

**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
CÂMPUS MEDIANEIRA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM ALIMENTOS**

SILMARA MAISA HEINEN

**PRINCIPAIS ASPECTOS CONSIDERADOS POR CONSUMIDORES
NA AQUISIÇÃO DE CARNE SUÍNA**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

MEDIANEIRA

2013

SILMARA MAISA HEINEN

**PRINCIPAIS ASPECTOS CONSIDERADOS POR CONSUMIDORES
NA AQUISIÇÃO DE CARNE SUÍNA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à coordenação do Curso Superior de Tecnologia em Alimentos, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR - Câmpus Medianeira, como requisito obrigatório para obtenção do título de Tecnólogo.

Professora orientadora: Msc. Rosana Aparecida da Silva Buzanello.

Professora Co-orientadora: Dra. Cristiane Canan.

MEDIANEIRA

2013

TERMO DE APROVAÇÃO

SILMARA MAISA HEINEN

PRINCIPAIS ASPECTOS CONSIDERADOS POR CONSUMIDORES NA AQUISIÇÃO DE CARNE SUÍNA

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito essencial à obtenção do Grau Superior de Tecnólogo, no Curso Superior de Tecnologia em Alimentos, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, Câmpus Medianeira, pela comissão formada pelos professores:

Profa. Msc. Rosana A. da Silva
Buzanello
UTFPR – Câmpus Medianeira
(Orientadora)

Profa. Dra. Cristiane Canan
UTFPR – Câmpus Medianeira
(Co-orientadora)

Profa. Dra. Carolina Castilho Garcia
UTFPR – Câmpus Medianeira
(Convidada)

Profa. Francieli Begnini
UTFPR – Câmpus Medianeira
(Convidada)

Prof. Msc. Fábio A. Bublitz Ferreira
UTFPR – Câmpus Medianeira
(Coordenador TCC)

MEDIANEIRA

2013

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus em primeiro lugar pelo dom da vida, pela oportunidade concedida, pela força, coragem, por iluminar meu caminho na finalização desse trabalho.

Aos meus pais Aury e Iolanda Heinen, que sempre me deram todo o apoio e incentivo para seguir em frente.

Ao meu irmão Silvano Heinen que sempre me apoiou e incentivou a buscar o que quero, mesmo estando longe.

Ao meu namorado Claudinei Wendling pela paciência, compreensão e ajuda essencial durante toda esta trajetória, sempre me aconselhando com carinho.

A minha orientadora Msc. Rosana Aparecida da Silva Buzanello e co-orientadora Dra. Cristiane Canan, pela orientação, dedicação e sabedoria, que me ajudaram a completar mais esta etapa com um trabalho maravilhoso.

A todos que contribuíram de alguma forma para a execução da presente pesquisa, meus sinceros agradecimentos.

“[...] Lute com determinação, abrace a vida com paixão, perca com classe e vença com ousadia, porque o mundo pertence a quem se atreve e a vida é muito para ser insignificante”.

CHARLES CHAPLIN

HEINEN, S. M. **Principais aspectos considerados por consumidores na aquisição de carne suína.** Trabalho de Conclusão de Curso - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Medianeira, 2013. Orientador (a): Profa. Msc. Rosana Aparecida da Silva Buzanello e Co-orientadora: Profa. Dra. Cristiane Canan.

RESUMO

A carne suína apresenta grande importância quanto ao consumo e a produção mundial, contudo, os índices de consumo no Brasil ainda são baixos. Assim, a avaliação de atributos considerados importantes por consumidores de carne suína na aquisição deste produto possibilita identificar a demanda do mercado consumidor. Este trabalho teve como objetivo identificar os principais aspectos considerados no momento da compra, por consumidores de carne suína residentes em algumas cidades da região Oeste do Paraná, mediante aplicação de pesquisa exploratória e descritiva. A primeira consistiu em um levantamento de referências sobre pesquisas com consumidores e a aplicação de questionário a dez profissionais do setor suinícola e, a segunda, consistiu de uma pesquisa com aplicação de questionário a cem consumidores de carne suína residentes nas cidades de Missal, Itaipulândia, Medianeira e São Miguel do Iguaçu, situadas na região Oeste do Paraná. A pesquisa exploratória permitiu identificar que os profissionais da suinocultura entrevistados demonstraram conhecer os fatores que interferem na qualidade da carne obtida e que algumas cidades da região estão ultrapassando a capacidade de absorção do mercado de produção de suínos. A pesquisa descritiva possibilitou verificar que todos os entrevistados consideram-se consumidores de carne suína, apesar de a maioria preferir carne bovina, sendo que 41% declararam consumir carne suína de 2 a 3 vezes por semana. Os cortes cárneos preferidos foram bisteca e costela, seguida do pernil, consumidos na maioria das vezes fritos ou assados. Itens como validade e registro de inspeção federal foram considerados os de maior importância no ato da compra e, o preço foi um dos menos importantes, sugerindo que os consumidores preocupam-se com a qualidade acima do valor econômico. Quanto aos aspectos sensoriais, a cor da carne foi a mais citada. A pesquisa contribuiu para o levantamento de características importantes consideradas pelos consumidores de carne suína e os resultados permitiram concluir que ações estratégicas poderiam ser lançadas para enfatizar os benefícios da qualidade da carne suína, permitindo que a mesma consiga alcançar um maior índice de preferência de consumo.

