



## PERFIL DO CONSUMIDOR DE CARNE SUÍNA NO MUNICÍPIO DE PELOTAS-RS

**SOUZA, Francine Bretanha Ribeiro de<sup>1</sup>; FRANÇA Arieli Zibetti<sup>1</sup>; SILVEIRA, Camila Ramalho<sup>1</sup>; ZOTTI, Carina Maria<sup>1</sup>; XAVIER, Eduardo Gonçalves<sup>2</sup>;**

<sup>1</sup>Graduandas em Medicina Veterinária – Universidade Federal de Pelotas - [cinebsouza@yahoo.com.br](mailto:cinebsouza@yahoo.com.br)

<sup>2</sup>Prof. Adjunto Dept. de Zootecnia – FAEM – Universidade Federal de Pelotas - Campus Universitário  
Caixa Postal 354 – CEP 96010-900

### INTRODUÇÃO

A cidade de Pelotas, RS possui uma população estimada em 339.934 habitantes (IBGE, 2007) e um rebanho suíno estimado em 12.457 cabeças (IBGE, 2007). Pelotas não é uma cidade considerada importante produtora de carne suína, ao contrário de outras cidades da região norte do estado, como Casca, que possui população de 8.381 habitantes (IBGE, 2007) e um rebanho suíno estimado em 31.839 cabeças (IBGE, 2007).

A carne suína enriquece a refeição de maneira nutritiva e saborosa. Em recente pesquisa foi relatado que a sua aceitação se deve principalmente pelo sabor, apontado como principal ponto forte por 92% das pessoas entrevistadas (ROPPA, 1996). Além de saborosa, a carne suína é também nutritiva, rica em vitaminas e minerais, aminoácidos, ácidos graxos, entre outros. Na mesma pesquisa, 55% dos entrevistados apontaram como ponto fraco “possuir muita gordura e colesterol”, porém esta opinião não traduz a verdade. Este conceito errôneo que o consumidor tem em relação à carne suína deve-se ao desconhecimento dos avanços em genética, nutrição, manejo e sanidade dos suínos efetuados pelos criadores ao longo dos últimos 30 anos.

O consumo e a produção de carne suína vem crescendo continuamente ao longo dos últimos anos, sendo o Brasil um dos principais países produtores e exportadores. De acordo com a Associação Brasileira da Indústria Produtora e Exportadora de Carne Suína (ABIPECS) o Brasil, atualmente, ocupa o quarto lugar tanto em exportação como em produção de carne suína. O Rio Grande do Sul apresenta grande importância na suinocultura brasileira, sendo o estado brasileiro que mais exporta carne suína (ABIPECS, 2008).

Objetivou-se com este trabalho apresentar um panorama de consumo, preferências, opiniões e tabus sobre a carne suína na cidade de Pelotas.

### MATERIAL E MÉTODOS

O presente trabalho foi realizado na cidade de Pelotas, região sul do Rio Grande do Sul, cuja população foi estimada em 2007 pelo IBGE em 339.934 habitantes com uma área territorial de 1.609 Km<sup>2</sup>.

A pesquisa foi realizada em maio de 2009, através de aplicação de um questionário, o qual continha 12 questões sobre idade, escolaridade, poder aquisitivo dos entrevistados, o consumo de carne suína, preferências quanto ao corte e características. Foram entrevistadas 130 pessoas, sendo 65 homens e 65 mulheres, escolhidas de forma aleatória com o intuito de obter uma distribuição heterogênea da população quanto ao perfil socioeconômico do consumidor, gênero e idade (MATTAR, 1997).

Os dados foram analisados utilizando estatística descritiva.

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Constatou-se que 87,7% dos entrevistados consomem carne suína, e destes 86,6% o fazem pelo sabor. A pesquisa constituiu-se de 50% mulheres e 50% homens, sendo 42,3% dos entrevistados com idade entre 10 e 30 anos, 39,2% entre 31 e 50 anos, 14,6% entre 51 e 70 anos e 3,1% com idade entre 71 e 90 anos. Portanto, houve uma distribuição heterogênea, idades diferentes e perfil sócio econômico variável. A faixa etária que mais consome carne suína é a de 31 e 50 anos, com 38%.

Os maiores consumidores de carne suína foram as pessoas com escolaridade mais elevada, do segundo grau completo ao terceiro grau completo, sendo 65% do total de entrevistados. Com relação ao poder aquisitivo, 48% dos entrevistados afirmaram possuir renda superior a três salários mínimos.

A carne suína foi considerada saudável ou nutritiva por 74,6% dos entrevistados, porém quando questionados se acreditariam que a carne suína magra possui menos colesterol do que o peito de frango sem pele, 56,9% afirmaram não acreditar, enquanto que 43,1% acreditariam.

