

ANÁLISE DO CONSUMO DE CARNE SUÍNA NO MUNICÍPIO DE PATROCÍNIO-MG

RESUMO

Fernanda Gomes Duarte Silva
Fefesilvaptc17@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-1296-2405>
UNICERP, Patrocínio, Minas Gerais, Brasil

Isabelle Giulia de Oliveira
Isabellegiulia02@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0009-1858-4001>
UNICERP, Patrocínio, Minas Gerais, Brasil

Stenia Severo Rabelo
steniasevero@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-0000-0284>
UNICERP, Patrocínio, Minas Gerais, Brasil

Recebido em: 05/02/2024
Aprovado em: 08/05/2024

DOI:

Correspondência:
Fernanda Gomes Duarte Silva
Rua Adelino Rodrigues da Cunha 359,
Bairro São Vicente, Patrocínio, Minas Gerais, Brasil.

Direito autoral:
Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons - Atribuição 4.0 Internacional.

INTRODUÇÃO: Com uma diminuição do uso da gordura dos suínos nos últimos anos, o sistema de criação passou por um processo de tecnificação e intensificação produtiva. Atualmente, o Brasil é o quarto maior produtor de carne suína, porém o consumo dos brasileiros ainda é pequeno, se comparado ao da carne bovina e de frango. A procura reduzida pode estar associada às questões de hábitos e preferência, além de disseminação de informações erradas.

OBJETIVO: Analisar as características e preferências dos consumidores de carne suína no município de Patrocínio-MG, e quais os motivos de um consumo reduzido dessa proteína animal.

MATERIAL E MÉTODOS: Estudo descritivo, fundamentado em pesquisa de campo, de abordagem quantitativa. Participaram do estudo residentes do município entre 18 e 70 anos de idade. Foi aplicado um questionário com 7 perguntas de múltipla escolha sobre informações socioeconômicas e específicas sobre o consumo de carne suína.

RESULTADOS: Participaram da pesquisa 400 pessoas. Sendo 236 do sexo feminino (59%) e 164 do sexo masculino (41%). A faixa etária predominante foi de 18 a 30 anos (57,25%). A renda familiar mensal foi de 3 a 4 salários mínimos (38,50%). A carne suína é a terceira carne mais consumida na região (13%), 93% dos participantes a consome, com uma frequência maior de consumo de 1 a 2 vezes por semana (51%). Os principais motivos para um consumo reduzido são por não gostarem do sabor (13,8%) e por considerarem a carne gordurosa (11,8%).

CONCLUSÃO: Os consumidores do município de Patrocínio-MG não possuem preferência pela carne suína, e os principais motivos que os impedem de consumi-la são baseadas em mitos que não condizem com as características da carne e aos modelos de criação modernos.

PALAVRAS-CHAVE: Consumidor; Hábitos; Suínos.

ANALYSIS OF PORK MEAT CONSUMPTION IN PATROCÍNIO- MG

ABSTRACT

INTRODUCTION: With a decrease in the use of pig fat in recent years, the breeding system has undergone a process of technology and production intensification. Currently, Brazil is the fourth largest producer of pork, but Brazilian consumption is still small compared to beef and chicken. Reduced demand may be associated with issues of habits and preferences, as well as the spread of misinformation.

OBJECTIVE: To analyze the characteristics and preferences of pork consumers in the city of Patrocínio-MG, and the reasons for a reduced consumption of this animal protein.

MATERIAL AND METHODS: Descriptive study, based on field research, with a quantitative approach. Residents of the municipality between 18 and 70 years of age participated in the study. A questionnaire with 7 multiple-choice questions about socioeconomic and specific information about pork consumption was applied.

RESULTS: 400 people participated in the survey. Being 236 female (59%) and 164 male (41%). The predominant age group was 18 to 30 years old (57.25%). The monthly family income was 3 to 4 minimum wages (38.50%). Pork is the third most consumed meat in the region (13%), 93% of participants consume it, with a higher frequency of consumption of 1 to 2 times a week (51%). The main reasons for reduced consumption are because they do not like the taste (13.8%) and because they consider fatty meat (11.8%).

