



Frequência do consumo de carne suína no município de Palmeira dos Índios/AL, Brasil

Frequency of pork consumption in the municipality of Palmeira dos Índios/AL, Brazil

Joseane Júlia Teixeira⁽¹⁾; José Jardel Leite da Silva⁽²⁾;
Caio Henrique de Oliveira Lamenha Biserra⁽³⁾; Thiago Soares de Oliveira⁽⁴⁾;
José Crisólogo de Sales Silva⁽⁵⁾

⁽¹⁾ORCID <https://orcid.org/0000-0002-9626-7580>, Universidade Estadual de Alagoas - UNEAL, Santana do Ipanema, Alagoas. Bacharelado em Zootecnia. BRAZIL. E-mail: joseaneteixeira.jj@gmail.com

⁽²⁾ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6170-9457>, Universidade Estadual de Alagoas - UNEAL, Santana do Ipanema, Alagoas. Bacharelado em Zootecnia. BRAZIL. E-mail: jardelleite90@gmail.com;

⁽³⁾ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1357-4025>, Universidade Estadual de Alagoas - UNEAL, Santana do Ipanema, Alagoas. Bacharelado em Zootecnia, BRAZIL. E-mail: caiohenrique.lamenha.1998@gmail.com;

⁽⁴⁾ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8992-3597>, Universidade Estadual de Alagoas - UNEAL, Santana do Ipanema, Alagoas. Bacharelado em Zootecnia. BRAZIL. E-mail: thsoagro@gmail.com;

⁽⁵⁾ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-8687-0952>, Universidade Estadual de Alagoas - UNEAL, Santana do Ipanema, Alagoas, BRAZIL; E-mail: josecrigot@hotmail.com.

Todo o conteúdo expresso neste artigo é de inteira responsabilidade dos seus autores.

Recebido em: 25 de janeiro de 2020; Aceito em: 02 de abril de 2020; publicado em 10 de 07 de 2020. Copyright © Autor, 2020.

RESUMO: A carne suína é bem presente na mesa dos brasileiros, porém a falta de um estudo detalhado do perfil socioeconômico dos consumidores de Palmeira dos Índios, Alagoas, Brasil e da frequência desse consumo atualizado é necessário. Neste trabalho objetivou-se retratar a realidade da frequência do consumo e identificar os cortes cárneos suínos de acordo com sexo, renda, idade e escolaridade dos consumidores no município de Palmeira dos Índios. Foram aplicados 100 questionários com 13 perguntas estruturadas de múltiplas escolhas, onde 50 questionários foram aplicados na zona urbana e outros 50 na zona rural, aplicados em feiras livres, residências e estabelecimentos comerciais. Os entrevistados foram aleatoriamente escolhidos, visando ter uma amostragem ampla. Dentre os 100 entrevistados 53% eram mulheres e 47% eram homens, onde a maioria, 25%, tinha mais de 50 anos. O maior consumo diário segundo a pesquisa foi a carne de frango, a suína foi a terceira mais consumida com 8% da preferência. Conclui se assim que a carne suína é consumida por todas as classes sociais do município de Palmeira dos Índios, sendo a terceira em consumo e o corte mais apreciado da mesma é a bisteca.

PALAVRAS-CHAVES: cárneos, consumidor, suinocultura.

ABSTRACT: However, the lack of a detailed study of the socioeconomic profile of consumers in the Palmeira dos Índios, Alagoas, Brazil, and the frequency of this updated consumption is necessary. The objective of this study was to portray reality the frequency of consumption and to identify pork cuts according to sex, income, age and schooling of the consumers in the municipality of Palmeira dos Índios. 100 questionnaires were applied with 13 structured questions with multiple choices, where 50 questionnaires were applied in the urban area and another 50 in the rural area, applied in fairs, residences and commercial establishments. The interviewees were randomly chosen, aiming to have a large sample. Among the 100 interviewees, 53% were women and 47% were men, where the majority, 25%, were over 50 years old. The highest daily consumption according to the survey was chicken meat, pork was the third most consumed with 8% of preference. It follows that pork is consumed by all social classes in the municipality of Palmeira dos Índios, being the third in consumption and the most appreciated cut is pork.

KEYWORDS: meat, consumer, swine.

INTRODUÇÃO

A suinocultura brasileira cresceu nos últimos anos, assim como outros setores do agronegócio, ficando assim dependente de vários fatores, dentre eles está a exportação, contribuição no comércio mundial, e geração de empregos diretos e indiretos. A correlação entre suinocultores, fornecedores de insumos, agroindústrias, atacado, varejo e consumidor, impactou positivamente transformando a suinocultura uma atividade rentável e lucrativa.