Palavras-chave: Carne Suína. Pesquisa Descritiva. Comportamento de Compra. Atributos de Qualidade.

HEINEN, S. M. **Aspects considered by consumers in the acquisition of swine meat.** 2013. Trabalho de Conclusão de Curso - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Medianeira, 2013. Orientador (a): Profa. Msc. Rosana Aparecida da Silva Buzanello e Co-orientadora: Profa. Dra. Cristiane Canan.

ABSTRACT

The swine meat has a great importance on the global production and consumption; however, consumption rates in Brazil are still low. Thus, the evaluation of attributes considered important by consumers of swine meat in the purchase of this product helps identify the consumer market demand. This study aimed to identify the main issues considered at the time of purchase by consumers of swine meat residents in some cities from Western Paraná, by applying exploratory and descriptive research. The first consisted of a study of references on research with consumers and application of a questionnaire to ten pig sector professionals, and the second consisted of a research using a questionnaire to one hundred consumers of swine meat residents from cities of Missal, Medianeira, Itaipulândia and São Miguel do Iguçu, located in the Western region of Paraná. Exploratory research identified that professionals of pig farming interviewees demonstrated to know about the factors that affect the quality of meat obtained and some cities in the region are outpacing the absorption capacity of the market pig production. Descriptive research enabled us to verify that all interviewees are considered consumers of swine meat, though most prefer beef, and 41% reported consuming swine meat 2-3 times a week. The meat cuts most preferred were bisteca and rib, followed by ham, consumed most often fried or baked. Items such as validity and Federal Registry of Inspection were considered the most important at the purchase and the price was one of the least important, suggesting that consumers are concerned about the quality of the above economic value. Regarding the sensory aspects, meat color was the most cited. The research contributed to the survey characteristics considered important by consumers of swine meat, and the results showed that strategic actions could be taken for emphasizing the benefits of swine meat quality, allowing it to be able to achieve a higher degree of consumer preference.

Keywords: Swine Meat. Descriptive Research. Buying Behavior. Quality Attributes.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Corte cárneo suíno (bisteca magra)	17
Figura 2. Principais cortes cárneos suínos	20
Figura 3. Tipo de carne de maior preferência para o consumo.	34
Figura 4. Frequência de consumo de carne suína.	36
Figura 5. Modo de preparo da carne suína para o consumo.	37
Figura 6. Cortes cárneos suínos mais apreciados pelos consumidores.	37
Figura 7. Média de importância dos aspectos x média de importância geral.	41

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Composição aproximada de carnes a partir de diversas fontes.....	15
Tabela 2. Faixa etária dos entrevistados.....	32
Tabela 3. Escolaridade dos entrevistados.	33
Tabela 4. Renda familiar dos entrevistados.....	33
Tabela 5. Profissão dos entrevistados.....	34
Tabela 6. Grau importância dos aspectos gerais considerados durante a compra...39	
Tabela 7. Níveis de importância dos aspectos gerais considerados no momento da compra da carne suína.	39
Tabela 8. Ordem de importância dos atributos sensoriais considerados pelos consumidores no momento da compra de carne suína.....	42
Tabela 9. Nível de importância atributos aos aspectos sensoriais.....	42

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 OBJETIVOS	13
2.1 OBJETIVO GERAL	13
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
3 REVISÃO DE LITERATURA	14
3.1 CARNE SUÍNA	14
3.1.1 Aspectos gerais e sensoriais da carne suína	16
3.1.2 Cortes cárneos suínos.....	19
3.2 CONSUMIDOR DE CARNE SUÍNA	20
4 METODOLOGIA	27
4.1 PESQUISA EXPLORATÓRIA	27
4.2 PESQUISA DESCRITIVA.....	27
5 RESULTADOS E DISCUSSÃO	29
5.1 PESQUISA EXPLORATÓRIA	29
5.2 PESQUISA DESCRITIVA.....	32
6 CONCLUSÕES	44
REFERÊNCIAS	46
APÊNDICES	51

1 INTRODUÇÃO

A suinocultura é uma das atividades da agropecuária mais difundida e produzida no mundo todo, sendo a carne suína uma das proteínas animais mais consumida nos diversos continentes, representando grande importância econômica em diversos países (THOMS et al., 2010).

A produção mundial de carne suína alcançou as 104,363 milhões de toneladas em 2012, sendo a China foi país que ocupou a primeira posição em produção mundial, seguido do bloco da União Europeia e em terceiro lugar os Estados Unidos da América. A produção de carne suína no Brasil representou 3,1% da produção mundial (SEAB, 2013).

Comparando o consumo da carne suína no Brasil com os demais tipos de carne, como a bovina e a de aves, por exemplo, a carne suína ainda apresenta um consumo menor no país. Conforme Horta et al. (2010) o menor consumo de carne suína no Brasil pode estar relacionado em grande parte aos mitos e lendas relacionados as possíveis efeitos deletérios da carne suína sobre a saúde do consumidor.

Bezerra et al. (2007) e Falleiros, Miguel e Gameiro (2008) comentam que existe a formação de uma imagem negativa associada à carne suína, tais como, “a carne suína é muito gorda”, “com alto nível de colesterol” e de “difícil digestão”, resultante de uma série de fatores culturais e educacionais enraizados na sociedade brasileira, transmitidos de geração para geração, sem bases científicas. Isto demonstra a importância da avaliação do perfil consumidor em questão e do desenvolvimento de ações de *marketing* para a quebra efetiva destes paradigmas.

