura 1: Perfil socioeconômico dos entrevistados

Foram avaliados ainda níveis de escolaridade, onde deixa claro que os consumidores têm um bom grau de instrução, sendo a maioria do sexo masculino (30,75%) e feminino (30,25%) possuem o ensino médio completo o que os torna mais exigentes em relação à qualidade dos produtos (Figura 2). Esses resultados mostram superiores ao encontrados por Santos et al. (2019) no município de Satuba no Estado de Alagoas, onde verificou-se maior proporção ligada a pessoas que possuem ensino fundamental incompleto (29,75%). A maioria (55,00%) dos entrevistados afirmaram possuir três pessoas no domicílio (Figura 2).

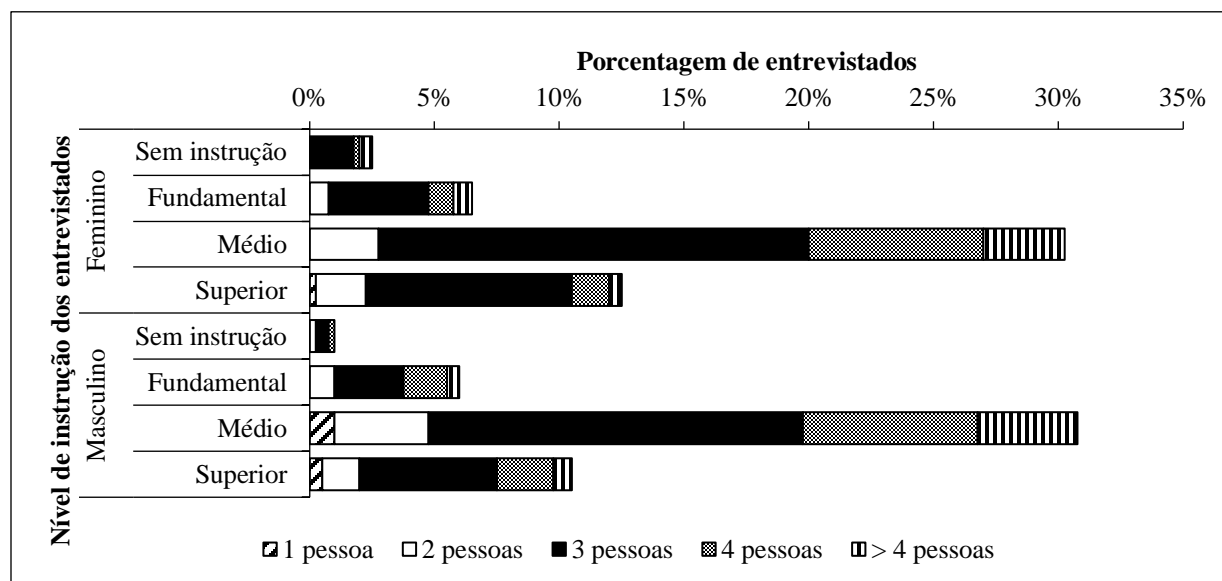


Figura 2: Índice de escolaridade e dos entrevistados

Em relação ao consumo de carne suína no município de Capanema-PA, 61,5% (246/400) dos entrevistados afirmaram consumir carne suína contra 38,50% que não consomem (154/400), sendo destes últimos 60,39% (93/154) composto pelo sexo feminino e 39,61% (61/154) são do sexo masculino. Em relação aos motivos que levam as pessoas não consumirem carne suína, 44,81% (69/154) afirmaram que não apreciam, 22,73% (35/154) possuem medo de adquirir verminose ao consumi-la e 20,13% (31/154) acreditam que essa carne possui alto teor de gordura e colesterol (Tabela 1).

Esses resultados são semelhantes aos encontrados no município de Satuba no Estado de Alagoas por Santos et al. (2019), onde 44,25% dos entrevistados afirmaram não consumir carne suína, principalmente devido acreditarem que pode culminar em riscos à saúde (48,03%) e motivos culturais (33,89%).

