

## Perfil do Consumidor de Carne Suína no Município de Uberlândia - MG

### Pork Consumer Profile in the Municipality of Uberlândia - MG

Ana Flávia Rosa Santos<sup>a</sup>; Elisa Norberto Ferreira Santos<sup>a</sup>; Fernanda Barbosa Borges Jardim<sup>a</sup>; Lucas Arantes Pereira<sup>a</sup>

<sup>a</sup>Instituto Federal do Triângulo Mineiro, Programa de Pós-Graduação em Ciência e Tecnologia de Alimentos. MG, Brasil.

\*E-mail: [elisa.santos@iftm.edu.br](mailto:elisa.santos@iftm.edu.br)

---

#### Resumo

A carne suína é a carne mais consumida mundialmente. No Brasil a realidade é diferente e essa proteína ocupa a terceira posição na preferência dos consumidores. Dessa forma, o objetivo do presente estudo foi analisar o perfil do consumidor de carne suína no município de Uberlândia-MG. Foi utilizado um questionário online, disponibilizado nas redes sociais, para avaliação das características sociodemográficas, consumo de carne e derivados suínos e do conhecimento acerca da qualidade e sanidade da carne suína. Foram obtidos 500 questionários e os dados analisados utilizando a estatística descritiva sob a forma de distribuição de frequência e o teste de Qui-quadrado. Os resultados indicaram que apesar de ser uma carne saborosa, os principais motivos para não consumir estão relacionadas às questões nutricionais e sanitárias. O corte suíno preferido foi a costela e a forma de consumo assada. A compra é feita preferencialmente em açougues. A maioria nunca viu propaganda de incentivo ao consumo dessa proteína. O consumo de carne suína foi associado a faixa etária, a escolaridade e a renda familiar mensal, onde o maior consumo ocorreu na faixa entre 30 e 49 anos, com no mínimo ensino médio completo e a renda acima de 5 mil reais, respectivamente. Dessa forma, investimentos em marketing, para a divulgação da evolução da suinocultura brasileira, com informações das qualidades nutricionais e sanitárias da carne, poderia esclarecer as dúvidas dos consumidores e desmistificar os mitos ainda existentes, para que o consumo dessa proteína possa ser aumentado.

**Palavras-chave:** Carne Suína. Mitos. Cisticercose. Desmistificação.

#### Abstract

*Pork is the most consumed meat worldwide. In Brazil, the reality is different and this protein ranks third in consumer preference. Thus, the aim of this study was to analyze the profile of pork consumers in the city of Uberlândia-MG. An online questionnaire, available on social networks, was used to assess sociodemographic characteristics, consumption of pork meat and derivatives and knowledge about the quality and health of pork meat. 500 questionnaires were obtained and the data analyzed using descriptive statistics in the form of frequency distribution and the chi-square test. The results indicated that despite being a tasty meat, the main reasons for not consuming it are related to nutritional and health issues. The preferred pork cut was the rib and the roasted form of consumption. The purchase is made preferably in butchers. Most have never seen advertisements encouraging the consumption of this protein. Pork consumption was associated with age group, schooling and monthly family income, where the highest consumption occurred in the age group between 30 and 49 years old, with at least high school education and income above 5 thousand reais, respectively. In this way, investments in marketing, for the dissemination of the evolution of Brazilian pig farming, with information on the nutritional and sanitary qualities of the meat, could clarify the doubts of consumers and demystify the myths that still exist, so that the consumption of this protein can be increased.*

**Keywords:** Pork. Myths. Cysticercosis. Demystification.

---

#### 1 Introdução

A carne teve grande simbolismo ao longo da história do desenvolvimento alimentar humano e a carne suína é uma das mais antigas, pelo fato do suíno ter sido facilmente adaptável, possuir porte e rusticidade, o que facilitou ser domesticado (Kratz *et al.*, 2020).

A carne suína é a mais consumida no mundo, apesar de ter sido superada pela carne de frango em 2020, devido à crise da Peste Suína Africana na Ásia e outros países em 2018/2019, em 2021 ela se recuperou e voltou ao topo do consumo. A China foi a maior produtora, consumidora e importadora dessa proteína em 2021 (USDA, 2022; ABPA, 2022).

A suinocultura brasileira, destaca-se no mercado mundial,

por ser o quarto maior produtor e exportador de carne suína e possuir um controle efetivo de qualidade e sanidade dos animais (ABPA, 2021). Os investimentos em melhoramento genético, nutricional e higiênico-sanitário das granjas, são cada vez mais altos e as carnes produzidas mais saudáveis e atraentes para o mercado interno e externo (Santos *et al.*, 2019).

Essa proteína também ocupa a terceira posição na preferência dos consumidores brasileiros, perdendo para as carnes bovina e de frango (Dueli *et al.*, 2018; Rosanova *et al.*, 2021; Souza *et al.*, 2021). Apesar da grande capacidade de produção de suínos, o consumo brasileiro dessa proteína é muito menor que o consumo dos demais países, mesmo a atividade

suinícola nacional estar em contínuos avanços (Marçal *et al.*, 2016). Segundo Teixeira *et al.* (2020), a suinocultura vem contribuindo com o aumento das exportações e com a geração de novos postos de trabalho, tornando a atividade suinícola mais vantajosa.

No passado, a carne suína era considerada muito gordurosa e com potencial para causar problemas de saúde. Porém, esses mitos já foram desmistificados com o melhoramento de toda a cadeia produtiva (Souza *et al.*, 2016; Teixeira *et al.*, 2020). Segundo Silveira *et al.* (2016), mesmo essa carne sendo saborosa e com preços adequados, os entrevistados não têm um consumo elevado devido aos mitos e preconceitos ainda existentes, tais como: não ter condições de higiene e de sanidade ao longo da cadeia produtiva e por apresentar elevados teores de gordura e colesterol.

Apesar da produção de uma carne mais saudável, ainda persistem muitos mitos e preconceitos em relação ao seu consumo, principalmente por ser considerada uma carne *com muito colesterol e insegura para a saúde dos consumidores* (Anjos; Gois; Pereira, 2018).

Para atender as novas exigências do mercado, principalmente, quanto a dietas mais saudáveis, a carne suína hoje pode ser considerada uma proteína saudável e segura para os consumidores. Ela é um dos alimentos mais completos de proteínas e contém todos os nove aminoácidos essenciais úteis ao desenvolvimento do corpo humano. Também é uma ótima fonte de vitaminas do complexo B e minerais (Soller, 2020).