CONCLUSION: Consumers in the municipality of Patrocínio-MG do not have a preference for pork, and the main reasons that prevent them from consuming it are based on myths that do not match the characteristics of the meat and modern breeding models.

KEYWORDS: Consumer; Habits; Swine.

INTRODUÇÃO

A utilização da carne suína como alimentação possui relatos desde a domesticação da espécie datada a aproximadamente 7.000 a.C. Em 1494, Cristóvão Colombo introduziu os suínos na América e eles se espalharam inicialmente pela América do Norte e depois América do Sul. No Brasil, os suínos chegaram em 1532 por Martin Afonso de Souza através de navegações no litoral de São Vicente, em São Paulo (ROPPA, 2014; ABCS, 2018).

Inicialmente, a utilização da gordura dos suínos na alimentação era bem comum, sendo a banha um produto de bastante importância. Entretanto, com o crescimento da utilização de óleos vegetais houve uma diminuição dessa finalidade, de modo que os criadores de suínos começaram a buscar um novo modelo de animal com características de maior porcentagem de carne magra e com uma melhor conversão alimentar (MOURA; RIBEIRO, 2021).

Nesse cenário, a partir do final dos anos 70 se iniciou uma crescente preocupação para que essas características fossem alcançadas e um aumento da pressão para uma produção com maior qualidade e eficiência. O sistema de criação de suínos começou então a passar por um processo de tecnificação e intensificação em busca de uma nova conformação da carcaça e uma maior produtividade. Para isso acontecer, ocorreram grandes avanços no melhoramento genético em conjunto com uma melhor nutrição, sanidade e manejo com os animais, o que tornou possível que a atividade se adequasse às novas exigências do mercado (ROPPA, 2006).

Atualmente, na produção mundial, o Brasil destaca-se como quarto maior produtor de carne suína atrás apenas da China, União Europeia e Estados Unidos. Como exportador o país também ocupa a quarta posição, atrás da União Europeia, Estados Unidos e Canadá (ABPA, 2021; USDA, 2021). Em 2021, o consumo per capita de carne suína anual no Brasil foi de 17,72 Kg/hab, o que significa uma marca histórica em relação a anos anteriores. Entretanto, mesmo com melhora nesses números, o consumo é apenas o terceiro maior no país, em relação as outras duas principais proteínas animais. A carne de frango ocupa a primeira posição com 46,90 Kg/hab, e a carne bovina fica em segundo com 26,15 Kg/hab (IBGE, 2022).

A procura reduzida de carne suína no país em relação às outras opções pode estar associada às questões de hábitos e preferência, pelas condições econômicas e sociais da população, por aspectos culturais e crenças, além de disseminação de informações erradas sobre

essa proteína animal, como da possibilidade de transmissão de doenças e de ser uma carne altamente gordurosa (ABCS, 2018; SOUZA *et al.* 2021). Dessa forma, objetivou-se com este estudo, analisar quais as características dos consumidores de carne suína no município, e quais os motivos de um consumo reduzido dessa proteína animal.

MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa foi realizada no município de Patrocínio, localizado no interior de Minas Gerais, na mesorregião do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba, no período entre dezembro de 2022 a agosto de 2023. Foi feita uma pesquisa de campo qualitativa, em que se buscou tirar conclusões a partir da descrição e interpretação dos dados coletados, sobre o perfil da população-alvo. Uma amostra casual de 400 habitantes foi definida com base no censo demográfico de 2022 para a população do município de Patrocínio, que foi de 89.826 pessoas (IBGE, 2022). Para determinar o tamanho da amostra para se obter uma parcela que seria representativa da população, foi considerado intervalo de confiança de 95% e uma margem de erro amostral de 5%.

