

Perfil do consumidor sobre a qualidade e o consumo da carne suína na Microrregião de São Luís de Montes Belos.

Joyce de Oliveira¹ (IC), Taisa Rocha Gomes da Silva² (PQ), Michelly Barbosa Falleiros¹ (IC), Warley Lemes Gonçalves¹ (IC), Jackson Rocklley Gomes da Silva¹ (IC), Marcos Eliézer da Rocha Gonçalves¹ (IC), Franciely de Paiva Azevedo¹ (IC).

¹Discentes Universidade Estadual de Goiás, São Luís de Montes Belos; ²Docente Universidade Estadual de Goiás, São Luís de Montes Belos.

Resumo: A carne suína possui hoje um ciclo mundial de referência em consumo, é um dos principais produtos de origem cárneo produzido atualmente. Além disto, é um dos produtos mais consumidos de nível mundial e se classifica em quarto lugar de carne mais consumida no Brasil. Com base nestas informações foi-se necessário fazer um levantamento sobre o conhecimento do cidadão referente ao consumo da carne suína e sobre as composições deste alimento, desmistificando os mitos existentes e promovendo um conhecimento ao cidadão sobre estes mitos relacionados a esta produção. Com base nas informações adquiridas, pôde-se observar que o consumo da carne suína é favoravelmente considerado pela população, no entanto, seu conhecimento sobre o mesmo deixa a desejar, o consumo in natura também revela a situação social da população relevando o seu interesse produtivo na produção agropecuária. Quanto a aquisição do produto, a população demonstrou-se seletiva, preferindo comprar o produto em locais limpos e com referência, as dúvidas mais frequentes foram em relação a forma de criação dos animais e a proveniência dos mesmos.

Palavras-chave: alimento, consumo, produção, questionário.

Introdução

Os consumidores se tornaram cada vez mais exigente, procurando por carnes com menores teores de gordura e seguras do ponto de vista sanitário. Isso fez com que as empresas se tornassem mais exigente com sua produção e com seu produto final. Os investimentos na cadeia suinícola demonstram o futuro promissor deste sendo observada uma grande articulação, entre os diferentes agentes que a compõem (MARÇAL, et al. 2016).

Em pesquisa sobre opinião de consumidores, detectou grande preocupação em relação à saúde, que vêm sendo mais atentos aos aspectos nutricionais da dieta, em busca de melhor qualidade de vida. Assim podemos perceber que, as dúvidas referentes ao consumo de carne suína, por parte dos brasileiros dizem respeito à

qualidade sanitária e nutricional do produto, bem como sua aparência e a higiene do local de compra (RAIMUNDO & ZEN, 2009).

Devido as variadas dúvidas e mitos sobre os sistemas de produção e a qualidade da carne suína, em diversos estados, realizou-se uma pesquisa nas cidades de São Luís de Montes Belos, Firminópolis, Turvânia, Córrego do Ouro e Sanclerlândia que compõem a microrregião de São Luís dos Montes Belos, GO, com o objetivo de avaliar o conhecimento prévio da população destas cidades sobre o consumo e a qualidade da carne suína, enfatizando os valores nutritivos e o avanço na produção suinícola o que permitirá futuramente a elaboração de campanhas de incentivo ao consumo da carne, desmistificando e agregando valores à produção de suínos através do maior conhecimento do valor nutritivo do mesmo, garantindo assim uma maior qualidade de vida à população.

Material e Métodos

Foram realizadas entrevistas (questionário), com moradores da zona urbana da microrregião de São Luís de Montes Belos São Luís de Montes Belos, localizado no estado de Goiás. Onde os entrevistados foram escolhidos aleatoriamente nos municípios, o período de aplicação foi de agosto de 2016 até abril de 2017.

No questionário sobre o perfil do consumidor da carne suína estão sendo realizadas perguntas referentes às condições sociais; lugares onde se alimentam; a carne mais consumida; se consomem carne suína; as principais formas de consumo; os principais cortes; se possuem conhecimento em relação à qualidade da carne; qual o principal receio em se consumir carne suína; o consumo de industrializados; os industrializados mais consumidos e os principais locais onde obtém esses produtos para o consumo. Foram aplicados 300 questionários na zona urbana, sendo 60 em cada cidade, considerando uma amostra significativa com 95% de confiabilidade.