O conceito popular de nossa região da carne suína ainda é do criatório de porco, e da produção em fundo de quintal, desde o seu abate até ao envio de sua carne para o mercado, sem higiene nenhuma e com teores de gordura altíssimos. Com avanços tecnológicos e um manejo sanitário adequado essa ideia foi deixada para trás, graças ao melhoramento genético e a industrialização da carne.

A suinocultura alagoana em sua maioria se dá de forma ainda muito frágil sem manejos corretos se compararmos a outros estados do país, mas com uma importância grande para economia local com geração de empregos diretos e indiretos, ainda sendo uma das carnes mais consumidas na região, não só pelo seu preço mas também por seu sabor se comparada a outros tipos de carnes, a suinocultura vem ganhando espaços e desmistificando conceitos errôneos.

Para se atender cada vez melhor a demanda de mercado novos cortes vêm sendo lançados, aumentando ainda mais as perspectivas no consumo de carne suína (SANTOS, 2011). Nos municípios do estado de Alagoas, ainda se tem um manejo inadequado na hora do abate, mas que já se tem inspeções estaduais voltadas na higienização e abate humanitário, sabendo que quanto menor o estresse do animal no abate, melhor será a qualidade da carne, proporcionando ainda um bem-estar ao indivíduo.

Neste trabalho objetivou-se relatar o consumo e identificar os cortes cárneos suínos de acordo com sexo, renda, idade e escolaridade dos consumidores no município de Palmeira dos Índios.

REFERENCIAL TEÓRICO

A carne suína é consumida em todo o mundo e possui uma importância econômica em diversos países. O mercado da carne suína se tornou bastante competitivo e esta seja a carne mais consumida no mundo, contudo, no Brasil o seu consumo ainda é menor que carnes bovina e de frango (LAURENTI et al., 2009).

A carne bovina representa 49,6% do consumo total de carnes em nosso país seguido da carne de aves com 34,6%, a carne suína aparece timidamente com apenas 15,8% deste consumo, (TRAMONTINI, 2000).

Segundo ainda Tramontini (2000), há uma justificativa para esse baixo consumo de carne suína no Brasil, que se dá pelo baixo custo de produção da carne bovina, graças ao sistema produtivo adotado no Brasil que é o extensivo e o avanço da avicultura industrial, a diferenciação de cortes bovinos e de aves e preconceitos relacionados a carne suína são alguns dos fatores que limitam o consumo da mesma em nosso país.

O aumento do consumo de carne suína é um desafio ainda para cadeia produtiva de suínos, pois, as expectativas dos consumidores contribuem de forma decisiva para escolha de sua fonte proteica. A qualidade, palatabilidade estão diretamente paralelos ao sabor, aroma, suculência e maciez, sendo esses os quesitos decisivos no ato da compra, (MOELLER et al., 2010).

Segundo Grunert (2006) as tendências e o perfil do consumidor de carne suína é a preocupação com sua própria saúde e o bem-estar. O que impulsionou em investimentos em melhoramento genético e a criação de animais com menores teores de gordura, conseqüentemente menos colesterol e menos calorias (MAGNONI; PIMENTEL, 2007).

METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada no município de Palmeira dos Índios, cidade localizada no Agreste alagoano com uma área territorial de 450.958 Km², uma população de 73.096 habitantes (IBGE, 2018), seu PIB per capita é de 9.785,07 R\$ (IBGE, 2016) e com índice de desenvolvimento humano municipal IDHM de 0,638 (IBGE, 2010), segundo o último senso agropecuário (IBGE, 2017) tem um rebanho suíno de 6.000 cabeças. Foram

aplicados 100 questionários de múltipla escolha, 50 na zona urbana e 50 na zona rural, buscando sempre a aleatoriedade dos entrevistados, obtendo-se respostas com uma ampla visão da pesquisa.

Os questionários foram aplicados entre os meses de março e abril de 2019, sendo realizado em dias alternados da semana. Os questionários continham 13 perguntas de múltiplas escolhas onde buscavam a identificação dos cortes mais procurados no mercado local, de acordo com o sexo, renda do entrevistado, idade e escolaridade dos consumidores. As entrevistas aconteceram nas residências, em feiras de animais e açougues diversificando assim o número de informações e locais de público variado, de forma aleatória, não limitando a grupos específicos. Para estimar a quantidade de pessoas a serem entrevistados aplicou-se a metodologia de Barbetta et al., (2010).