O consumo suíno brasileiro ainda é baixo devido aos preconceitos relacionados aos problemas sanitários e nutricionais (Oliveira *et al.*, 2017). Isso decorre também por não haver divulgação sobre os benefícios nutricionais e os modernos sistemas de criação e manejo dos suínos (Souza *et al.*, 2016).

Para Oliveira *et al.* (2017), os consumidores preocupam em comprar alimentos com qualidade e segurança e no caso da carne suína, são necessárias campanhas informativas para acabar com os mitos e preconceitos sobre seu consumo e assim, as novas gerações possam consumi-la mais. Os novos consumidores estão interessados não somente na carne, mas também nas condições higiênico-sanitárias e bem-estar que os animais são criados ao longo de toda a cadeia de produção.

As indústrias existem para atender as necessidades dos consumidores e elas só conquistam essa satisfação quando entendem as pessoas ou as empresas que usufruirão dos produtos vendidos por ela (Solomon, 2016). Por isso, as pesquisas mercadológicas são fundamentais para entender o comportamento dos clientes, objetivando definir preferências por algum tipo de produto. As respostas dessas pesquisas, analisadas de forma coerente, podem elaborar estratégias assertivas para aumentar a venda e o consumo de produtos específicos (Souza *et al.*, 2021).

Devido à grande importância da carne na alimentação humana, é fundamental conhecer o perfil do consumidor

para compreender seu comportamento na decisão de compra (Moreira *et al.*, 2017) e assim, tentar entender os motivos dele optar por certo tipo de alimento no momento da compra (Pessoa *et al.*, 2020).

Diante do exposto, o trabalho teve como objetivo caracterizar o perfil do consumidor de carne suína no município de Uberlândia-Mg, identificando o tipo de carne mais consumida na cidade, os principais motivos para consumir ou não na carne suína, a frequência de consumo da carne *in natura*, o local de compra, os cortes e a forma de preparo preferidos, se existe preocupação com a procedência da carne adquirida, o conhecimento sobre saudabilidade, sanidade e aspectos relacionados a cisticercose e a visualização de propaganda de incentivo ao consumo da carne suína.

## 2 Material e Métodos

A pesquisa foi previamente submetida ao Comitê de Ética da Universidade Federal do Triângulo Mineiro e aprovada conforme parecer número 4.982.105, emitido em 17 de setembro de 2021.

### 2.1 População de estudo

O trabalho foi realizado na cidade de Uberlândia, localizada na Mesorregião do Triângulo Mineiro/Alto Paranaíba, no Estado de Minas Gerais e região Sudeste do Brasil (Uberlândia, 2020). A cidade possui uma área territorial de 4.115,206 km<sup>2</sup> e uma população estimada para 2021 de 706.597 habitantes (IBGE, 2021). Os bairros da cidade são divididos em 5 regiões: Central, Leste, Oeste, Norte e Sul (Uberlândia, 2020).

Os consumidores de carne da cidade de Uberlândia-MG, participaram da pesquisa no período de setembro de 2021 a janeiro de 2022.

### 2.2 Amostra

Para definir o tamanho da amostra, foi estabelecido um nível de confiança de 95% e utilizada a fórmula descrita por Barbetta (2008): . Onde:  $n$  é o número de indivíduos da amostra,  $N$  é o tamanho da população,  $e$  é a primeira aproximação do tamanho da amostra e  $E^2$  é o erro amostral tolerável.

Participaram da pesquisa, 500 consumidores, moradores de Uberlândia, adultos (idade superior a 18 anos), de ambos os sexos, alfabetizados e que consumiam qualquer tipo de carne.

### 2.3 Questionário

O questionário foi elaborado a partir da plataforma Google Forms e disponibilizado como link nas redes sociais, onde as pessoas puderam responder e enviar em tempo real, necessitando apenas que estivessem conectadas à internet.

O questionário foi composto por vinte e sete perguntas divididas em oito seções. As três primeiras seções com perguntas fechadas sobre o aceite do convite e do Termo

de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE); a quarta seção, uma pergunta aberta para registro do e-mail; a quinta seção, identificar se o respondente era consumidor de carne ou não (nessa etapa, caso fosse uma resposta negativa, a pesquisa era encerrada). As demais seções, com as vinte quatro perguntas restantes, eram para registro do bairro que o respondente residia e questões de múltipla escolha abordando os seguintes pontos: informações socioeconômicas (sexo, faixa etária, escolaridade e renda familiar), tipo de carne mais consumida, principais motivos de consumir ou não na carne suína, frequência de consumo da carne *in natura*, local mais frequente de compra, preocupação com a procedência da carne, cortes suínos e forma de preparo preferidos, se já viu propaganda de incentivo ao seu consumo, conhecimento sobre saudabilidade e sanidade da carne, conhecimento sobre aspectos relacionados a cisticercose e o consumo e frequência de consumo dos industrializados suínos.

## 2.4 Análise dos dados

Para a análise dos resultados foi adotada a estatística descritiva sob a forma de distribuição de frequência e apresentados em formato de gráficos e tabelas, com a utilização do aplicativo Microsoft Office Excel versão 2019.

Aplicou-se o teste de hipótese Qui-Quadrado para a verificação da existência de associação entre a variável resposta, “Você consome carne suína” e as variáveis explicativas, “Sexo”, “Faixa etária”, “Escolaridade” e “Renda familiar”. O princípio básico deste teste é comparar proporções, ou seja, possíveis divergências entre as frequências observadas e esperadas para um certo evento. A afirmação de que frequências observadas são iguais às frequências esperadas representam a hipótese nula ( $H_0$ ). Ela indica que não há associação entre a variável resposta e a variável explicativa, em outras palavras, elas são independentes. A rejeição de  $H_0$  envolve a aceitação de uma hipótese alternativa ( $H_1$ ), indicando o oposto. Há dependência entre a variável resposta e a variável explicativa. Na construção da tabela de contingência, a variável resposta encontra-se na coluna e a explicativa, na linha. No teste de hipóteses, inconsistências são denominadas erros. O erro do Tipo I ( $\alpha$ ), equivale a rejeitar uma hipótese nula verdadeira, enquanto o erro Tipo II ( $\beta$ ) ocorre quando se aceita uma hipótese nula falsa. No estudo utilizou-se  $\alpha$  igual a 5%, por se tratar de um estudo observacional na população (Levene, 1960). Os dados foram analisados pelo pacote estatístico Action Stat - Versão 3.5.152.34.