Embora a carne suína seja a carne mais consumida no mundo e possua uma grande aceitação gustativa em outros países, no Brasil ela ainda alvo de mitos que refletem negativamente no consumo (SOUZA et al., 2016). De acordo com Martins et al. (2009), muitos consumidores ainda acreditam que o consumo dessa carne pode ter impacto negativo na saúde por transmissão de vermes, problemas inflamatórios, excesso de gordura e que os animais são criados em péssimas condições de higiene.

Tabela 1. Motivos que levam ao não consumo de carne suína do município de Capanema-PA.

Motivo do não consumo	Frequência	Percentual (%)
Alto custo	01	0,65
Alto teor de gordura e colesterol	31	20,13
Difícil preparo	01	0,65
Falta de oferta no mercado	04	2,60
Medo de verminose	35	22,73
Motivos religiosos	07	4,55
Não aprecia	69	44,81
Outros	06	3,90
Total Geral	154	100,00

Verificou-se média anual de consumo de carne suína no município de Capanema-PA é de 6,45 kg per capita, valor bem inferior à média nacional que é de 14,7 kg (ABPA, 2018). Sendo que a maioria dos entrevistados possuem frequência de consumo esporadicamente (32,11%) (Figura 3) corroborando com estudo realizado no município de Grajaú-MA por Silva; Rodrigues; Borges (2017), que também constatou predominância na frequência de consumo esporadicamente.

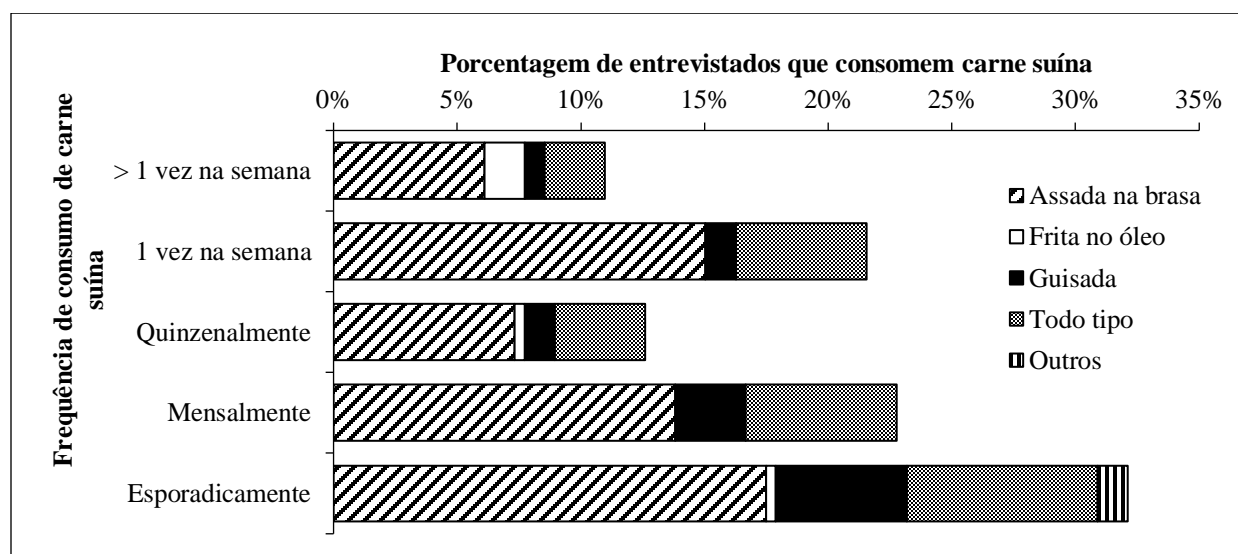


Figura 3: Frequência de consumo e preferência do método de preparo da carne suína no município de Capanema-PA

Quando se trata do método de preparado da carne suína, 59,76% dos entrevistados de Capanema-PA afirmaram ter preferência em assar na brasa, 25,20% disseram consumir utilizar todo tipo preparo, 11,38% na forma guisada e apenas 2,44% optam pela fritura (Figura 3). Santos et al. (2019) também observaram maior preferência dos consumidores de Satuba-AL para o método assado (27,35%), porém, o quantitativo de pessoas que apreciam a fritura é maior que o presente trabalho (21,97%).

De acordo com Oliveira et al. (2017), a escolha por esses cortes pode estar relacionada à facilidade e praticidade de preparo, onde a costela e a bisteca são cortes geralmente consumidos assados ou fritos.