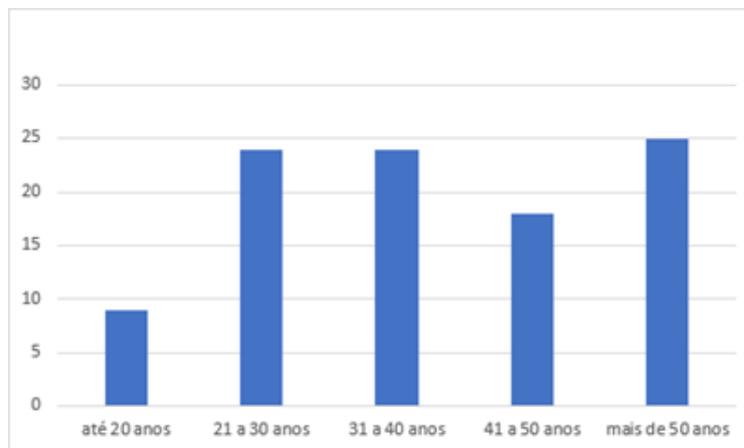
$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{Z^2 \cdot p \cdot (1 - P) + e^2 \cdot (N - 1)}$$

Onde: n = amostra calculada N = população Z = variável normal padronizada associada ao nível de confiança p = verdadeira probabilidade do evento e = erro amostral. O questionário foi adaptado de Mattar (1997), perfazendo um total de 20 perguntas. Os dados foram analisados e expressos em percentuais, utilizando o programa Microsoft Excel.

RESULTADOS E DISCURSÕES

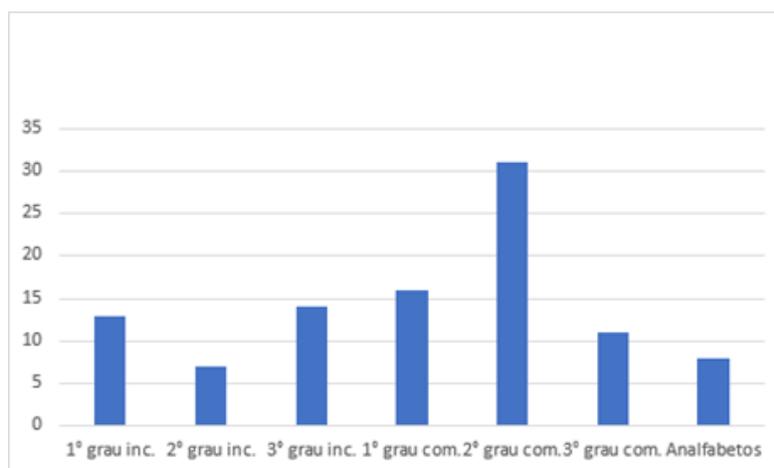
Dentre os entrevistados 47% eram do sexo masculino e 53% feminino. Com relação a idade dos entrevistados o maior percentual foi para mais de 50 anos com 25%, conferindo assim pessoas de opinião formada e que mesmo na terceira idade não excluíram a carne suína de sua dieta mesmo com tantos mitos sobre a mesma, conforme apresentado no Gráfico 1.

Gráfico 1. Faixa etária dos consumidores de Palmeira dos índios, 2019



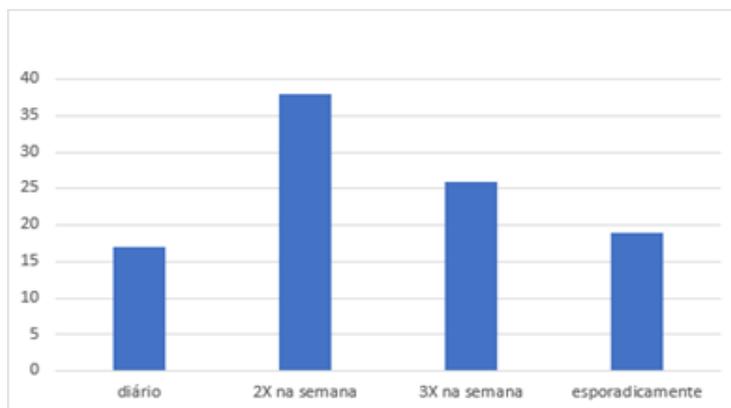
Segundo Roppa (2002), os suínos começaram a apresentar menores teores de gordura em sua carcaça desenvolvendo uma massa muscular proeminente, graças ao trabalho de melhoramento genético que se começou no início do século, na atualidade temos uma carne suína apta ao consumo de pessoas idosas ou que estejam passando por algum regime. Quanto ao nível de escolaridade dos entrevistados, 31% tem o ensino médio completo seguido pelo ensino fundamental completo que foi de 16%, os menores índices da pesquisa foram o de ensino superior 11% e o de analfabetismo com 8% dos entrevistados, gráfico 2.