## 3 Resultados e Discussão

Foram obtidas 500 respostas, das quais 59,8% eram do sexo feminino e 40,2% do sexo masculino. A maior parte dos respondentes tinha idade entre 30 e 49 anos (46,4%). Quanto ao nível de escolaridade, 27,8% possuíam pós-graduação e 24,8% nível médio completo. A maioria tinha renda familiar mensal acima de R\$ 5.000,00 (28,4%) ou entre R\$ 1.001,00 e

R\$ 2.000,00 (24,6%) (Quadro 1).

**Quadro 1-** Características sociodemográficas da pesquisa

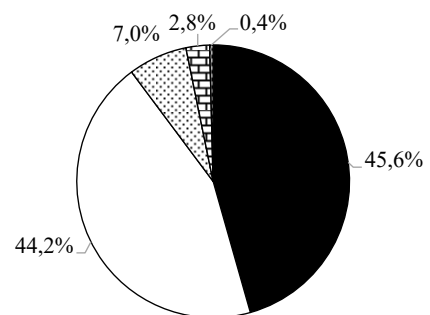
Variável	Categorias	%
Faixa Etária	18 a 29 anos	18,8
	30 a 39 anos	25,2
	40 a 49 anos	21,2
	50 a 59 anos	18,2
	Acima de 60 anos	16,6
Escolaridade	Ensino Fundamental Incompleto	2,2
	Ensino Fundamental Completo	6,8
	Ensino Médio Incompleto	9,8
	Ensino Médio Completo	24,8
	Ensino Superior Incompleto	12,2
Renda Familiar	entre R\$ 1.001,00 e R\$ 2.000,00	24,6
	entre R\$ 2.001,00 e R\$ 3.000,00	22,6
	entre R\$ 3.001,00 e R\$ 4.000,00	11,2
	entre R\$ 4.001,00 e R\$ 5.000,00	8,4
	Acima de R\$ 5.000,00	28,4

Fonte: dados da pesquisa.

De acordo com os dados levantados, as respostas estavam distribuídas pelas seguintes regiões da cidade de Uberlândia: Sul (23,8%), Oeste (22,8%), Central (18,6%), Leste (17,8%) e Norte (17,0%).

Os consumidores de carne da cidade de Uberlândia apresentaram preferência pelo consumo de carne de frango (45,6%) e bovina (44,2%). A carne suína ficou em terceiro lugar (7,0%) (Figura 1). Resultados semelhantes foram encontrados por Souza *et al.* (2021), Rosanova *et al.* (2021), Sousa, Roque-Specht e Gomes (2020), Dueli *et al.* (2018), Fanalli (2018) e Albuquerque *et al.* (2017), onde a carne suína também ficou atrás das carnes de frango e bovina, na preferência dos entrevistados.

**Figura 1 -** Preferência por tipo de carne



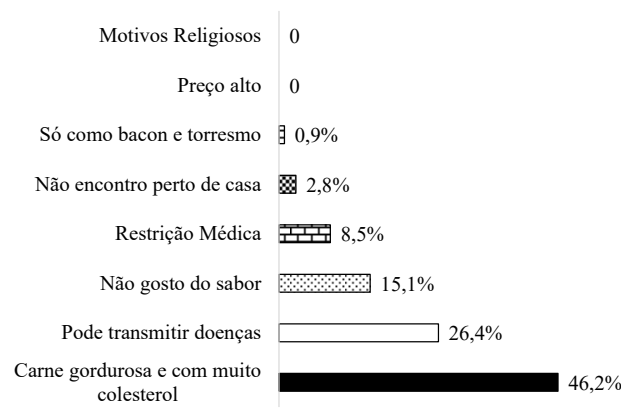
■ Frango □ Bovina ▣ Suína ▤ Peixe ▥ Todas  
Fonte: dados da pesquisa.

Para Oliveira *et al.* (2017), a falta de conhecimento da população, em grande parte do Brasil, é um entrave para o aumento do consumo da carne suína. Preconceitos provocam efeitos negativos na população, fazendo acreditar que essa proteína animal não possui qualidade nutricional e sanitária.

Em relação ao consumo de carne suína, 85,4% afirmaram consumi-la e apenas 14,6% não a consomem. Esses resultados seguem a tendência observada em outras pesquisas (Albuquerque et al., 2020; Dueli et al., 2018; Oliveira et al., 2017), também observaram que a maioria dos entrevistados consomem essa proteína, 61,5%, 92,4% e 95,5%, respectivamente.

Para a pequena parcela não consumidora da proteína suína (14,6%), os principais motivos foram: carne gordurosa e com muito colesterol, pode transmitir doenças, não gosta do sabor, restrição médica e não encontra perto de casa. A opção preço alto e motivos religiosos não foi escolhida por nenhum participante (Figura 2).

**Figura 2** - Principais motivos de não consumir carne suína *in natura*



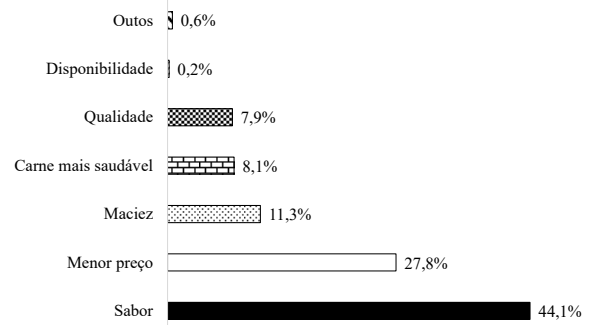
Fonte: dados da pesquisa.

Pessoa *et al.* (2020), encontraram resultados semelhantes na pesquisa realizada no município de Olhos d'Água/PB, onde 51% dos entrevistados não consumiam carne suína por ela ser "gordurosa", 29% por questões sanitárias e 13% por não gostarem do sabor. Corroborando com esses resultados Albuquerque *et al.* (2020), também encontraram as opções: não apreciavam, medo de verminoses e alto teor de gordura e colesterol, como os principais motivos de não consumirem essa proteína. Segundo Oliveira *et al.* (2017), a pequena parcela dos entrevistados que não consumiam essa carne, justificou-se por fazer mal à saúde, devido ao excesso de gordura. Para Silva, Rodrigues e Borges (2017), a grande parcela dos entrevistados (52%) não consumia carne suína por medo de contrair doenças e outros 25% por desconhecer a procedência do suíno.