Dados do IBGE (2011) apontam o Paraná como o detentor de 13,9% do rebanho nacional de suínos, sendo o terceiro maior rebanho do país. Hack et al. (2011) comentam que a produção de suínos no Paraná se faz presente desde o início da colonização, principalmente na região Oeste, quando era apenas uma atividade de subsistência para as famílias e, posteriormente, se tornou uma fonte de renda familiar.

Em virtude da importância da produção e consumo da carne suína no país e, em especial, na região Oeste do Paraná, faz-se necessária a análise da avaliação dos atributos considerados importantes pelo consumidor no momento da compra da

mesma, com o intuito de identificar a demanda do mercado consumidor. De acordo com Zamberlan (2002) a preocupação e atenção por parte dos consumidores a respeito de questões que envolvem as características dos alimentos são crescentes. Isso propicia um aumento da preocupação da indústria, bem como, de todos os agentes da cadeia produtiva, em conhecer melhor a população e atender aos requisitos e especificações exigidos por ela.

Além da preocupação com a segurança sanitária dos produtos cárneos, o comportamento dos consumidores é influenciado pelas questões relacionadas à saúde e nutrição. Entretanto, estas informações nem sempre estão disponíveis nas embalagens de carne suína *in natura*, comercializada em açougues, casas de carnes ou supermercados. A maioria dos produtos cárneos suínos é vendida a granel sem informações minuciosas no momento do fracionamento dos cortes, dificultando também a caracterização do produto que se está adquirindo.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Desenvolver pesquisa de campo com consumidores de carne suína residentes em algumas cidades situadas na região Oeste do Paraná, mediante aplicação de um questionário, avaliando os requisitos, atributos e informações relevantes por parte dos mesmos, com o intuito de caracterizar os consumidores de carne suína da região.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar pesquisa exploratória com profissionais da área da suinocultura quanto às principais características relevantes em relação ao consumo de carne suína;
- Desenvolver uma pesquisa de campo na forma de um questionário para coleta de dados com os consumidores de carne suína em cidades situadas na região Oeste do Paraná;
- Identificar os principais aspectos considerados pelos consumidores de carne suína no momento da aquisição deste produto;
- Avaliar os índices de importância dos aspectos do alimento que são levados em consideração durante a compra;
- Proceder a análise dos dados obtidos.

3 REVISÃO DE LITERATURA

3.1 CARNE SUÍNA

A carne é o alimento resultante dos processos de transformações bioquímicas e físico-químicas do músculo após o abate.

A carne constitui um alimento nobre para o homem, dadas à produção de energia, a função plástica na formação de novos tecidos orgânicos e a regulação dos processos fisiológicos. Em especial, a carne suína representa uma excelente fonte de proteínas, de alto valor biológico, contribuindo na dieta por apresentar todos os aminoácidos essenciais e vitaminas do complexo B fundamentais ao funcionamento do organismo, além de apresentar boa digestibilidade (PARDI et al., 2005).

Segundo Pardi et al. (2005) a carne é constituída por proteínas ricas em aminoácidos essenciais e sua composição apresenta forma relativamente constante no conteúdo de proteínas, lipídios, sais minerais e umidade. Conforme Pardi et al. (2005) e Damodaran, Parkin e Fennema (2010) a composição química da carne é muito variável em função da espécie, raça, sexo, idade, estado nutricional e nível de atividade do animal, de modo que, a raça representa o fator que exerce acentuada influência quanto ao conteúdo de gordura acumulada.

Pardi et al. (2005) comenta que a idade dos animais também exerce importância relevante, onde, a carne oriunda de animais mais jovens geralmente devem apresentar um conteúdo de umidade maior e menores teores de gordura, proteína e sais minerais, em relação aos adultos, além de serem menos predispostos ao acúmulo de gordura subcutânea e intermuscular. Quanto ao sexo, as fêmeas apresentam maior predisposição para a formação da gordura que os machos inteiros e os animais castrados tendem ao maior acúmulo de gordura.

A Tabela 1 apresenta a composição química aproximada da carne de diversas fontes animais.

Tabela 1. Composição aproximada de carnes a partir de diversas fontes^a.

	Carne Vermelha			Aves		Peixes	
	Bovina	Suína	Cordeiro	Frango	Peru	Bacalhau	Atum
Água	70,62	72,34	73,42	74,76	75,12	81,22	68,09
Proteína	20,78	21,07	20,29	23,09	24,60	17,81	23,33
Lipídios	6,16	5,88	5,25	1,24	0,65	0,67	4,90
Cinzas	1,02	1,04	1,06	1,02	1,02	1,16	1,18

^a Percentagem em massa da porção comestível.

Fonte: Damodaran, Parkin e Fennema (2010).

Alguns autores relatam que ainda existem mitos e preconceitos em relação à carne suína (BEZERRA et al., 2007; FALLEIROS; MIGUEL; GAMEIRO, 2008), sendo considerada uma carne “gorda”, porém, conforme pode ser observado na Tabela 1, a carne suína apresenta um conteúdo de lipídios inferior a da carne bovina e, um pouco superior a de cordeiro, contrariando o mito de que a carne suína é extremamente rica em lipídios.

O conteúdo de gordura intramuscular é uma característica muito importante para a satisfação do consumidor da carne suína (MONTEIRO, 2007). Conforme Pardi et al. (2005) os lipídios apresentam um importante papel na alimentação, em função de seu valor energético, ácidos graxos essenciais, vitaminas lipossolúveis e fosfolipídios, ao lado de características organolépticas especiais, como pela sua textura, sabor e aplicações culinárias.