Gráfico 2. Escolaridade dos entrevistados em (%) em 2019



Entre os entrevistados, 17% declarou consumir carne suína diariamente, 38% dos entrevistados consomem duas vezes na semana e 19% esporadicamente (dados demonstrados pelo gráfico 3).

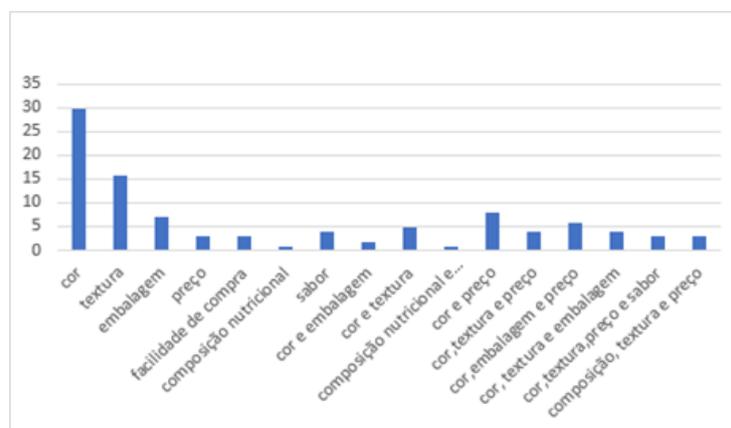
Gráfico 3. Frequência do consumo de carne sunina em Palmeira dos índios, 2019.



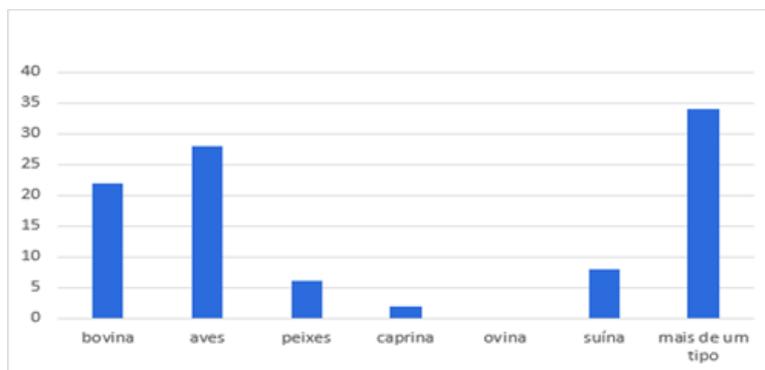
Segundo Bezerra et al. (2007), em pesquisa semelhante na microrregião de Campina Grande-PB, os consumidores não consomem carne suína por conta de regimes ou por ser muito gordurosa, onde ficou claro a falta de conhecimento quanto a qualidade nutricional da carne e seus benefícios.

No ato da compra, 29% dos entrevistados alegaram observar a cor, enquanto 16% textura e apenas 1% tinha a curiosidade de olhar a composição da carne, o que deixa claro um desinteresse do próprio consumidor quanto aos benefícios da carne suína, deixando se influenciar por criatórios clandestinos de porcos, e por relatos populares sem fundamentação científica, o que prejudica muito a procura dessa carne (Veja o Gráfico 4).

Gráfico 4. O que é observado na carne suína no momento da compra, pelos consumidores de Palmeira dos índios, 2019.

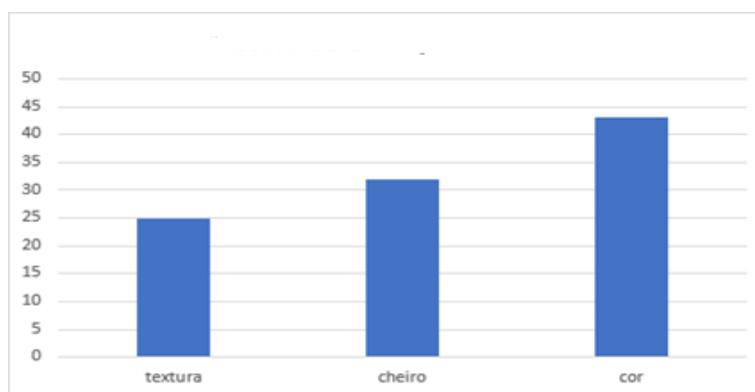


O consumo diário de carne apresenta uma preferência pela carne de frango com 28% , bovina 22% , suína 8% e peixes com 6%, representados pelo gráfico 5. A carne caprina apenas 1% do consumo e a ovina não se teve registro de consumo.