Resultados diferentes foram encontrados na pesquisa realizada por Dueli *et al.* (2018), com acadêmicos do ensino superior de Viçosa/MG, onde o principal motivo de não consumir carne suína, foi por não gostar do sabor. Entretanto, a maioria deles (54%) acreditava que essa carne aumenta a colesterol.

Por outro lado, para os consumidores de carne suína, sabor, menor preço, maciez, carne mais saudável e qualidade da carne foram as principais razões para o seu consumo (Figura 3).

**Figura 3** - Principais motivos de consumir carne suína *in natura*



Fonte: dados da pesquisa.

Na pesquisa realizada por Pereira e Coelho (2018), o sabor também foi o principal fator motivador do consumo dessa carne (55%). As pesquisas realizadas por Rosanova *et al.* (2021), Tamanini *et al.* (2020) e Silva, Rodrigues e Borges (2017), também apontaram o sabor como motivo fundamental para o consumo dessa proteína. Além de fornecer muitos nutrientes para a saúde humana, a carne suína também é considerada saborosa.

Quanto a frequência de consumo da carne suína, a maior parte consome de uma a duas vezes por semana (39,6%), algumas vezes por mês (33,2%), uma vez por mês (10,8%), raramente (10,8%) e uma pequena parcela consome diariamente (2,3%) (Quadro 2).

**Quadro 2** - Frequência de consumo de carne suína *in natura*

Frequência	%
1 - 2 vezes por semana	39,6
Algumas vezes por mês	33,2
1 vez por mês	10,8
Raramente	10,8
Em datas comemorativas	3,3
Diariamente	2,3

Fonte: dados da pesquisa.

Rosanova *et al.* (2021), verificaram que 8% dos entrevistados consumiam diariamente a carne suína e 45% quinzenalmente. Resultados que indicaram um baixo consumo diário também foram encontrados por Kratz *et al.* (2020), Dueli *et al.* (2018), Oliveira *et al.* (2017) e Silva, Rodrigues e Borges (2017), com valores de 1,16%, 4,8%, 2,1% e 8%, respectivamente. Nos estudos realizados em Dom Pedrito/RS, Cambé e Londrina/PR e Currais Novos/RN, nenhum consumidor respondeu ter um consumo diário dessa carne (Carvalho *et al.*, 2017; Pereira; Coelho, 2018; Vargas *et al.*, 2018).

Percebeu-se pelos índices, a existência de um baixo consumo diário da carne suína em relação ao consumo de outras carnes. Segundo Santos *et al.* (2017), 26% dos entrevistados consumiam carne bovina diariamente, 14% frango e apenas 2% a carne suína. Na região do Alto Pantanal Sul-mato-grossense também foi observado um alto consumo diário de carne bovina, 60% dos entrevistados (Nascimento *et al.*, 2018).

Na maior parte das pesquisas realizadas no país, as maiores frequências de consumo suíno foram: mensal, quinzenal ou esporadicamente/datas comemorativas (Nunes *et al.*, 2022; Pessoa *et al.*, 2020; Rosanova *et al.*, 2021; Vargas *et al.*, 2018). No geral observou-se que, mesmo tendo um consumo menos frequente, a carne suína começa a fazer parte da mesa do brasileiro. Mais investimentos em campanhas informativas poderiam mudar essa realidade.

Quando perguntados se a carne suína é saudável, 66,7% dos consumidores acreditaram ser saudável e apenas 14,5% não a considerou saudável. Os que não sabiam responder, somaram 18,7%. Em relação a transmissão de doença, 44,8% acreditam que a carne suína pode transmitir doença, 44,6% acham que não transmite e 10,6% não sabiam responder (Quadro 3).

**Quadro 3** - Percepção do consumidor sobre a carne suína.

Você acha que a carne suína <i>in natura</i> é saudável?	%	Você acha que a carne suína transmite doença?	%
Sim	66,7	Sim	44,8
Não	14,5	Não	44,6
Não sei responder	18,7	Não sei responder	10,6

Fonte: dados da pesquisa.

Resultados diferentes das pesquisas realizadas em algumas regiões do Brasil: Santos *et al.* (2019), 65,47% dos entrevistados afirmaram que a carne suína é “carregada”, ou seja, não é saudável. Conforme estudo de Dueli *et al.* (2018), 54% dos estudantes entrevistados julgaram que a carne suína aumenta o colesterol e para Oliveira *et al.* (2017), 55,8% dos consumidores tiveram preocupação com o teor de colesterol dessa carne.

Segundo Pessoa *et al.* (2020), a maioria dos consumidores (53%) afirmou que o consumo de carne suína não traz benefícios a saúde e 47% acreditam na existência de benefícios no seu consumo. Mostrando que a desinformação pode afetar o consumo de certos alimentos. Santos *et al.* (2019), observaram que entre os entrevistados da cidade de Satuba-Al, 37,67% tinham dúvida em relação a carne suína afetar ou não a saúde e 10,31% tinham dúvidas relacionadas com sua qualidade e sanidade.

De acordo com Nascimento *et al.* (2018), 8% dos consumidores acreditaram que o alto teor de gordura presente nessa carne pode ser prejudicial à saúde e 10% não confiam nessa proteína por acharem que pode transmitir doenças.

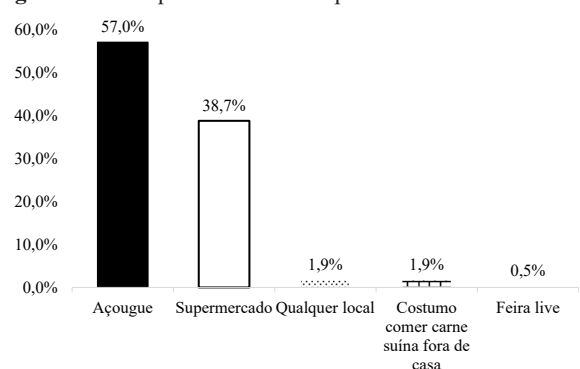
Em relação a transmissão de doenças, Oliveira *et al.* (2017), apontaram que 74% dos entrevistados responderam que a carne suína transmite doenças. Quando se relaciona a transmissão de doença, especialmente a cisticercose, a maior parte dos entrevistados acreditavam que o suíno é o transmissor dessa enfermidade. Entretanto, sabe-se que cisticercose é causada por alimentos ou água contaminada com fezes de pessoas portadoras de *Taenia solium* (Dueli *et al.*, 2018).