A carne é pobre em vitamina C e rica em vitaminas do grupo B, principalmente a tiamina, a riboflavina e a niacina, que são vitaminas hidrossolúveis. Os glicídios são escassos no organismo animal. A maior parte dos carboidratos localiza-se nos músculos e no fígado, sob a forma de glicogênio muscular. O conteúdo de água se caracteriza como um dos principais componentes da carne, não somente pelo seu elevado teor, como também, por uma série de propriedades funcionais de interesse higiênico-sanitário e tecnológico. Dentre as substâncias minerais da carne, o fósforo e o potássio predominam quantitativamente, seguidos do sódio e magnésio e, seguida do cálcio e do ferro, além de conter cloro, enxofre e silício (PARDI et al., 1996).

Bridi et al. (2006) comenta que a carne suína representa uma fonte de proteína animal muito consumida no mundo todo.

A carne suína é composta basicamente de tecido muscular e tecidos anexos, principalmente de variados tipos de tecido conjuntivo e em menor proporção o tecido nervoso e o tecido epitelial. A unidade estrutural do tecido muscular é constituída pela fibra muscular, representando aproximadamente de 75 a 92% de seu volume total (MAGNONI; PIMENTEL, 2007).

No período compreendido entre o ciclo do animal destinado ao abate até o seu sacrifício, uma série de fatores influencia na qualidade da carne suína, sejam fatores relacionados com a genética, bem estar animal, o manejo alimentar, a idade, o sexo, as condições na qual o animal será submetido ao abate entre outros aspectos. Mudanças bioquímicas ocorridas durante a transformação do músculo em carne podem influenciar as características da carne suína como o sabor, a textura, o aroma e a suculência (SARCINELLI et al., 2007; TRUOCCHIO; ANTONIALLI, 2008). Assim, a qualidade e a segurança do processamento da carne suína dependem fundamentalmente da qualidade da matéria-prima utilizada no processamento, em função de a mesma depender de uma série de fatores ambientais e genéticos.

3.1.1 Aspectos gerais e sensoriais da carne suína

Inúmeros fatores são considerados pelos consumidores no momento da aquisição da carne. Daguer (2009) comenta que fatores como preço, cor, corte, teor de gordura, aparência da embalagem, dentre outros, são importantes na avaliação da qualidade da carne, por exemplo. Além disso, após a compra, atributos sensoriais como suculência, maciez e sabor determinam se o consumidor voltará a comprar o produto. A importância dos atributos é influenciada pelo consumidor e pelas preferências regionais, entre seus hábitos, costumes ou na capacidade de garantir informações a respeito da qualidade do produto.

Dentre os aspectos sensoriais, a cor representa um grande atrativo no momento da compra da carne. A cor da carne fresca tem a função de atrair o consumidor e determinar sua impressão no momento da compra.

Segundo Pardi et al. (2005) a cor da carne é devido sobretudo a mioglobina e, em menor grau a hemoglobina, se acaso a sangria tenha sido imperfeita. Caso o animal tenha sido bem sangrado, no tecido muscular a mioglobina contribui com um

percentual de 80 a 90% do pigmento total. A quantidade de mioglobina existente nos músculos varia de acordo com a espécie, sexo, idade e atividade física exercida pelo animal.

A Figura 1 apresenta a bisteca magra, um corte cárneo suíno especial, com o intuito de representar o aspecto visual comum da carne suína.



**Figura 1. Corte cárneo suíno (bisteca magra).
Fonte: ABIPECS, (2013).**

A carne de suínos caracteriza-se por possuir cor uniforme, entre rosada e avermelhada, conforme pode ser observado na Figura 1, possuindo uma pequena camada de gordura branca.

Monteiro (2007) citando Hunter Associates Laboratory (2007) comenta que a cor é uma característica de natureza tridimensional, consistindo em três atributos, chamados de luminosidade, tonalidade e saturação. A tonalidade é caracterizada na qualidade da cor, permitindo diferenciar as cores e distinguir o vermelho do verde, o azul do amarelo. A saturação caracteriza-se pela quantidade de uma tonalidade, indicando a proporção em que ela está misturada com o branco, cinza ou preto. A luminosidade indica se as cores são claras ou escuras e distingue o grau de claridade da cor.

A carne suína de cor branca não atende as expectativas dos consumidores, que relacionam e identificam na carne, a presença de excesso de gordura ou palidez, sendo, este excesso de palidez associada à perda de água, como no caso das carnes PSE (do inglês *Pale, Soft and Exudative* – Pálida, Flácida e Exsudativa),

e a baixo rendimento após o cozimento, ou seja, baixo rendimento tecnológico e baixa qualidade nutricional (IRLANG, 2008).

Outro aspecto sensorial que influencia a compra da carne é a textura. Pardi et al. (2005) define que a textura da carne está relacionada ao tamanho aparente dos feixes musculares tomando uma forma peculiar conhecida como “grão de carne” que, por sua vez, influencia na maior ou menor resistência a mastigação, de modo que, com o aumento da espessura das fâscias do tecido conjuntivo e do tamanho das fibras e feixes musculares contribui para que a superfície de corte transversal dos músculos mostre uma textura grosseira, indesejável a carne.