Os questionários já respondidos foram separados por região, e os resultados obtidos foram expressos com em referencial da microrregião.

Resultados e Discussão

Dos entrevistados, 50% do sexo feminino e 50% do sexo masculino. As idades dos mesmos eram de 0,67% até 10 anos, 16,67% de 11 a 20 anos, 20,33% entre 21 a 30 anos, 18,67% possuíam 31 a 40 anos, 42,33% possuíam mais de 40 anos, 1,33% não quiseram relatar a idade. Em relação a escolaridade, 27,67% afirmaram possuir o ensino fundamental, 44% ensino médio, 13,33% superior completo, 11,33 o ensino superior incompleto, 1,67% com pós-graduação e 2% preferiram não responder. Quanto ao lugar onde se alimentavam 91,33% afirmaram se alimentar em casa, e 21% em restaurante, 1,67% não responderam.

Quanto ao consumo, a carne suína ficou em segundo lugar, por isto ao adquirir este produto, 63% afirmaram que consomem por causa do sabor e 10,7% pelo preço. Quando foi perguntado se consomem ou não a carne suína e qual o motivo de não consumirem, 92,67% afirmaram consumir o produto, e 7,33% não consomem.

Em relação a população que não consomem produtos de origem suinícola, 0,67% afirmaram ser vegetarianos, 3% por acreditarem ser uma carne gordurosa, 0,33% disseram ser uma carne carregada, 3,33% por questão de saúde e 1,67% outros motivos.

Foi perguntado se elas tinham conhecimento sobre a composição nutricional da carne suína e 35,7% das respostas foram afirmativas para a extração da gordura para o consumo. A maioria das pessoas não possuem um conhecimento sobre a composição nutricional deste alimento.

Foi perguntado sobre a frequência do consumo da carne suína e 19,03% responderam que consomem diariamente, 39,45% consomem duas vezes por semana, 14,53% consomem a cada 15 dias, 8,65% consomem uma vez ao mês e 14, 53% raramente consomem.

A maioria dos consumidores têm preferência pela carne suína frita, totalizando 59% das respostas, 15,3% preferem a carne suína assada, alegando que essa forma, todos os tipos de contaminação existentes são eliminados. Em relação a preferência do consumo da carne, 76,7% consomem no almoço, pois acreditam ser uma carne de difícil digestibilidade, 90,3% consomem in Natura, preferem adquirir o produto e prepara-la, com base nestas respostas 28,3% consomem sem preferência de corte, 28% in natura, 20% preferem a costela, 6,67% o pernil, 6% o filé, e 3% a picanha.

Ao adquirirem a carne suína 64,33% alegaram que a higiene do produto e do local de venda são importantes, 16,67% acreditam que a aparência é o fator fundamental, 5,67% dependem da origem do produto, 5,33% disseram que a marca é um fator fundamental e 8% não responderam.

Considerações Finais

Após a aplicação destes questionários podemos concluir que apesar da maioria da população consumir a carne suína, ainda existe um certo receio quanto a aquisição do produto, isto deve-se a falta de conhecimento da forma de criação e até mesmo do valor nutricional deste produto, problema este que poderia ser resolvido com mais programas de incentivos ao consumidor da carne suína, através de informações, degustações e até mesmo pratos diferentes da realidade da população que chamem a atenção do consumidor.

Referências

- MARÇAL, D. A. et. al. **Consumo da Carne Suína no Brasil: Aspectos Simbólicos como Determinantes dos Comportamentos**. 2016. Disponível em:<<http://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/rama/article/view/3743>>. Acesso em: 10 de agosto de 2017.
- RAIMUNDO, L. M.; ZEN, S: Aferição do perfil do consumidor de carne suína, **Carrefour/Jundiaí (SP)** (Benchmarking the consumer profile of swine meat, Carrefour/Jundiaí - SP), 2009.