Apesar desses resultados negativos relacionados a carne suína não ser saudável, vários estudos comprovam que sua produção atual já é baseada em melhoramento genético e sanitário, o que a torna uma carne tão saudável quanto as carnes bovina e de frango. Porém, para um aumento de consumo, seria necessário que essas novas informações chegassem a todos os consumidores. Confirmando a importância da divulgação de informações corretas Tamanini *et al.* (2020), mostraram que 60,3% dos consumidores aumentariam o consumo de carne suína em benefício a sua saúde, caso fosse recomendado por um médico.

Em relação ao local de compra, a maioria dos consumidores prefere comprar em açougues (57%) (Figura 4). Albuquerque *et al.* (2020) e Silva, Rodrigues e Borges (2017), também observaram que o local de compra preferido pelos consumidores foi o açougue, com 55,28% e 49,5%, respectivamente. Resultados diferentes foram encontrados por Rosanova *et al.* (2021), Santos *et al.* (2019) e Vargas *et al.* (2018), que encontraram o supermercado como local preferido para efetuar a compra dessa proteína.

Observou-se que na maioria das pesquisas o açougue ou supermercado foram os locais mais indicados para comprar a carne. Segundo Nunes *et al.* (2022), os consumidores tinham preferência por esses dois locais devido a segurança, limpeza e higiene deles.

**Figura 4** - Principais locais de compra da carne suína



Fonte: dados da pesquisa.

Foi observado que existe uma preocupação com a procedência da carne que está sendo adquirida, pois 89,7% das respostas foram afirmativas e sempre compraram carnes inspecionadas (Quadro 4). Resultados diferentes e preocupantes foram encontrados por Rosanova *et al.* (2021) e Nascimento *et al.* (2018), quando apenas 14,5 % e 40%, respectivamente, afirmaram exigir carnes inspecionadas no momento da compra. Ainda segundo Santos *et al.* (2019), somente 21,52% conhecem a origem da carne consumida.

**Quadro 4** - Você se preocupa com a procedência da carne suína?

Resposta	%
Sim, sempre compro carnes inspecionadas	89,7
Não me preocupo com a procedência da carne	10,3

Fonte: dados da pesquisa

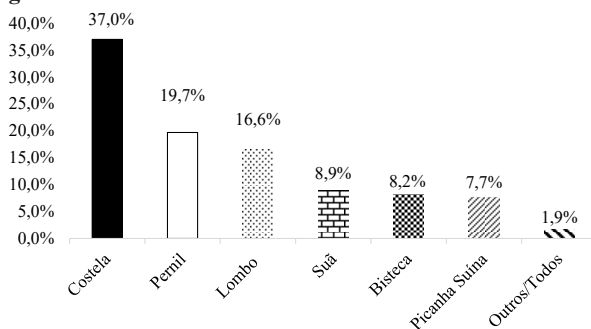
Segundo Rosanova *et al.* (2021), 78,00% dos consumidores não verificavam o selo de inspeção nas carnes que estão sendo adquiridas e apenas 7,50% tinham conhecimento sobre o selo de Inspeção Federal. Para Magalhães *et al.* (2021), a maioria dos consumidores (60,4%) também não procuram saber a origem das carnes adquiridas, não sabem ou nunca se interessaram em saber se o produto é inspecionado ou não. Enquanto, uma pequena parcela (39,6%) procurava saber a origem desses alimentos.

A inspeção sanitária dos alimentos e ao longo da cadeia de produção é importante para garantir uma carne segura ao consumidor final (Medeiros, 2020). O produto clandestino não é regido por leis sanitárias, tendo, portanto, uma grande chance de transmitir doenças. A carne com selo de inspeção (Federal, Estadual ou Municipal) indica ao consumidor brasileiro que o alimento tem origem conhecida e a forma de obtê-lo, foi seguindo normas e padrões estabelecidos pelos órgãos responsáveis (Groot, 2021).

Na pesquisa realizada na cidade de Juiz de Fora/Mg, 42,9% dos consumidores não sabiam o que é carne inspecionada. A divulgação de informações sobre os selos de inspeção da carne suína, poderia esclarecer os consumidores sobre uma maior garantia dos alimentos e assim, eles teriam mais confiança em aumentar seu consumo, já que muitos consumidores persistem no conceito errôneo de que a carne suína faz mal para a saúde. (Souza, 2021).

Dentre os cortes suínos, os consumidores de Uberlândia têm preferência pela costela (37,0%), seguida do pernil (19,7%) e do lombo (16,6%) (Figura 5). Corroborando com esses resultados, Nunes *et al.* (2022), Albuquerque *et al.* (2020) e Pessoa *et al.* (2020) também encontraram em seus estudos, a costela como corte preferido.

**Figura 5** – Preferência dos cortes suínos



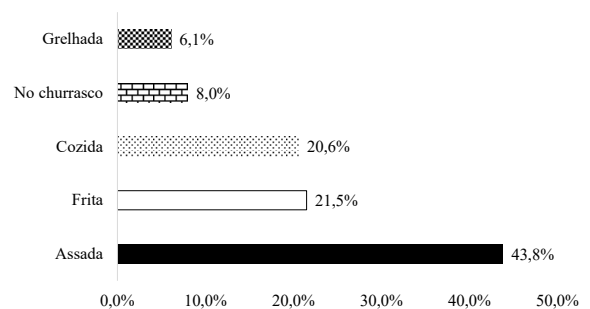
Fonte: dados da pesquisa.

A costela, o pernil, o lombo e a bisteca apareceram como os cortes preferidos pelos consumidores em estudos realizados em diferentes regiões do Brasil (Souza *et al.*, 2021; Teixeira *et al.*, 2020; Vargas *et al.*, 2018). A escolha de um corte específico está relacionada a fatores inerentes a pessoa, como paladar, variedades das receitas e costumes culturais. Além do mais, as campanhas de marketing nos locais de venda induzem o cliente a escolher por determinados cortes (Souza *et al.*, 2021).

A Figura 6 mostra as formas de consumo preferidas: assada (43,8%), frita (21,5%), cozida (20,6%), no churrasco (8,0%) e grelhada (6,1%). As mesmas preferências foram encontradas por Santos *et al.* (2019). Já Oliveira *et al.* (2017), apontaram a carne frita como a preferida pelos entrevistados.