A textura da carne suína pode ser alterada em função de alguns fatores pré-abate. Segundo Culau et al. (2002) alguns suínos são muito sensíveis ao estresse, acometidos pela síndrome PSS (do inglês *Porcine Stress Syndrome* – Síndrome do Estresse Suíno), por diversas vezes desencadeada por fatores como os exercícios, desmame, cópula, transporte, mistura com outros animais e, principalmente, manejo pré-abate. Uma das causas desta pré-disposição ao estresse está relacionada com a presença do gene halotano, responsável também pela produção de carcaças com maior produção de carne magra, contudo, relacionada à quantidade de carne PSE, representando um grave problema para a indústria de carnes e influenciando nos aspectos sensoriais.

A suculência é um atributo sensorial muito importante na avaliação da intenção de compra de um produto. Irlang (2008) afirma que as principais fontes da suculência da carne são os lipídios intramusculares e a água. Carnes que apresentam baixa retenção de água após o seu preparo perdem suculência e tem o sabor alterado.

Conforme Pardi et al. (2005) a sensação de umidade na suculência da carne cozida observada nos primeiros movimentos de mastigação está relacionada a rápida liberação de líquido pela carne, mantida devido principalmente à gordura, estimulante da salivação. Desta forma, a gordura intramuscular atua como uma barreira contra a perda do suco muscular durante o cozimento, aumentando a retenção de água pela carne e também a suculência, ou seja, a gordura intramuscular aumenta a sensação de suculência na carne.

O sabor e o aroma da carne influenciam a decisão de compra do consumidor e podem indicar o grau de deterioração ou de frescor do alimento no momento da compra. Segundo Pardi et al. (2005) o aroma e o sabor da carne podem ser

determinados por fatores pré-abate como espécie, idade, sexo, raça, alimentação e manejo, além de outros fatores como pH final do músculo, condições de resfriamento, armazenamento e procedimento culinário, como o modo de preparo.

3.1.2 Cortes cárneos suínos

O consumo de um tipo de carne em especial também pode estar relacionado à disponibilidade de cortes existentes no mercado, de modo que alguns são mais preferidos que outros, em função da praticidade, qualidade e atributos sensoriais.

Em relação aos cortes cárneos suínos, observa-se grande variedade de cortes, além da existência de miúdos, muito utilizados na fabricação de outros produtos cárneos. Sarcinelli et al. (2007) comenta que um dos melhores cortes suínos é o pernil, muito utilizado para pratos assados e, principalmente, na fabricação de presuntos. Todas as partes do suíno são praticamente aproveitáveis seja toucinho, orelhas, pés, rabos, retalhos suínos, muitos vendidos no kit feijoada, ou ainda podem ser encontrados para serem vendidos separadamente.

Conforme Sarcinelli et al. (2007) o processamento da carne suína necessita de ambiente climatizado para sua execução com temperaturas variando de 10 a 15°C, com local e equipamentos higienizados, manipuladores treinados e capacitados, realizando a desossa e separação dos cortes para fins específicos. Dentre os cortes realizados destacam-se perna, pernil, bisteca, paleta, pescoço, sobrepaleta, barriga, costela e, outras partes, como toucinho, banha, miudezas (pés, orelhas, focinhos, rabos, etc.), cabeça e papada. Contudo, nem todos os cortes oferecem preços acessíveis a todos os consumidores com frequência.

A Figura 2 apresenta o mapa do suíno com os principais cortes cárneos disponíveis.

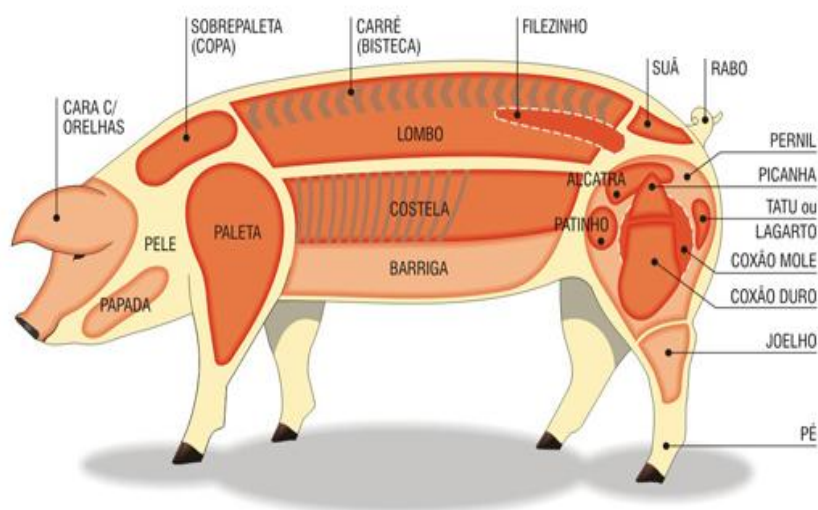


Figura 2. Principais cortes cárneos suínos.
Fonte: Carnes, (2012).

Segundo ABIPECS (2010) a estrutura da carcaça suína é rigorosamente igual à bovina, inclusive na denominação da grande maioria de seus cortes gastronômicos. Desta forma, a reação por parte do consumidor é favorável em função de obter a mesma nomenclatura para os dois tipos de carne, estando familiarizado com as denominações. Assim, mediante o conhecimento da nomenclatura, semelhante a da carne bovina, indica ao consumidor possibilidades de uso do produto que ele já conhece, já sabe preparar, apenas não havia pensado sobre o assunto antes.

