



Características do mercado consumidor de carne suína em Raposa, MA

Luís Gustavo Diniz Santos¹, José dos Santos Pinheiro², Steyce Neves Barbosa³, Raquel da Silva Lima⁴, Claudenilde de Jesus Pinheiro⁵, Tielle da Luz Tavares⁶, Victor Hugo Diniz Santos⁷, Márcia Gabrielle Rabelo Melo⁸

¹Graduando em Zootecnia – UEMA. E-mail: gustavozeootecnia97@gmail.com

²Msc, Professor diretor de Zootecnia-UEMA.

^{3,4,5,6}Graduandas em Zootecnia-UEMA.

⁷Graduando em Engenharia Agrônômica – UEMA.

⁸Graduanda em Medicina Veterinária – UEMA.

Resumo: A suinocultura tem se tornado atividade de grande importância socioeconômica no Brasil, devido à geração de renda e empregos bem como tem sido incluída cada vez mais na alimentação básica. Porém é necessários maiores estudos quanto ao perfil do mercado consumidor e dos problemas que recaem sobre o consumo da carne suína. Dessa maneira, o presente trabalho teve como objetivo a identificar características do mercado consumidor de carne suína em Raposa – MA. A obtenção dos dados deu-se por meio de entrevista pessoal com aplicação de questionário. Nesta pesquisa apenas 11% afirmaram consumir carne suína e 36% peixe e um dos motivos do número reduzido de consumidor da carne suína é o fato dela não ser considerada saudável 34% e costume da cidade 25%. Mais da metade dos entrevistados afirmam consumir subprodutos suínos. O avanço observado na cadeia suínica ainda não é claro ao consumidor final, dada a grande quantidade de dúvidas sobre a qualidade nutricional e sanitária da carne in natura. Dessa forma, é necessária uma maior divulgação pela mídia para se apresentar as características e qualidades da carne incentivando o seu consumo e para que se eliminem distorções relativas ao consumo.

Palavras-chave: consumo, saúde, suinocultura

The consumer market characteristics of pork on Raposa, MA

Abstract: The pig industry has become great socioeconomic importance of activity in Brazil, due to the generation of income and jobs and has been increasingly included in the basic food. However it is necessary further studies about the profile of the consumer market and the problems weighing on consumption of pork. Thus, the present study aimed to identify the consumer market characteristics of pork in Fox - MA. Data collection took place through personal interview with questionnaire. In this survey only 11% said they consumed pork and 36% fish and one of the reasons for the small number of pork consumer is that it not be considered healthy 34% and custom of the city 25%. More than half of respondents say consume pig products. The increase observed in the pig chain is still not clear to the final consumer, given the large amount of doubt about the nutritional and sanitary quality of fresh beef. Thus, a wider spread by the media to present the characteristics and meat quality by encouraging their consumption and that is to eliminate distortions regarding consumption is needed.

Keywords: consumption, health, swine

Introdução

A suinocultura tem se tornado atividade de grande importância socioeconômica no Brasil, devido a geração de renda e empregos bem como tem sido incluída cada vez mais na alimentação básica. O Brasil esta na 4º posição como produtor mundial de carne suína, ficando atrás da China, União Europeia e Estados Unidos. Segundo a estimativa do IBGE (2011), o Maranhão possui 1.304.193 cabeças de suínos, sendo a atividade de grande importância para essa região. Segundo CORREA (1990) a suinocultura tem se apresentado como uma importante alternativa para alavancar a economia do país, porém é necessário mais estudos quanto ao perfil do mercado consumidor e dos problemas que recaem sobre o consumo de carne suína, para assim direcionar ações de marketing no sentido de atender as suas expectativas, propondo modificações que busquem a eficiência ao longo da cadeia produtiva.. O número reduzido do consumo deve-se principalmente à imagem de que a carne suína é “não saudável”, não levando em conta que é produzida com tecnologia, manejo e também possui certificação sanitária. Outro aspecto é a cultura do município, onde desde pequenos são ensinados a apreciar em primeiro lugar o peixe. O município é



muito conhecido por suas praias e dunas da região, e apreciação da gastronomia por meio de pratos típicos baseados em frutos do mar principalmente peixes. Diante disso, o presente trabalho teve como objetivo identificar características do mercado consumidor de carne suína do município de Raposa – MA

Material e Métodos

A obtenção dos dados deu-se por meio de entrevista pessoal com aplicação de questionário. Os questionários foram aplicados na área de mercado principal do município frequentada por pessoas de diversos pontos e classes, abordando pessoas na rua, em supermercados e restaurantes, no total de 80 entrevistados, escolhidos de forma aleatória. A coleta de dados ocorreu nos meses de Outubro e Novembro de 2013. Os questionários abordavam as seguintes variáveis: o perfil do consumidor (sexo, faixa etária), hábitos de consumo (frequência, forma e produtos consumidos), preferência e motivo do consumo.