Dentre os entrevistados que consomem carne suína, constatou-se que 98,00% (392/400) compram na forma fresca ou resfriada e apenas 2,00% (8/400) adquirem congelada. Tendo como local preferido de compra o açougue (55,28%) seguido por supermercado (19,92%), feiras livres (15,45%), mercado público (9,35%), diferentemente dos resultados encontrados Kirinus et al. (2016) no município de Xanxerê no Estado de Santa Catarina, onde a procedência de compra da carne suína preferida foi o supermercado tanto para os entrevistados do sexo masculino (70,9%) quanto para o sexo feminino (72,7%) que escolheram este local para compra devido a facilidade de encontrar o produto.

É interessante notar que, no quesito atributos considerados mais importantes em relação ao ponto de venda da carne suína, o preço do produto não foi o fator mais determinante na decisão pela compra do produto e sim a conservação adequada (29,6%), a higiene das instalações (24,8%) e a fiscalização do produto (23,3%), totalizando 77,7% dos entrevistados (figura 4) mostrando que consumidor está preocupado com a qualidade dos produtos que consome. Resultados diferentes aos encontrados por Silva; Rodrigues; Borges (2017) no município de Grajaú, no Estado do Maranhão, onde observaram que o preço do produto foi considerado pelos entrevistados como o fator mais determinante da compra.

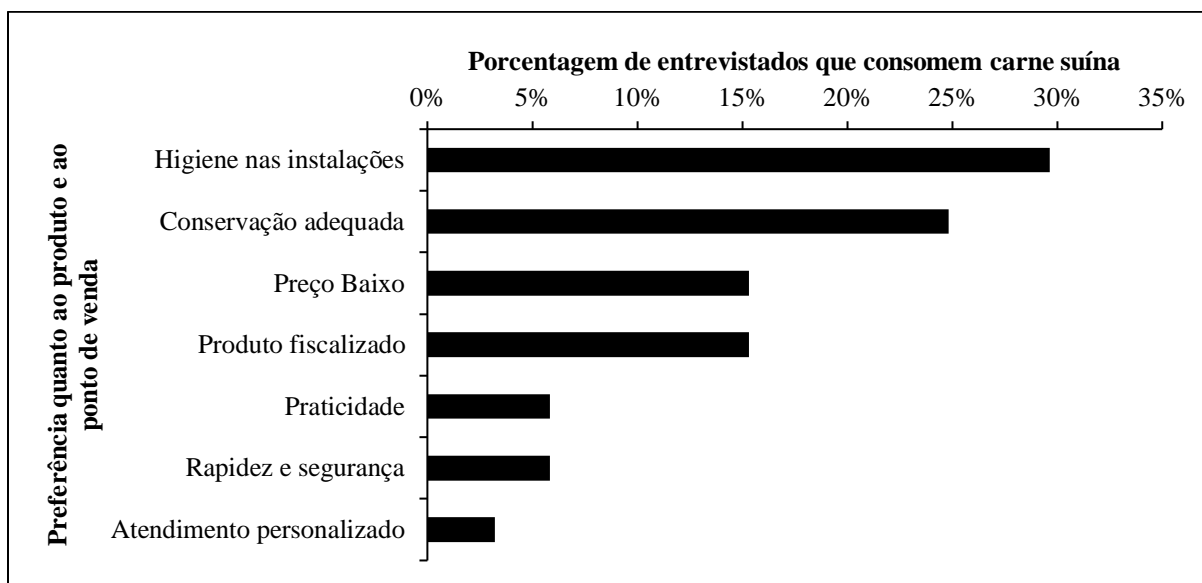


Figura 4: Preferência dos consumidores de carne suína quanto ao produto e ao ponto de venda em Capanema-PA

Quando indagados quanto ao grau de importância dos aspectos gerais da carne suína considerados no momento da compra, mediante uma escala de 1 a 5 sendo o 1 considerado “sem importância” e o 5 “mais importante”, os consumidores atribuíram o aspecto sanitário ($3,70 \pm 0,65$), características sensoriais ($3,61 \pm 0,66$) e origem ($3,43 \pm 0,93$) e preservação do produto ($3,13 \pm 1,11$) como grau elevado de importância, seguidos por preço ($2,89 \pm 1,20$), tipo de corte ($2,59 \pm 1,29$), Informação no Rótulo ($2,24 \pm 1,45$), conteúdo nutricional ($2,19 \pm 1,44$), marca do Produto ($2,19 \pm 1,42$) e disposição do Produto ($1,85 \pm 1,30$) reforçando a preocupação com a qualidade do produto.