Gráfico 5. Tipo de carne mais consumido diariamente em Palmeira dos índios,**2019**

Já quanto ao alimento em si 75% dos entrevistados preferem a carne in natura enquanto 25% industrializada. Em um outro trabalho Silva et al. (2009) relata a preferência por carne suína industrializada pela praticidade e higiene. A preferência de consumo quanto ao sexo do animal ficou uma pequena vantagem para a carne do macho com 52% e 48% optaram pela carne da fêmea. Segundo Latorre et al. (2004) o gênero do animal implica em diferenças de desempenho no período de crescimento e terminação, essas diferenças alteram a deposição dos tecidos magros e adiposos da carcaça.

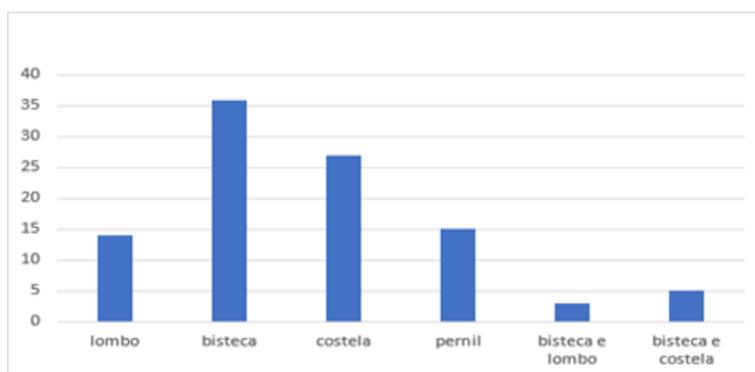
O principal método de avaliação da carne, os entrevistados optam pela cor com 42%, 33% alegaram usar o cheiro para avaliar a carne e 25% usam a textura, assim relata no gráfico 6.

Gráfico 6. Método de avaliação da carne suína, no ato da compra em Palmeira dos Índios, 2019

Para os 73% dos entrevistados é preferível a carne suína magra e 27% carne gorda. Os cortes cárneos mais consumidos no município de Palmeira dos índios foram bisteca com 36%, costela com 27% e o lombo com 14% sendo o menos consumido,

seguido dos entrevistados que preferem consumir mais de um corte conforme representado no Gráfico 7.

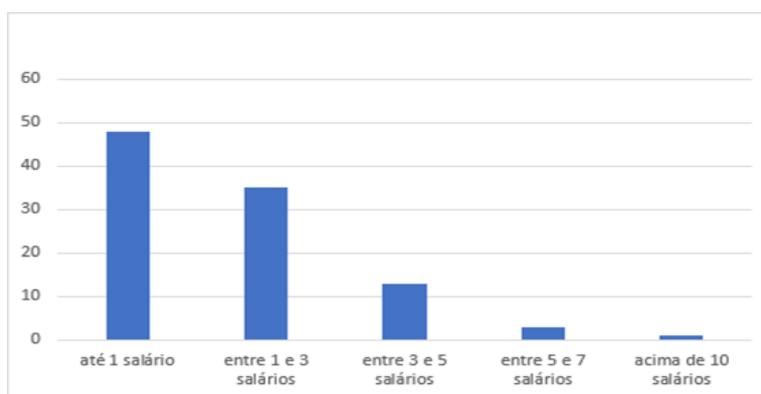
Gráfico 7. Cortes cárneos mais consumidos de suínos pelos consumidores de Palmeira dos índios, 2019



Em pesquisa realizada no município de Santana do Ipanema cidade situada no Médio Sertão alagoano, Silva et al. (2017) evidenciou que a bisteca é o corte cárneo mais procurado pela facilidade de se encontrar nos estabelecimentos comerciais e pelo rápido preparo.

Declararam 48% dos entrevistados ter uma renda de até um salário mínimo, 35% entre um e três salários, entre cinco e sete salários apenas 1%, assim demonstra o gráfico 8.