3.2 CONSUMIDOR DE CARNE SUÍNA

A carne suína vem liderando há décadas o *ranking* mundial de proteína animal, devido às suas características peculiares permitindo a oferta de grande variedade de produtos para diversas opções de consumo. Tem resultado em pleno atendimento a versatilidade da carne suína na demanda por produtos práticos, na alimentação humana e com índices de produção maiores em relação à carne de aves e bovinas (DAGUER, 2009).

Em 2012, foram produzidas 104,363 milhões de toneladas de carne suína no mundo. Dentre os maiores produtores de carne suína, a China ocupou a primeira

posição, sendo responsável por aproximadamente 50% do total de carne suína produzido no mundo. O bloco da União Europeia, constituído de 27 países, foi o segundo maior produtor tendo uma produção de 22,750 milhões de toneladas. Os Estados Unidos foi o terceiro maior produtor com 10,575 milhões de toneladas. O Brasil representa 3,1% da produção mundial (SEAB, 2013).

Em virtude de o Brasil ser um dos maiores produtores de grãos, uma das condições primárias para sustentação da cadeia suinícola, Bridi et al. (2006) comentou que o Brasil poderia ser apontado como o país que lideraria a produção mundial de suínos.

Segundo a Associação Brasileira da Indústria Produtora e Exportadora de Carne Suína - ABIPECS (2011) a produção brasileira de carne suína foi de 3,2 milhões de toneladas em 2010, sendo exportada deste total, cerca de 560 mil toneladas, para países como Rússia, Ucrânia, Cingapura, Hong Kong e África do Sul. Apesar da grande demanda pelo produto brasileiro no exterior, a carne suína ainda é pouco consumida no Brasil, quando comparada à carne bovina e à carne de frango. O consumo *per capita* de carne suína no Brasil foi de 14,9 kg (habitante/ano) em 2011, sendo cerca de três vezes inferior ao da carne de frango de aproximadamente de duas vezes inferior ao da carne bovina (CONAB, 2013).

A preocupação com a qualidade dos alimentos ingeridos é crescente por parte dos consumidores, especialmente para os consumidores mais exigentes do mercado. Segundo Trucchio e Antonialli (2008) o consumidor é que determina o que quer comprar e o mercado deve se adequar as demandas dos consumidores. Desta forma, a qualidade para o consumidor atual não é mais um diferencial, mas sim uma obrigação do mercado produtor e está relacionada ao fator preço na decisão de compra. Assim, o mercado necessita adequar-se as exigências dos consumidores modernos que buscam produtos de alta qualidade, e de maior valor agregado e produtos de maior conveniência.

O desenvolvimento de uma pesquisa de mercado precisa ser realizado de modo a conhecer e analisar o perfil dos consumidores, compreender o comportamento dos mesmos, conhecer a idade, renda, classe social, nível de educação, gosto dos consumidores, identificar seus hábitos, os desejos e satisfação em relação ao produto, dentre outros fatores que influenciam no consumo (MAZZUCHETTI; BATALHA, 2004).

O desenvolvimento de novos produtos, incluindo produtos como a carne *in natura*, deve ser realizado de acordo com as exigências dos consumidores. Portanto, o conhecimento sobre as preferências dos consumidores, a aceitação e comportamento de escolha é crucial para a indústria em seu objetivo de produzir carne de alta qualidade (AASLYNG et al., 2007). Mazzuchetti e Batalha (2004) destacam que a satisfação do cliente está em primeiro lugar, considerando que o comportamento do consumidor possibilita à empresa a adoção da melhor estratégia de *marketing*.

Segundo Zamberlan (2002) os atributos de um produto são estímulos que influenciam o consumidor em sua tomada de decisão de compra, sendo os mesmos avaliados em função de seus próprios valores, crenças ou experiências. Grunert (2006) discute as tendências de atitudes de consumo e estilos de vida dos consumidores relacionados ao consumo de carne e, comenta que uma das tendências identificadas é a importância crescente das indicações extrínsecas quanto à percepção da qualidade da carne por parte dos consumidores. Desta forma, o conhecimento dos requisitos de importância na compra da carne suína por parte do consumidor permite configurar a situação da mesma na região, bem como, o que pode ser melhorado para que seus índices de consumo sejam superados.

Bryhni et al. (2003) mencionam que é de grande importância para as indústrias de alimentos que utilizam a carne suína como matéria-prima, conhecerem a preferência dos consumidores por esse produto, no sentido de alcançar a demanda dos consumidores. Para tanto, a utilização de pesquisas com o público-alvo podem auxiliar na identificação das preferências dos consumidores.

O levantamento de informações preliminares a respeito de determinadas condições, que serão objeto de estudo, pode ser obtido mediante o desenvolvimento de pesquisas exploratórias.

A pesquisa exploratória consiste em proporcionar um maior conhecimento para o pesquisador a cerca do assunto, a fim de que se possa formular problemas mais precisos ou criar hipóteses que possam ser pesquisadas em estudos posteriores. Este tipo de pesquisa pode ser caracterizada como uma coleta de material bibliográfico e/ou a realização de entrevistas com pessoas com experiência prática na área de interesse e análise de exemplos que estimulem a compreensão, com a finalidade básica de desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias para a formulação de abordagens posteriores (PIOVESAN; TEMPORINI, 1995; GIL,

2009). Assim, a pesquisa exploratória permite superar as barreiras existentes e auxilia a conseguir alcançar resultados mais delineados.