A disponibilidade de cortes mais práticos e rápidos para o preparo das refeições são opções para um maior e mais frequente consumo da carne suína, já que alguns aspectos do cotidiano moderno, como a menor disponibilidade de tempo e a aumento da atuação das mulheres no mercado de trabalho, colaboraram com as alterações no modo de preparo da carne consumida (Nascimento *et al.*, 2018).

**Figura 6** – Forma de consumo preferida pelos consumidores.



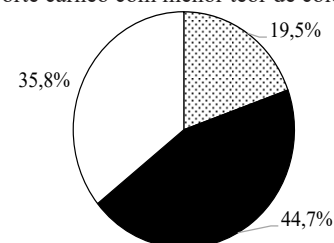
Fonte: dados da pesquisa.

Em relação as propagandas de incentivo ao consumo de carne suína, 84,1% dos consumidores nunca viram esse tipo de propaganda e apenas 15,9% já viram. Corroborando com esses resultados, Tamanini *et al.* (2020) e Oliveira *et al.* (2017), também citam que grande parte dos entrevistados, 82,1% e 86%, respectivamente, disseram nunca ter visto qualquer propaganda de estímulo ao consumo dessa proteína.

Divulgação de informações verdadeiras sobre a carne suína poderia impulsionar seu consumo pois, segundo Dueli *et al.* (2018), 80% dos entrevistados não sabiam sobre os benefícios que essa carne pode trazer para a saúde dos consumidores.

Quando questionados sobre qual corte cárneo teria menor teor de colesterol, 44,7% acreditavam que a coxa e sobrecoxa de frango seria esse corte. Seguido do pernil suíno (35,8%) e alcatra bovina (19,5%) (Figura 7). Segundo Marçal *et al.* (2016), não existem diferenças significativas em relação a composição centesimal de colesterol desses três tipos de cortes.

**Figura 7** - Corte cárneo com menor teor de colesterol



Fonte: dados da pesquisa.

No estudo de Oliveira *et al.* (2017), em Colônia do Piauí/Pi, 84% dos entrevistados responderam que o peito de frango era a carne com menor quantidade de colesterol, seguida da alcatra bovina (8%) e filé mignon bovino (8%). Apesar do lombo suíno ser uma das alternativas de resposta, nenhum consumidor marcou essa opção. Resultados que podem estar relacionados a falta de informações verdadeiras sobre os teores de gordura e colesterol da carne suína que já podem ser considerados iguais ou menores aos teores de cortes de outras espécies.

Resultados diferentes da pesquisa de Vargas *et al.* (2018), onde 60% dos consumidores disseram saber que o lombo suíno apresenta teor de gordura menor que a coxa de frango e a alcatra bovina.

Em relação as questões sanitárias, 35,9% afirmaram ter conhecimento sobre cisticercose, 41,5% desconhecem a doença e 22,5% não sabiam responder. Foi questionado também o que podia transmitir essa doença e 40,5% acreditavam que o suíno é o responsável por transmiti-la ao homem, 33,1% responderam ser a água e alimentos contaminados e 22,1% que qualquer animal pode transmitir a cisticercose (Quadro 5).

**Quadro 5** - Questões relacionadas a cisticercose

Você tem conhecimento sobre cisticercose?	%	Em relação a cisticercose, o que pode transmitir essa doença?	%
Sim	35,9	Aves	1,3
Não	41,5	Bovino	3,1
Não sei responder	22,5	Suíno	40,5
		Qualquer animal	22,1
		Alimentos e Água contaminados	33,1

Fonte: dados da pesquisa.

No estudo de Dueli *et al.* (2018), 63,2% dos entrevistados sabiam o que é cisticercose e 36,8% não. Segundo Silveira *et al.* (2016), 72,6% dos estudantes de medicina veterinária que participaram da pesquisa afirmaram conhecer sobre essa doença. Desses, 70% disseram que o suíno podia transmitir cisticercose para o homem. Evidenciando que ainda há uma desinformação sobre a transmissão da cisticercose até mesmo entre estudantes da área da saúde.

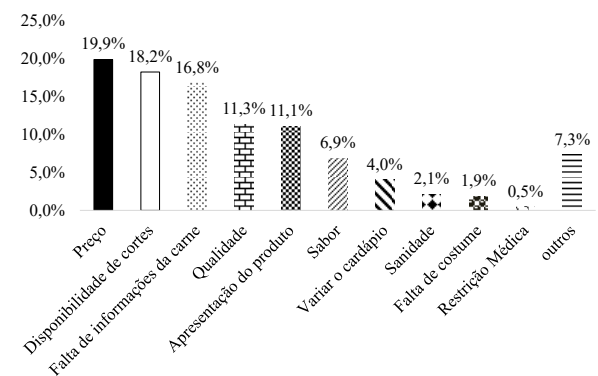
Comprovando mais uma vez a desinformação sobre as qualidades sanitárias da carne suína, na pesquisa realizada também com estudantes da área da saúde de Joinville/SC, 73,2% deles afirmaram que o consumo de carne suína está ligado a cisticercose (Tamanini *et al.*, 2020).

A transmissão da cisticercose é um dos principais mitos envolvendo a carne suína, pois a criação dos animais antigamente era muito diferente da atual suinocultura, com uma atividade altamente tecnicizada, onde os animais vivem em granjas limpas, bebendo água de qualidade e recebendo somente ração balanceada. A evolução do saneamento básico das cidades também contribuiu para a diminuição dos portadores de teníase. Assim, há ocorrência de transmissão

dessa doença é praticamente nula (Suinocultura Industrial, 2016).

Para os consumidores de Uberlândia, os principais motivos que impedia o aumento do consumo de carne suína foram: preço (19,9%), disponibilidade de cortes (18,2%) e a falta de informações da carne (16,8%) (Figura 8). Para Santos *et al.* (2019), os principais entraves para o aumento do consumo foram a falta de informações da carne (31,84%) e o preço (20,18%).

**Figura 8** - O que mais impede o aumento do consumo de carne suína



Fonte: dados da pesquisa.

O esclarecimento sobre as condições de criação dos suínos e a obtenção/manipulação da carne e dos cortes, poderia dar uma impulsionada no consumo dessa proteína porque melhoraria a imagem sanitária dessa carne.

Em relação ao consumo de carne suína industrializada (linguiça, salsicha, presunto, apresuntado, bacon, outros), 95,3% consumiam industrializados e apenas 4,7% não consumiam. Resultados semelhantes foram encontrados por Pessoa *et al.* (2020), Dueli *et al.* (2018) e Vargas *et al.* (2018), onde a grande parte dos entrevistados consumia esse tipo de produto, 100%, 93,6% e 88%, respectivamente.