Foi aplicado um questionário composto por 7 questões, contendo perguntas binárias e de múltipla escolha, contemplado com questionamentos sobre qual o sexo, idade e renda familiar, para saber as características socioeconômicas, e perguntas específicas sobre qual a carne mais consumida pelo entrevistado, se consome carne suína, qual a frequência de consumo e quais os motivos que o faz consumir pouca ou nenhuma carne suína. Foi aceito apenas uma única resposta para cada item. Os participantes foram pessoas adultas, entre 18 e 70 anos de idade, habitantes do município de Patrocínio-MG.

Os dados obtidos foram analisados por meio de estatística descritiva através da elaboração de gráficos e tabelas. As análises foram realizadas no programa Microsoft® Excel®. Após a aplicação do questionário, os entrevistados receberam um panfleto informativo contendo informações quanto aos mitos e benefícios acerca do consumo de carne suína. O desenvolvimento do estudo atendeu as normas nacionais e internacionais de ética em pesquisa

envolvendo seres humanos, aprovado pelo Comitê de Ética e Pesquisa com Humanos (COEP) do UNICERP, número 2022/1450.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Participaram da pesquisa 400 pessoas residentes no município de Patrocínio-MG, entre área rural e urbana. Os resultados obtidos quanto às características socioeconômicas dos participantes estão demonstrados na TABELA 1. Nos dados iniciais, buscou-se fazer um levantamento do perfil social e econômico dos consumidores para entender a realidade da população local. Dos entrevistados, observou-se que 59% foram do sexo feminino e 41% do sexo masculino. Em relação à idade, a maioria dos participantes apresentaram entre 18 e 30 anos (57,25%), e a renda familiar mensal da maior parte foi de três a quatro salários mínimos (38,50%).

Tabela 1. Informações das características dos participantes quanto ao sexo, idade e renda familiar mensal.

Variável	Resposta	N	%
Sexo	Feminino	236	59,00
	Masculino	164	41,00
Idade	18 a 30	229	57,25
	31 a 50	122	30,50
	51 a 70	49	12,25
Renda familiar (mensal)	Menor que um	9	2,25
	De um a dois	97	24,25
	De três a quatro	154	38,50
	Quatro ou mais	140	35,00

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Entre os entrevistados, 54% afirmaram consumir com mais frequência a carne bovina. A carne de frango ficou em segundo lugar no consumo, com 32% das respostas e a carne suína

apenas em terceiro com 13%. Vale ressaltar que nenhuma pessoa afirmou não se alimentar de nenhum tipo de carne. Esses dados estão demonstrados no GRÁFICO 1.