De acordo com Rocha et al. (2014), a qualidade das carnes é baseada em parâmetros de natureza higiênica ou sanitária. Na ausência desses parâmetros, os alimentos podem ser contaminados por agentes biológicos, físicos e químicos. Um dos fatores importantes referentes à qualidade da carne no local de venda é a higiene dos manipuladores, equipamentos e utensílios. As características físicas da carne estão associadas com a aceitação e satisfação no momento da compra e consumo do produto, por isso, a importância de se adotar práticas de fiscalização sanitária e higiênica das carnes, para a constante aceitação dos consumidores finais (OLIVEIRA et al., 2011).

Percebeu-se que o atributo mais observado em relação a procedência do produto está a origem do produto conhecida (53,30%) seguido por embalagem de qualidade (21,57%), Informações na embalagem (18,27%) e Marca (6,85%). Já em relação aos atributos da qualidade da carne suína

observados pelos consumidores de Capanema-PA, a aparência (24,27%) e o tamanho da peça (23,43%) são os mais utilizados na hora da compra (figura 5).

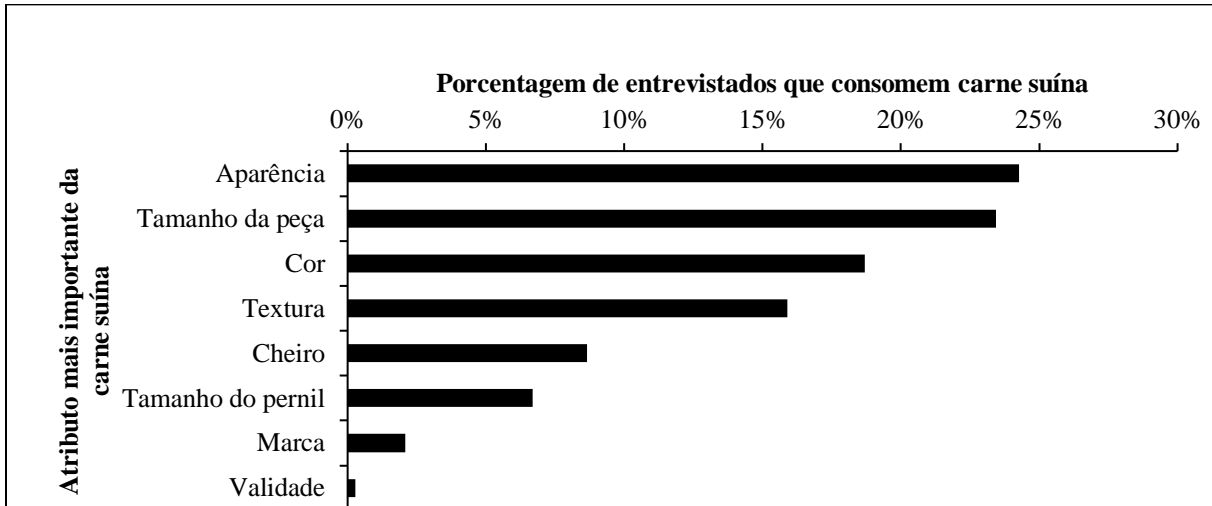


Figura 5: Atributos mais importantes da carne suína na percepção dos consumidores de Capanema-PA

Em relação ao corte, a maioria dos entrevistados relataram preferir a Costela (42,05%), seguido por Bisteca (30,19%), Perna (18,06%) e Lombo (9,70%), corroborando com os resultados de Kirinus et al. (2016) no município de Xanxerê em Santa Catarina, onde a costela também foi identificada como a preferida na região tanto para as pessoas do sexo masculino (58,2%) quanto para o sexo feminino (51,3%) devido a característica do sabor que o corte apresenta. Já quando se trata de derivados, os mais consumidos são a linguiça calabresa (17,53%) e o bacon (16,40%) conforme é mostrado na figura 6.