Esse elevado consumo de produtos industrializados em detrimento a carne suína *in natura*, pode estar relacionado a baixa disponibilidade de cortes, em relação a grande variedade dos derivados suínos que apresentam facilidade de preparo, conservação e preços mais acessíveis (Souza, 2021).

Sobre a frequência de consumo de carne suína industrializada, verificou-se que a maior incidência se deu nos consumos de uma a três vezes por semana (50,6%) e uma vez por mês (20,5%) (Quadro 6). No trabalho de Souza *et al.* (2021), a frequência de maior consumo foi de duas a três vezes por semana.

**Quadro 6** – Questões relacionadas ao consumo de carne suína industrializada

Você consome carne suína industrializada?	%	Com qual frequência você consome carne suína industrializada?	%
Sim	95,3	1 a 3 vezes por semana	50,6

Não	4,7	1 vez por mês	20,5
		Raramente 4 – 6 vezes por semana Diariamente	17,9 7,9 3,1

Fonte: dados da pesquisa.

Ao associar o consumo de carne suína com o sexo dos respondentes, através do teste de Qui-Quadrado, não foi encontrada associação entre essas variáveis ( $p \geq 0,05$ ), ou seja, o consumo de carne suína independe do sexo. Lunkes *et al.* (2018), também não encontraram significância entre o consumo de carne suína e a gênero dos entrevistados. Resultados diferentes dos observados por Dueli *et al.* (2018), que tinham no sexo feminino um consumo mais frequente.

Foi encontrada associação entre o consumo de carne suína e a faixa etária ( $p < 0,05$ ). Observou-se que o maior consumo de carne suína se deu entre as faixas de 30 a 49 anos (49,41%). Resultados diferentes dos encontrados por Teixeira (2021), quando o consumo foi alto em todas as faixas etárias analisadas e por Lunkes *et al.* (2018), no qual a idade não está relacionada ao consumo dessa proteína.

A associação entre o consumo de carne suína e a escolaridade foi significativa ( $p < 0,05$ ), com a maioria dos respondentes (84,54%) possuindo no mínimo ensino médio completo. Resultados diferentes dos encontrados por Lunkes *et al.* (2018), que não encontraram significância entre o consumo de carne suína e a escolaridade dos entrevistados.

Associando o consumo de carne suína com a renda familiar mensal, foi encontrada uma associação entre essas variáveis ( $p < 0,05$ ). A renda acima de R\$ 5.000,00 foi a faixa de maior consumo dessa proteína. Resultados diferentes dos encontrados por Teixeira (2021), quando o consumo foi alto em todas as rendas analisadas e por Lunkes *et al.* (2018), onde a faixa salarial não está relacionada ao consumo dessa proteína.

#### 4 Conclusão

O consumidor de carne suína da cidade de Uberlândia, a consome de uma a duas vezes por semana, tem como corte preferido a costela suína assada e como principal local de compra açougue.

O consumo de carne suína ainda se mostra limitado graças a crenças de que o suíno é o transmissor da cisticercose ao homem. Neste sentido, a indústria de carne suína deve desenvolver estratégias de informação e esclarecimento aos consumidores. Investimentos em ações de marketing, com mais campanhas nas mídias sociais, televisão e pontos de venda, tornam-se necessárias para que informações reais sobre a qualidade e sanidade da carne suína e os benefícios à saúde, possam aumentar a confiança dos consumidores nessa proteína e assim, estimular o aumento do seu consumo.

#### Referências

- ABPA - Associação Brasileira de Proteína Animal. Relatório Anual 2021. São Paulo: ABPA, 2021.
- ABPA - Associação Brasileira de Proteína Animal. Relatório Anual 2022. São Paulo: ABPA, 2022.
- ALBUQUERQUE, I.R.R. *et al.* Pesquisa de mercado: Hábitos de compra e consumo de carne em Senhor do Bonfim - Bahia. *Nutr. Rev. Eletr.*, v.14, n.2, p.5024-5029, 2017.
- ALBUQUERQUE, G.D.P. *et al.* Consumer market for pork and meat products in Capanema, Pará. *Braz. J. Develop.*, v.6, n.5, p.31683-31694, 2020. doi:10.34117/bjdv6n5-574
- ANJOS, C.M.; GOIS, F.D.; PEREIRA, C.M.C. Desmistificando a carne suína. *Pubvet*, v.12, n.12, p.1-9, 2018.
- BARBETTA, P.A. Técnicas de amostragem. In: BARBETTA, P.A. Estatística Aplicada às Ciências Sociais. Florianópolis: UFSC, 2008. p.41-66.
- CARVALHO, C.T. *et al.* Análise do perfil do consumidor de carnes em Currais Novos, Rio Grande do Norte. *Nutrivisa*, v.4, n.1, p.62-67, 2017.
- DUELI, J.S. *et al.* Perfil de consumo e percepção da qualidade da carne suína por acadêmicos de ensino superior - Viçosa, MG. *Rev. UniSci.*, v.1, n. 2, p.95-105, 2018.
- FANALLI, S.L. Perfil de consumo e percepção dos consumidores de carne: consequências sobre a saúde pública. *Rev. Cient. Med. Vet.*, v.15, n.31, p.1-13, 2018.
- GROOT, E. Segmentos de preferências na aquisição da carne bovina. *Rev. Econ. Soc. Rural*, v.59, n.2, p.1-19, 2021. doi: 10.1590/1806-9479.2021.213487
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Conheça cidades e estados do Brasil. Rio de Janeiro: IBGE, 2021.
- KRATZ, L.R. *et al.* Análise do consumo de carne suína no município de Dom Pedrito-RS. *Rev. Desenvol. Socioecon. Debate*, v.6, n.1, p.91-111, 2020.
- LEVENE, H. Robust tests for equality of variances. In: OLKIN, I. *et al.* Contributions to probability and statistics: essays in honor of Harold Hotelling. Stanford: Stanford University Press, 1960. p.278-292.
- LUNKES, L.C. *et al.* Consumo de carnes e percepção dos universitários de Lavras-MG em relação a carne de peixe e seus benefícios à saúde. *Arq. Latinoam. Nutr.*, v.68, n.4, p.295-302, 2018.
- MAGALHÃES, K.L. *et al.* Evaluation of the profile and purchasing habits of meat product consumers in Fortaleza - CE. *Res. Soc. Develop.*, v.10, n.16, p.1-8, 2021. doi: 10.33448/rsd-v10i16.23431
- MARÇAL, D.A. *et al.* Consumo da carne suína no Brasil: Aspectos simbólicos como determinantes dos comportamentos. *Rev. Agroneg. Meio Amb.*, v.9, n.4, p.989-1005, 2016.
- MEDEIROS, A. A importância da inspeção e fiscalização frente à segurança dos produtos de origem animal. 2020. Disponível em: <https://portalefood.com.br/seguranca-de-alimentos/a-importancia-da-inspecao-e-fiscalizacao-frente-a-seguranca-dos-produtos-de-origem-animal/>. Acesso em: 20 mar. 2023.
- MOREIRA, S.M. *et al.* Perfil do consumidor de carne bovina e seu conhecimento do bem-estar animal na cidade de Pelotas - RS. *Rev. Cient. Rural*, v.19, n.1, p.51-59, 2017.
- NASCIMENTO, J.D. *et al.* Perfil do consumidor de carnes do Alto Pantanal Sul-mato-grossense. *Rev. Acad. Ciênc. Anim.*, v.16, p.1-9, 2018.