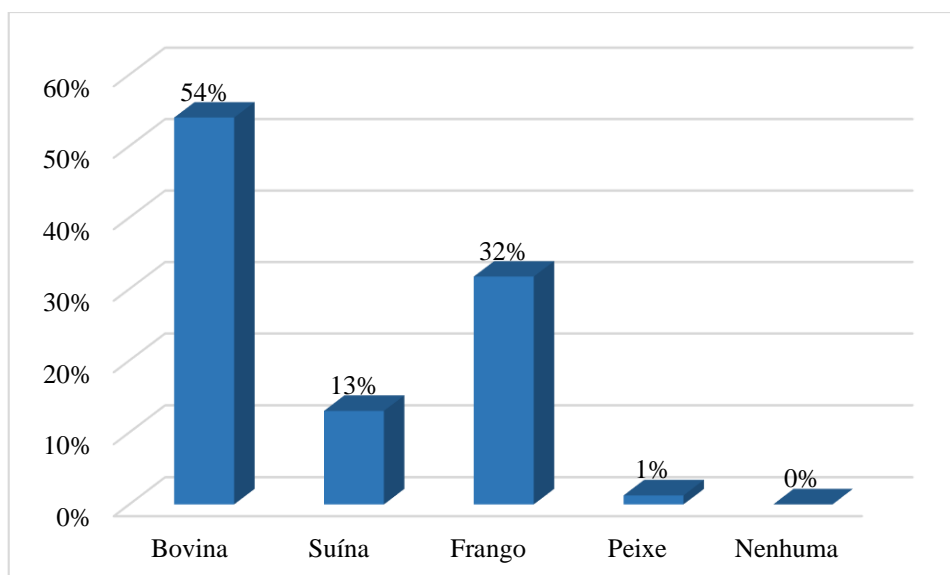


Gráfico 1. Representação das carnes mais consumidas em Patrocínio-MG

De acordo com Marçal *et al.*, (2016), a carne suína ocupa a terceira colocação entre as carnes mais consumidas no Brasil, o que é confirmado na região através deste presente estudo. Embora a carne suína tenha uma boa aceitabilidade em outros países, o que a caracteriza como a carne mais consumida do mundo, no Brasil ainda existem mitos que refletem de forma negativa em seu consumo (SOUZA *et al.*, 2016), o que contribui para que se encontre esses números.

O destaque da carne bovina como a mais consumida pode ser explicada pelas melhores condições econômicas encontrada nas respostas, em que é possível observar que a maioria dos participantes possuem renda familiar de 3 salários mínimos ou mais (TABELA 1). Isso porque o preço da carne bovina é mais alto em comparação à carne de frango e suína, o que não influenciou na maior preferência por essa proteína animal.

Em relação ao consumo de carne suína, dos 400 participantes, 93% afirmaram que a consomem. No entanto, a frequência de consumo teve a grande maioria das respostas entre uma a duas vezes por semana (51%), seguida por alguma ocasião especial (22%). Apenas 4%

afirmaram possuir um hábito de consumir carne suína todos os dias, o que demonstra uma frequência reduzida no consumo dessa carne (GRÁFICO 2).

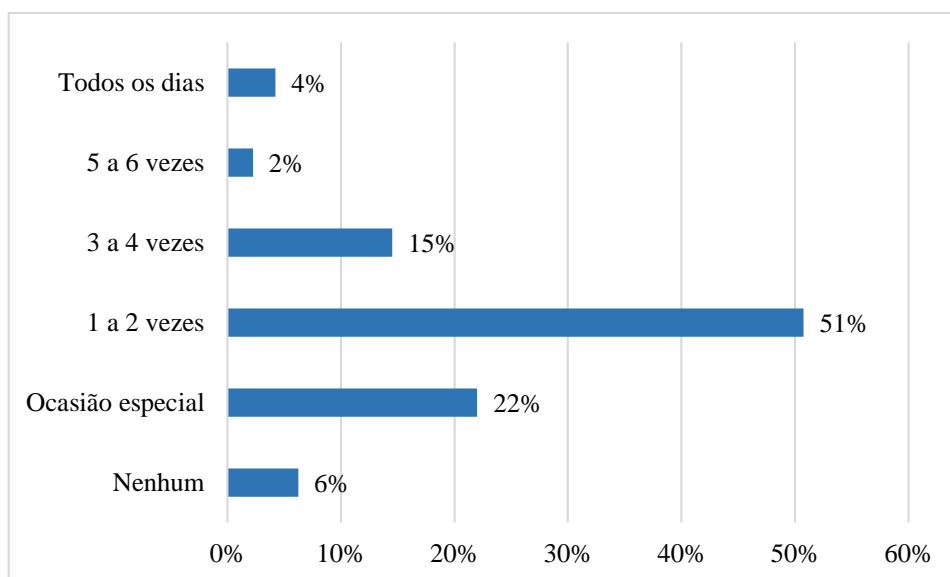


Gráfico 2. Representação da frequência do consumo semanal de carne suína em Patrocínio-MG

Ao serem questionados sobre o principal motivo de um consumo reduzido, a maioria (60,3%), afirmou não haver nenhum motivo específico, pois gosta da carne suína, o que demonstra que isso pode estar relacionado ao hábito e costume dos habitantes. Daqueles que justificaram com algum dos motivos, a maior parte respondeu que é por não gostarem do sabor (13,8%), seguido por aqueles que acham a carne suína muito gordurosa (11,8%). Esses e os demais motivos de um consumo reduzido ou inexistente estão presentes no GRÁFICO 3.