Resultados e Discussão

Foram entrevistadas 80 pessoas sendo 45% do sexo feminino e 55% masculino, com faixa etária compreendida entre 17 e 60 anos. Em relação à preferência de consumo da carne quanto à espécie animal, peixe obteve 36%, seguida da carne de frango 21%, bovina 19%, 13% optaram pelo consumo de todas essas, e 11% carne suína. Esses dados corroboram com o de Bezerra et. al. (2007) apenas quanto à preferência pela carne de frango(21,75%), já quanto às outras espécies diferem onde 47,75% dos consumidores preferem carne bovina, suína (17,5%) e peixe (13%).O maior percentual na preferência da carne foi a de peixes, o que já era esperado devido como a cidade é conhecida. Ao contrário do perfil mundial, o brasileiro consome bem menos carne suína do que as carnes bovinas e de frango. Quanto à frequência do consumo de carne suína dos entrevistados 9% disseram que consomem duas vezes por semana, 35% consomem mensalmente e 56% responderam que dificilmente consomem carne suína. Dentre os motivos do não consumo 35% não acham saudável, 25% não é costume na cidade, 21% não gosta, 11% por problemas de saúde e 9% sem resposta. Diferindo do trabalho de Silva (2005) que descreveu que 92% dos entrevistados disseram que a carne suína tem como ponto positivo seu sabor, entretanto o sabor apresentado como forte e apreciado por muitas pessoas, também é considerado como determinante para o não consumo desta carne. A respeito da forma como era consumida a carne suína: 9% cozida, 65% assada e 26% frita, sendo que nenhum dos entrevistados responderam que consomem a carne mal passada. 62% dos entrevistados afirmam consumir produtos derivados da carne suína sendo que a mais consumida foi à linguiça 46%, bacon 24%, presunto 18% e 8% responderam que costumam consumir todos e apenas 4% salsicha.O fato dos consumidores preferirem os subprodutos da carne é muitas dúvidas ou desconhecimento sobre a qualidade nutricional e sanitária da carne in natura Com relação à questão da carne suína ser saudável, dos consumidores entrevistados 39% afirmam não a consideram saudável, 31% pouco saudável e 22% mais ou menos saudável e 8% não sabem responder. Estudos comprovam que a carne suína, a qual foi considerada não saudável pela maioria dos entrevistados, apresenta composição de carcaça com uma menor concentração de gordura, e uma maior concentração de ácidos graxos insaturados (linolênico e linoléico), fatores benéficos à saúde, sendo também fonte de sódio e potássio (ROPPA, 2005) e Segundo a Associação Brasileira de Criadores de Suínos (ABCS), há mais de 30anos o suíno industrializado passa por melhorias em sua produção, manejo e genética, que resultaram num produto final de alta qualidade.

Conclusões

O baixo consumo se deve à falta de conhecimento do valor nutricional, das condições e tecnologia adotada na obtenção do produto e também ao costume da cidade.

Nota-se a necessidade de trabalhos de marketing de toda cadeia produtiva para conscientização e possível aumento do consumo da carne suína e seus subprodutos de que ainda se tem muitas distorções quanto ao consumo.

Literatura citada

BEZERRA, J.M.M. Caracterização do consumidor e do mercado da carne suína na microrregião de Campina Grande, estado da Paraíba. **Ciência Animal Brasileira**, v. 8, n. 3, p. 485-493,2007.

CORREA, D. O árduo caminho da suinocultura brasileira. **Revista Avicultura e suinocultura industrial**, v.80, n.970, p.87-98, 1990.

ROPPA, L. Atualização sobre os níveis de Colesterol, Gordura e Calorias da Carne Suína. **EMBRAPA**, 2005.