A definição de características e fatores relacionados a uma população amostral pode ser conseguida pela aplicação de pesquisas descritivas.

Segundo Gil (2009) uma pesquisa descritiva tem como principal objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno e ainda, a possibilidade de estabelecimento de relações entre as variáveis. Esta metodologia permite uma determinação mais consistente das informações necessárias a serem obtidas, segundo o objeto de estudo.

Zamberlan (2002) comenta que pesquisas relacionadas à identificação de segmentos, tais como os relacionados à segurança alimentar, preocupam-se em captar a opinião do consumidor relacionando-a com a valorização de características presentes nos alimentos que possam influenciar a escolha e aspectos relacionados à saúde do indivíduo. Deste modo, a utilização de uma pesquisa descritiva apresenta-se como alternativa para este tipo de identificação.

Diversos autores estudaram o perfil, características e atributos considerados importantes no momento da compra de carne suína com consumidores de diferenciadas regiões do Brasil e do mundo.

Zamberlan (2002) desenvolveu uma pesquisa sobre a influência do atributo de segurança na identificação de segmentos de consumidores de carne suína da Região Fronteira Noroeste do Rio Grande do Sul. O autor verificou que os consumidores atribuem um elevado nível de importância para a segurança do alimento, o que está relacionado ao fato de a carne suína ser considerada ainda por muitos consumidores, como de alto grau de risco e observou que os consumidores ainda demonstram algumas restrições, pela antiga forma de criação destes animais, com poucos cuidados sanitários. O que isso demonstra que as empresas e produtores devem deixar explícitos os avanços alcançados no setor da suinocultura, desmistificando este preconceito existente.

O estudo de Zamberlan (2002) foi complementado posteriormente por Zamberlan; Sparemberger (2003) mediante uma pesquisa relacionada ao mercado suínico e sobre a presença de uma assimetria de informações durante o processo de escolha pelo consumidor de carne suína da Região Noroeste do Rio Grande do Sul, mediante aplicação de entrevistas para avaliar a importância dos diferentes atributos da carne suína, observados pelos consumidores no momento da compra.

Os consumidores atribuíram um elevado nível de importância para a segurança dos alimentos, contudo em virtude da existência da assimetria de informações, não apresentam condições para avaliar a sanidade deste produto.

Bezerra et al. (2007) desenvolveram uma pesquisa para caracterizar o perfil dos consumidores e o mercado de carne suína da microrregião de Campina Grande, Paraíba. Os autores buscaram informações se os consumidores eram consumidores de carne suína ou não, onde 78,25% consumiam carne suína e 21,75% não, sendo que, destes que demonstraram não serem consumidores de carne suína, 40,23% alegaram serem vegetarianos, 21,68% consideram a carne suína gordurosa, 12% julgam que a mesma faz mal, 11,9% apresentam restrição médica, 10% relacionaram a questões de saúde, e 4,6% levantaram questões de regime de emagrecimento. Estes resultados possibilitaram identificar que os consumidores da microrregião de Campina Grande que evitam o consumo de carne suína e derivados não o fazem pela falta de informação quanto à procedência e quanto aos aspectos de qualidade nutricional dessa carne. Estes resultados demonstram que os consumidores ainda apresentam preconceitos relacionados ao consumo da carne suína.

Penna (2008) realizou um levantamento bibliográfico visando analisar questões relacionadas à busca pela elevação do consumo de carne suína no Brasil. O estudo concluiu que ao longo dos anos, a gestão da suinocultura nacional vem passando de uma visão de foco interno para uma administração que preza a interação ambiental onde os determinantes externos passam a gerir estas empresas rurais.

Falleiros, Miguel e Gameiro (2008) objetivaram avaliar o grau de informação dos consumidores em relação à carne suína *in natura* por meio de questionários ressaltando os pontos relevantes como a frequência de consumo, conhecimentos sobre a produção e enfermidades relacionadas ao seu consumo. Os autores observaram que inicialmente, a maioria dos entrevistados apontou que os problemas de imagem da carne suína eram devido, basicamente, ao fato da carne suína ser vista como “mais gorda”, de “pior sabor”, “menos saudável”, de “menor qualidade geral” e responsável por “diversas doenças”. Contudo, estas visões não representam a realidade da carne suína, o que novamente aponta que alternativas para melhorar a visão do consumidor quanto ao alimento precisam ser apresentadas.

Verbeke et al. (2010) realizaram uma pesquisa com dois grupos de discussões relacionados a qualidade da carne suína (*Q-PorkChains*) e bovina (*ProSafeBeef*). O primeiro foi realizado com grupos de consumidores localizados em capitais da Alemanha, Espanha, França e Reino Unido, visando um levantamento de dados qualitativos quanto ao consumo de carnes. O segundo foi realizado com uma base de dados via internet, realizada em larga escala, com entrevistados localizados nos países Bélgica, Dinamarca, Alemanha, Grécia e Polônia, objetivando a obtenção de dados qualitativos, em relação ao consumo de carne suína. Os resultados finais demonstraram que os consumidores consideram a carne um componente importante na saúde e na dieta, além de mostrarem-se apoiadores do desenvolvimento de tecnologias que objetivem melhorar os atributos de saúde de produtos cárneos e a garantia de uma alimentação de qualidade.