Gráfico 8. Renda dos consumidores de carne suína em Palmeira dos índios, 2019



Segundo Coelho et al. (2009) a renda familiar pode ser um fator limitante na aquisição de produtos cárneos principalmente quando se trata de cortes nobres e sofisticados. A renda está diretamente ligada ao poder de compra de uma população, se a mesma se encontra em baixos níveis interfere diretamente no poder de compra de

alimentos, seja pela escassez de recursos ou mesmo pelo instinto de não prever o futuro (CARVALHO, 2007).

CONCLUSÕES

A carne suína é consumida pelas classes sociais A, B e C do município de Palmeira dos Índios, sendo a terceira em consumo e o corte mais apreciado da mesma é a bisteca. Recomenda-se a produção pois existe no município demanda para consumo.

REFERÊNCIAS

1. BARBETTA, P. A.; REIS, M. M.; BORNIA, A. C.; **Estatística: para cursos de engenharia e informática**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2010.
2. BEZERRA, J. M. M.; NETO, A. C.; SILVA, L. C. G.; LUI, J. F.; RODRIGUES, A. E.;
3. CARVALHO, T. B. D. (2007). Estudo da elasticidade-renda da demanda de carne bovina, suína e de frango no Brasil (Doctoral dissertation, Universidade de São Paulo).
4. COELHO, A. B.; AGUIAR, D. R. D. de; FERNANDES, E. A. Padrão de consumo de alimentos no Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 47, n. 2, p. 335-362, 2009.
5. GRUNERT, K. G. Future trends and consumer lifestyles with regard to meat consumption. **Meat Science**, v. 74, p. 149-160, 2006.
6. GONALVES, R. G.; PALMEIRA, E. M. Observatorio de la Economia Latinoamericana **Revista académica de economia** com el número Internacional Normalizado de Publicaciones Seriadas ISSN 1696-8352 N° 71, diciembre 2006
7. LATORRE, M.A.; LÁZARO, R.; VALENCIA, D.G. The effects of gender and slaughter weight on the growth performance, carcass traits, and meat quality characteristics of heavy pigs. **Journal of Animal Science**, v.82, p.526-533, 2004.
8. LAURENTI, E. et al. Impacto das anomalias suínas na indústria. **Revista Nacional da Carne**. São Paulo, ano 33, n. 384, p. 20-32, 2009.

9. MATTAR, F.N.; AUAD, M. Nicho de mercado: um conceito ainda indefinido. **Anais**. São Paulo: EA/EAD, 1997
10. MOELLER, S. J. et al. Consumer perceptions of pork eating quality as affected by pork quality attributes and end-pointcooked temperature. **Meat Science**, v. 84, n. 1, p. 14-22, 2010.
11. 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 (2007).
12. MAGNONI, D.; PIMENTEL, I. **A importância da carne suína na nutrição humana**. São Paulo: UNIFEST, 2007.
13. ROPPA, L. **Carne Suína: Mitos e Verdades**. Disponível em: <http://www.sips.com.br/manual_download.php?id_arquivo=275>. Acessado em 14/05/2019
14. SARCINELLI, M. F.; VENTURINI, K. S.; SILVA, L. C. **Características da Carne Suína**. Espírito Santo, 2007-www.agais.com
15. SANTOS, Tânia Mara Baptista dos et al. Diagnóstico do perfil do consumidor de carne suína no município de Aquidauana-MS. **Revista Brasileira de Saúde e Produção Animal**, v. 12, n. 1, 2011.
16. 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, 57-61, 2009.
17. SILVA, J. J. O.; SOARES, K. M. S.; SARMENTO, T. C. F.; OLIVEIRA, T. S.; PONTES, E. C.; SILVA, J. C. S. **Diagnóstico da Frequência de Consumo de Carne Suína no Município de Santana do Ipanema-AL**. In: encontro científico cultural de Alagoas-ENCULT VII, Alagoas. **Anais...Santana do Ipanema**, p. 63-71, 2017.
18. SOUZA, R. A.; SANTOS, E. L.; PONTES, E. C.; COSTA, J. H. Q. As tendências de mercado da carne suína. **PUBVET**, Londrina, V. 5, N. 25, Ed. 172, Art. 1163, 2011.
19. TRAMONTINI, P. **Consumo da carne suína a experiência brasileira**. In: seminário internacional de suinocultura, 5., São Paulo. **Anais... Concórdia: Embrapa Suínos e Aves**, 2000. p. 6-11.