Resultados semelhantes foram encontrados por Oliveira et al. (2017) em Colônia do Piauí-PI, onde também observaram maior preferência pela linguiça (48%). De acordo com Silva; Silva (2009), a praticidade e higiene dos produtos contribuem para os consumidores optarem mais por derivados industrializados.

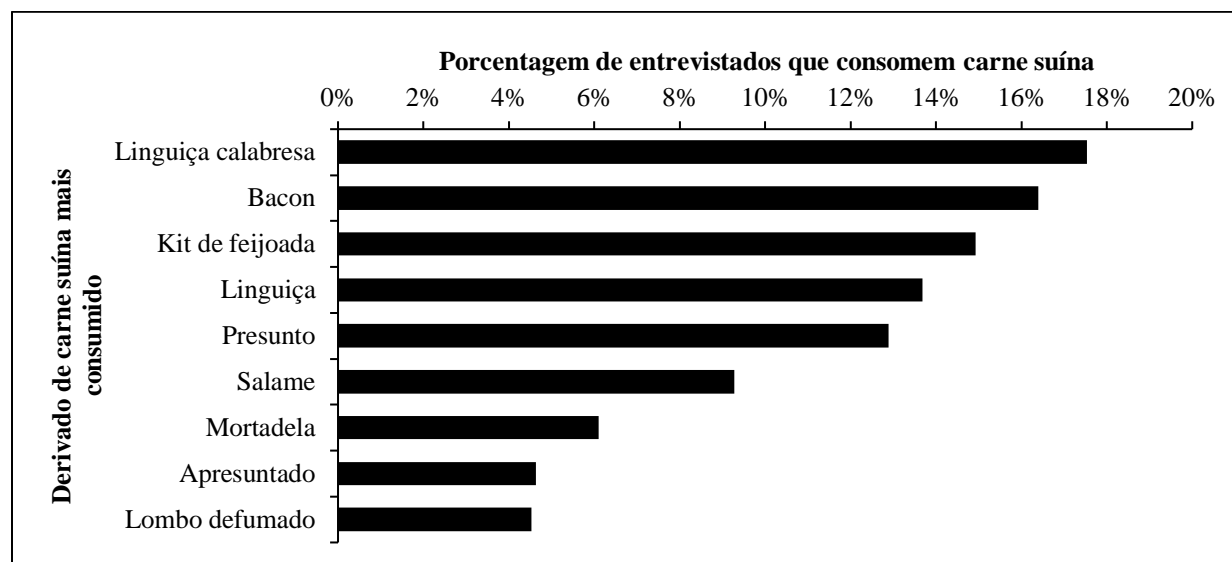


Figura 6: Derivados de carne suína consumidos no município de Capanema-PA

4 CONCLUSÃO

Há uma grande lacuna a ser preenchida em termos de conhecimento do consumidor em relação ao produto cárneo adquirido, uma vez que a falta de informações sobre a existência de carne suína com menor teor de gordura, além de aspectos ligados a sanidade, ocasionam diminuição do consumo dessa carne no município de Capanema-PA. Levando em consideração os fatores como escolaridade e renda, conclui-se que eles não interferem no consumo da carne suína.

Aspectos ligados a aparência e tamanho da peça de carne juntamente com as características do local de venda como a higienização das instalações e a conservação adequada da carne suína, são importantes para o consumidor na hora da escolha para se adquirir um bom alimento.

REFERÊNCIAS

- ABPA – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROTEÍNA ANIMAL. **Relatório Anual 2018**. Disponível em: http://www.asgav.com.br/_files/view.php/load/pasta/5/5b61c4486ff10.pdf. Acesso em 15 de set. 2019.
- ALBUQUERQUE, G.D.P.; GOMES, T.B.S.; SILVA, Y.S.; MELO, W.O.; SILVA FILHO, A.V.A.; SILVA, S.L.S.; SANTOS, A.C.; CANDIDO, E.P. Atributos mais importantes a respeito do local da venda de carne suína em Capanema-PA. In CONGRESSO NORDESTINO DE PRODUÇÃO ANIMAL, 10., 2015, Teresina. Anais [...] Teresina: UFPI, 2015. p.1-3.