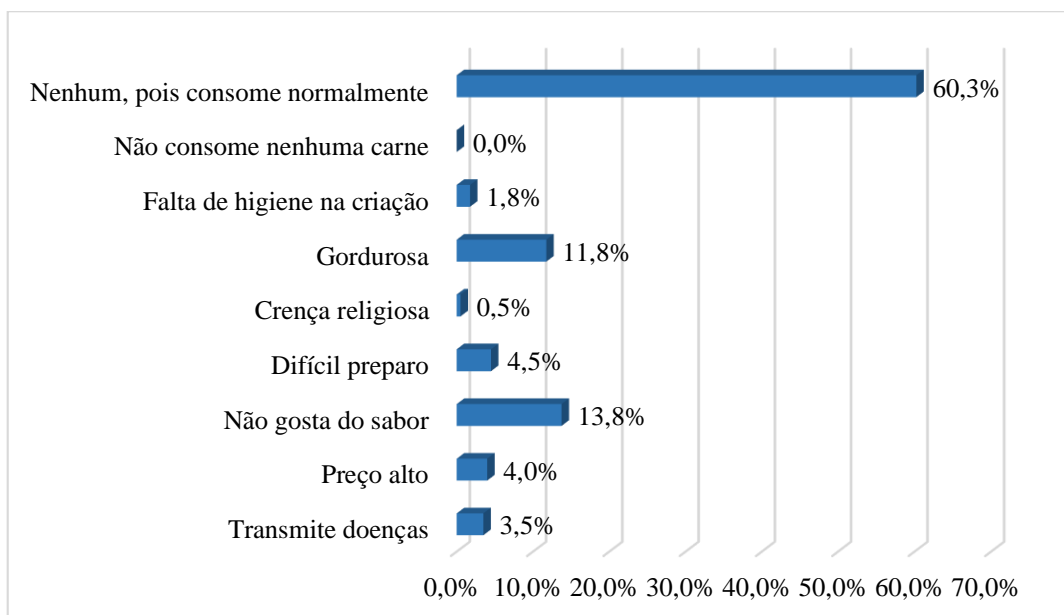


Gráfico 3. Representação dos motivos para um consumo inexistente ou reduzido de carne suína em Patrocínio-MG

Em uma pesquisa realizada na cidade de Juiz de Fora-MG, o principal motivo encontrado como impedimento para um maior consumo de carne suína pelos entrevistados foi a alta quantidade de gordura, calorias e colesterol, com 35,49% das respostas (SOUZA *et al.*, 2021). Assim como nesse trabalho, um estudo realizado em Belo Horizonte-MG, demonstrou que a principal preocupação dos consumidores foi em relação ao teor de gordura e colesterol (FARIA; FERREIRA; GARCIA, 2006).

Esses resultados corroboram com este presente estudo, em que depois da falta de preferência pelo sabor, esse motivo foi o mais citado como empecilho no consumo. Isso demonstra uma falta de esclarecimento e conhecimento da população sobre os valores nutricionais e as qualidades existentes na carne suína, que teve uma melhora considerável através dos anos para atender a busca do consumidor por alimentos mais saudáveis. No entanto, muitas pessoas continuam a acreditar que os cortes de carne suína possuem as mesmas características dos tempos antigos, em que os animais eram criados com o intuito de se produzir banha.

Ainda que com menos destaque, algumas opções como falta de higiene na criação (1,8%) e transmissão de doenças (3,5%) também foram assinaladas como um aspecto que pode interferir no consumo. Essas respostas refletem a falta de conhecimento sobre a criação e as

fiscalizações existentes que contribuem atualmente para que haja uma produção segura desse alimento.

Sabe-se que além da produção de carcaças mais magras, buscou-se através dos anos uma melhoria nos aspectos sanitários do rebanho, com um maior controle e erradicação de doenças, uma utilização reduzida de medicamentos, programas nutricionais adequados e uma maior preocupação em atender o bem-estar animal (ROPPA, 2006). Todos esses aspectos contribuem para as características da suinocultura moderna, que é uma atividade tecnológica e que assegura a produção de uma carne de qualidade para o consumidor.