O lombo foi o corte suíno com maior preferência entre os entrevistados (61,4%), sendo que a costela ocupou o segundo lugar, com 43,% e o pernil, com 37,7%, ficou em terceiro lugar. Quanto a frequência de consumo, 48,5% das pessoas afirmaram consumir de duas a cinco vezes por mês, apenas 5,4% consomem diariamente a carne suína e 33,9% consomem mensalmente.

A preocupação com doenças foi o principal motivo para evitar o consumo da carne suína. Segundo 56,3% dos entrevistados, as doenças citadas foram a neurocisticercose, teníases e colesterol elevado, principalmente entre os idosos. Os embutidos são consumidos por 74,6% dos entrevistados. Os mais consumidos foram o presunto e a lingüiça, com 77,3%, o salame com 54,6% e a morcela com 24,7% da preferência. É importante salientar que nesta questão os entrevistados poderiam marcar mais de uma opção.

A carne de maior preferência entre os entrevistados foi a bovina com 46,9% seguida de frango com 35,4% e peixe com 32,3%. A carne suína ficou em quarto lugar com 20% da preferência e a ovina obteve o menor índice, com 15,4%, sendo que os entrevistados tinham a opção de escolher mais de uma variedade de carne e alguns optaram por todas.

Quando questionados se já deixaram de consumir carne suína, 83,1% afirmaram que não. Entre os 12,3% que afirmaram já terem deixado de consumir 43,8% responderam que foi por recomendação médica ou de nutricionista, enquanto que 37,5% por problemas de saúde e apenas 18,8% por influência da mídia.

Pesquisas relacionadas com o consumo de carne suína afirmaram que a população brasileira considera como principal ponto forte da carne o seu sabor, apontado por 92% das pessoas entrevistadas. Mas, na mesma pesquisa, ficou evidente que seus pontos fracos foram “faz mal e é perigosa para a saúde” (35%

das respostas), “possui muita gordura e colesterol” (55% das respostas). Os pontos fracos da carne suína são muito marcantes, constituindo mais do que uma restrição ao produto, ou seja, um preconceito em função da imagem que muitos consumidores ainda têm do porco em chiqueiro na lama e alimentados com lavagem. O chamado “porco de lama” está quase em extinção, é quase um assunto do passado, mas o mercado como um todo ainda não recebeu informações suficientes para assimilar esse fato. Esse preconceito é reforçado pelos médicos no que diz respeito à gordura e colesterol e, em alguns casos, sobre a neurocisticercose (ROPPA, 1996). O que foi confirmado nesta pesquisa é que mais de 80% dos consumidores de carne suína a preferem pelo sabor, mas também possuem receio pelas doenças que podem ser transmitidas através de seu consumo. Ficou também constatada a falta de informação sobre o sistema atual de criação dos suínos.

De 1980 até hoje, o suíno moderno perdeu 31% do seu nível de gordura, 14% de calorias e 10% de colesterol. O percentual de carne magra na carcaça, que era de 50% passou para 56% (ROPPA, 1996). As melhorias nos processos de criação, abate e comercialização dos animais nos últimos anos reduziram o excesso de gordura e outros aspectos negativos da carne suína. Porém a maioria da população ainda não está bem informada da situação atual da suinocultura brasileira.

## CONCLUSÃO

O consumidor da cidade de Pelotas-RS tem a carne suína como a sua quarta opção de consumo, preferindo cortes com menos gordura (lombo). Este resultado é atribuído ao sabor da carne suína, porém a falta de informação sobre as suas qualidades nutricionais limita o consumo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

**ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA PRODUTORA E EXPORTADORA DE CARNE SUÍNA (ABIPECS).** Relatório Anual 2008. Disponível em [www.abipecs.com.br](http://www.abipecs.com.br). Acessado em 06 de Junho de 2009.

COUTO, D. .L. A., FERREIRA, A. V. **AVALIAÇÃO DOS DETERMINANTES DO CONSUMO DE CARNE SUÍNA NO MUNICÍPIO DE PATOS DE MINAS – MG disponível em:** [www.sober.org.br/palestra/12/040205](http://www.sober.org.br/palestra/12/040205)

**INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE).** Disponível em : <http://www.ibge.gov.br>. Acessado em 6 e 7 de junho de 2009.

MATTAR, F,N. Novo modelo de estratificação socioeconômica para marketing e pesquisa de marketing. In: **SEMINÁRIO EM ADMINISTRAÇÃO**, 2. São Paulo, 1997. **Anais...**São Paulo, Universidade de São Paulo, 1997. P.243-256.

ROPPA, L. A Suinocultura em números. In: **SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE SUINOCULTURA**, 1. 1996, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Animal World, 1996. p. 1-16.