- NUNES, F.C. *et al.* Consumption of pork meat and its derivatives in the southeastern mesoregion of Pará in the period of the Covid-19 pandemic. *Res. Soc. Develop.*, p.1-10, 2022. doi: 10.33448/rsd-v11i6.28937
- OLIVEIRA, A.P. *et al.* Principais aspectos considerados por consumidores na aquisição e consumo de carne suína em Colônia do Piauí - PI. *Arq. Ciênc. Vet. Zool. Unipar*, Umuarama, v. 20, n. 2, p. 71-77, abr./jun. 2017.
- PEREIRA, I.K.; COALHO, M.R. Estudo sobre o perfil do consumo de carne suína comercializados na cidade de Cambé e Londrina-Pr. *Rev. Terra Cultura*, v.34, p.231-243, 2018.
- PESSOA, R.M.S. *et al.* Diagnóstico do perfil do consumidor de carne suína no município de Olhos d'Água – PB. *Pubvet*, v.14, n.6, p.1-8, 2020. doi: 10.31533/pubvet.v14n6a587.1-8
- ROSANOVA, C. *et al.* Processo decisório de compra e caracterização do consumidor de carne suína na cidade de Palmas - TO. In: OLIVEIRA, R.J. *Extensão rural: práticas e pesquisas para o fortalecimento da agricultura familiar*. Guarujá: Editora Científica Digital, 2021. p.536-547. doi: 10.37885/201202579
- SANTOS, A.S. *et al.* Frequência e preferência do consumo de carnes bovina, suína e aves por praticantes de exercícios físicos nas academias da cidade de Redenção-Pará. *Rev. Bras. Nutr. Esp.*, v.11, n.61, p.87-92, 2017.
- SANTOS, E.L. *et al.* Perfil dos consumidores de carne suína e derivados em Satuba- Alagoas. *Rev. Cient. 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. *Sci. Agrar. Paran.*, v.16, n.3, p.309-313, 2017.
- SILVEIRA, A.C.P. *et al.* Estudantes de medicina veterinária como consumidores de carne suína em Uberlândia, MG. *Pubvet*, v.10, n.5, p.439-447, 2016.
- SOLLER, J. *Muitas razões para comer mais carne de porco*. 2020. Disponível em: <https://www.suinoculturaindustrial.com.br/imprensa/mpppuitas-razoes-para-comer-mais-carne-de-porco/20200122-082243-j520>. Acesso em: 20 nov. 2023.
- SOLOMON, M.R. *O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo*. Porto Alegre: Bookman, 2016.
- SOUSA, L.K.S.; ROQUE-SPECHT, V.F.; GOMES, E.M.C. Principais Direcionadores de Compra de Carnes em Hipermercados. *Rev. Adm. Contemp.*, v.24, n.4, p.335-348, 2020. doi: 10.1590/1982-7849rac2020190097
- SOUZA, C.C. *et al.* A percepção de compradores sobre a qualidade da carne suína *in natura* no mercado varejista de Campo Grande (MS). *Extensão Rural*, v.23, n.3, p.151-168, j2016.
- SOUZA, M.C.M. *et al.* Consumption of pork meat and derivatives by the population of Juiz de Fora, Minas Gerais, Brazil. *Braz. J. Anim. Environ. Res.*, v.4, n.3, p.3314-3327. 2021. doi: 10.34188/bjaerv4n3-127
- SUINOCULTURAINDUSTRIAL. Cisticercose: mitos e verdades. 2016. Disponível em: <https://www.suinoculturaindustrial.com.br/imprensa/cisticercose-mitos-e-verdades/20160615-135745-y759>. Acesso em: 1 abr. 2023
- TAMANINI, M.S.C. *et al.* Identification of the pork consumer profile of Health Students from a University in the City of Joinville, SC. *Braz. J. Develop.*, v.6, n.9, p.64079-64087, 2020. doi: 10.34117/bjdv6n9-004
- TEIXEIRA, J.J. *et al.* Frequency of pork consumption in the municipality of Palmeira dos Índios/AL, Brazil. *Diversitas J.*, v.5, n.3, p.1451-1460, 2020. doi: 10.17648/diversitas-journal-v5i3-962
- TEIXEIRA, K.A. Percepção dos consumidores e profissionais de saúde sobre a produção de suínos e pesquisa de *salmonella sp.* em carne suína no estado de Goiás. Goiânia: UFG, 2021.
- UBERLÂNDIA. Secretaria Municipal de Planejamento Urbano. Banco de dados integrados de Uberlândia. 2020. Disponível em: <https://www.uberlandia.mg.gov.br/prefeitura/secretarias/planejamento-urbano/banco-de-dados-integrados/>. Acesso em: 30 set. 2023.
- USDA - United States Department of Agriculture. FAS Home. Market and Trade Data. PSD Online. Custom Query. 2022. Disponível em: <https://apps.fas.usda.gov/psdonline/app/index.html#/app/advQuery>. Acesso em: 10 jun. 2023.
- VARGAS, L.B. *et al.* O perfil do consumidor de carne suína e seus derivados no município de Dom Pedrito - RS. *Agropampa*, v.2, n.2, p.103-117, 2018.