CONCLUSÃO

Conclui-se que os consumidores do município de Patrocínio-MG não possuem preferência pela carne suína, e que os principais motivos que os impedem de consumi-la são baseadas em mitos que não condizem com os modelos de criação modernos. Portanto, faz-se necessário que sejam feitas campanhas que busquem divulgar informações para desmentir esses mitos, e que busque demonstrar as características da produção de carne suína e seus benefícios nutricionais.

FINANCIAMENTO

Esta pesquisa faz parte do Programa de Iniciação Científica (PROIC) 2022/2023, financiado pela Fundação Comunitária, Educacional e Comunitária de Patrocínio – FUNCECP.

REFERÊNCIAS

ABCS - Associação Brasileira dos Criadores de Suínos. **A História dos Suínos**. 2018. Disponível em: < <http://www.abcs.org.br/producao/genetica/175-historia-dos-suinos>>. Acesso em 15 de jul. de 2023.

ABPA - Associação Brasileira de Proteína Animal. **Relatório anual**. 2021. Disponível em: <https://abpabr.org/wpcontent/uploads/2021/04/ABPA_Relatorio_Anual_2021_web.pdf> Acesso em: 18 de jul. de 2023.

FARIA, I. G.; FERREIRA, J. M.; GARCIA, S. K. Mercado consumidor de carne suína e derivados em Belo Horizonte. **Arquivo Brasileiro de Medicina Veterinária e Zootecnia**, Belo Horizonte, v. 58, n. 2, p. 251-256, 2006. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/abmvz/a/pKWvLtCVpDdTkt36THmRm4j/#>>. Acesso em: 27 set. 2023.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Banco de dados**. 2022. Disponível em: < <https://sidra.ibge.gov.br/home/abate/brasil> > Acesso em: 06 de set. de 2022.

MARÇAL, D. A.; ABREU, R. C.; CHEUNG, T. L.; KIEFER, C. Consumo da carne suína no Brasil: Aspectos simbólicos como determinantes dos comportamentos. **Revista em Agronegócio e Meio Ambiente**, Maringá, v. 9, n. 4, p. 989–1005, 2016. Disponível em: <<https://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/rama/article/view/3743>>. Acesso em: 25 ago. 2023.

MOURA, L.B.; RIBEIRO, L.F. **Mitos e verdades sobre a carne suína**. GETEC – Gestão, Tecnologia e Ciências, Monte Carmelo, v.10, .29, p.113-121. 2021.

ROPPA, L. **Carne suína: mitos e verdades**. 2006. Disponível em: < <https://docplayer.com.br/4610787-Carne-suina-mitos-e-verdades.html>>. Acesso em: 21 de jul. de 2022.

ROPPA, L. **Panorama da Produção de Suínos no Brasil e no Mundo**. Produção de Suínos: Teoria e Prática. ABCS - Associação Brasileira dos Criadores de Suínos. Brasília, p. 21-29, 2014.

SOUZA, C. C.; GABRIEL, R.; REIS NETO, J. F.; FRAINER, D. M. A percepção de compradores sobre a qualidade da carne suína *in natura* no mercado varejista de Campo Grande (MS). **Extensão Rural**, Santa Maria, v. 23, n. 3, jul./set. 2016. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/extensaorural/article/view/21488>>. Acesso em: 25 ago. 2023.

SOUZA, M.C.M.; PALENCIA, J.Y.P.; LEMES, M.A.G.; GONÇALVES, A.C.S.; PIZA, P.C. e FONSECA, L.S. Consumo de carne suína e derivados pela população de Juiz de Fora, Minas Gerais, Brasil. **Brazilian Journal of Animal and Environmental Research**, Curitiba, v.4, n.3, p. 4436-4449. 2021.

USDA, FAS. Pecuária e Aves: Mercados e Comércio Mundiais. Departamento de Agricultura dos Estados Unidos. **Serviço de Agricultura Estrangeira**, 2021. Disponível em: <<https://apps.fas.usda.gov/psdonline/app/index.html#/app/downloads>>. Acesso em 26 de jul. de 2023.