- BEZERRA, J.M.M.; CAVALCANTE NETO, A.; SILVA, L.P.G.; LUI, J. F.; RODRIGUES, A.E.; MARTINS, T. D.D. 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. 2007.
- FREITAS, H.; OLIVEIRA, M.; SACCOL, A.Z.; MOSCAROLA, J. O método de pesquisa survey. **Revista de Administração**, v.35, n.3, p.105-112, 2000.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). 2010. **Síntese de Indicadores Sociais: Uma análise das Condições de Vida da População Brasileira**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pa/capanema/panorama> Acesso em: 15 de set. 2019.
- KIRINUS, J.K.; BENEDETTI, M.; TÉO, A.; PAVLIK, W.; TAFFAREL, G.V.; BELMONTE, C.O.; DÖRR, A.C. Caracterização do consumo de carne suína da população de Xanxerê, Santa Catarina, Brasil. **Revista do Centro de Ciências Naturais e Exatas – UFSM**, v.20, n. 1, p. 233-240, 2016.
- 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.
- NGAPO, T.M.; MARTIN, J.F.; DRANSFIELD, E. International preferences for pork appearance: I. Consumer choices. **Food Quality and Preference**, v.18, n.1, p. 26-36, 2007.
- OLIVEIRA, A.P.; SILVA, C.P.; SANTANA JÚNIOR, H.A.; SANTOS, M.S.; BRITO, J.M.; MENDES, F.B.L.; SANTANA, E.O.C. Principais aspectos considerados por consumidores na aquisição e consumo de carne suína em Colônia do Piauí-PI. **Arquivos de Ciências Veterinárias e Zoologia da UNIPAR**. v. 20, n. 2, p. 71-77, 2017.
- OLIVEIRA, A.V.B.; SILVA, R.A.; ARAÚJO, A.S.; BRANDÃO, P.A.; SILVA, F.B. Padrões microbiológicos da carne suína de corte –Referencial teórico. **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**, v.6, n.3, p. 01-16, 2011.
- ROCHA, P.; ROCHA, E.F.; ALVES, M.R.R.; FREITAS, I.R. Conservação de produtos refrigerados e congelados expostos para a venda em supermercados da cidade de Palmas-TO. **Journal of Bioenergy and Food Science**, v. 1, n. 2, p.27-31, 2014.
- SANTOS, E.L.; SILVA, J.C.; NASCIMENTO, R.N.; GARCIA, P.H.M.; SILVA, S.J.C.; LIMA, M.R.; AMORIM, J.M.O.; SAMPAIO, C.A. Perfil dos consumidores de carne suína e derivados em Satuba-Alagoas. **Revista Científica Rural**, v.21, n.1, p.142-157, 2019.

SILVA, I.A.; RODRIGUES, J.M.S.; BORGES, J.O. PERFIL DOS CONSUMIDORES DE CARNE SUÍNA COMERCIALIZADA NO MUNICÍPIO DE GRAJAÚ, ESTADO DO MARANHÃO, BRASIL. **Scientia Agraria Paranaensis**. v. 16, n. 3, p. 309-313, 2017.

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 Semi-Árido**. v.05, p.57-61, 2009.

SZÚCS, I., VIDA, V. Global tendencies in pork meat - production, trade and consumption. **Applied Studies in Agribusiness and Commerce – APSTRACT**. v.11, n. 3, 2017.

THOMS, E.; ROSSA, L.S.; STAHLKE, E.V.R.; FERRO, I.D.; MACEDO, R.E.F. Perfil de consumo e percepção da qualidade da carne suína por estudantes de nível médio da cidade de Irati, PR. **Revista Acadêmica: Ciência Animal**, v. 8, n. 4, p. 449-459, 2010.

USDA - United States Department of Agriculture. **Livestock and Poultry: World Markets and trades**. **Foreign Agricultural Service**. 2019. Disponível em:<
https://apps.fas.usda.gov/psdonline/circulars/livestock_poultry.pdf>. Acesso em 16 de set. 2019.