Thoms et al. (2010) avaliaram o perfil e consumo de atributos de qualidade das principais espécies de carne consumidas no Brasil, com enfoque na carne suína, por estudantes da cidade de Irati, Paraná, mediante aplicação de questionário. Os autores observaram maior preferência de consumo pela carne bovina e a carne suína foi preferida por 33% dos estudantes. Os resultados apontaram que o consumo de carne suína pelos estudantes é limitado, sendo importante o emprego de estratégias que busquem apresentar sua real qualidade, especialmente aos jovens, que irão constituir o perfil do futuro consumidor de carnes no País.

Rodrigues et al. (2011) desenvolveram um estudo sobre a avaliação do consumo de carne suína de acadêmicos dos cursos de medicina, veterinária, agronomia e zootecnia da Universidade Federal de Pelotas, Rio Grande do Sul. Os resultados permitiram concluir a existência de uma visão errônea sobre a carne suína, limitando seu consumo dentre os estudantes pesquisados, o que sugere a realização de uma maior divulgação pela mídia visando apresentar as características e qualidades atuais do suíno e incentivar o seu consumo.

Santos et al. (2011) avaliaram o perfil dos consumidores de carne suína no município de Aquidauana no estado do Mato Grosso do Sul, onde os resultados expressaram a preferência dos consumidores pela carne bovina, mencionada por 96% dos consumidores, seguida da carne de frango e da carne de pescado e, por último a carne suína. A maior frequência de consumo de carne suína foi de uma vez ao mês e os motivos para não consumir carne suína foram relacionados ao fato de

ser uma carne pouco apreciada, e ser considerado um alimento que faz mal a saúde devido ao alto teor de gordura e colesterol.

Assim, a avaliação das características levadas em consideração no momento da compra, pelos consumidores de carne suína na região Oeste do Paraná, poderá auxiliar na perspectiva do modo em que o alimento é visto e pode ser utilizada como ferramenta para os frigoríficos da região, para o delineamento dos aspectos a serem melhorados na produção e comercialização de seus produtos e dos respectivos cortes.

4 METODOLOGIA

4.1 PESQUISA EXPLORATÓRIA

A pesquisa exploratória foi desenvolvida em dois momentos. O primeiro consistiu de um levantamento bibliográfico referente ao sistema agroalimentar, com destaque no segmento da suinocultura, conforme apresentado na Revisão de Literatura, no item 3.2.

Em um segundo momento, uma pesquisa exploratória foi realizada com profissionais da área de suinocultura, consistindo de dois veterinários, quatro empresários e quatro suinocultores atuantes na região Oeste do Paraná.

O questionário aplicado encontra-se disponível no Apêndice B. Este questionário foi desenvolvido com o intuito de obter informações relevantes quanto à situação da suinocultura da região com o intuito de avaliar os aspectos da qualidade da carne suína e definir os atributos e as dimensões mais importantes para a avaliação do ponto de vista do consumidor.

4.2 PESQUISA DESCRITIVA

Após levantamento bibliográfico e pesquisa exploratória com os profissionais da suinocultura, foi realizada uma pesquisa descritiva com 100 consumidores da região Oeste do Paraná, residentes nas cidades de Itaipulândia, Missal, Medianeira e São Miguel do Iguaçu, mediante aplicação de questionário, disponível no Apêndice D.

Os entrevistados foram abordados em açougues de supermercados da região, nas cidades anteriormente mencionadas, e alguns foram abordados na própria UTFPR – Câmpus Medianeira, durante o período de tempo de junho a julho de 2013.

Os dados foram analisados e expressos em porcentagem, utilizando o programa Microsoft Office Excel 2007.

O questionário foi desenvolvido com o objetivo de identificar a preocupação dos consumidores de carne suína com os aspectos considerados mais importantes pelos mesmos no momento da compra deste alimento.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1 PESQUISA EXPLORATÓRIA

Dentre os questionamentos realizados, perguntou-se quanto aos cuidados sanitários e atributos de segurança que a carne suína deve apresentar para que possa ser consumida. Dos dez entrevistados, quatro mencionaram a importância da vacinação preventiva, e alguns destacaram a importância da quantidade aplicada e da sua validade. Além disso, foi comentado sobre a importância da aplicação de medicamentos que não interfiram na qualidade da carne e que seja respeitado o período de carência antes do abate do animal. Seguem algumas das citações de alguns entrevistados:

“Os animais devem ser acompanhados desde a gestação até o abate, com controle de medicamentos e total ausência de medicamentos com poder residual, ex.: tetraciclina.”

“Ter procedência de estabelecimento por órgãos competentes (SIF, SIP, ou SIM), isto vai garantir que os animais tiveram um acompanhamento/avaliação pré-abate garantindo sua origem e sanidade”.

Em função do bem estar animal antes e durante o abate interferirem significativamente na qualidade da carne obtida, perguntou-se aos profissionais da área de suinocultura quais os critérios adotados para produzir uma carne com qualidade, em relação ao bem estar animal. Seis entrevistados destacaram a importância dos cuidados de manejo pré-abate tanto durante o transporte dos animais quanto ao descarregamento, com o intuito de minimizar o estresse, sendo este o fator que exerce grande influência na qualidade da carne, principalmente em relação aos suínos, animais que se estressam com maior facilidade. Outros fatores mencionados foram os cuidados relacionados à sanidade do animal, bom manejo na granja, qualidade da alimentação oferecida e respeito da dieta hídrica.

Estas informações sugerem que os profissionais da área suinícola compreendem as exigências do mercado quanto à oferta de produtos de qualidade e livre de riscos à saúde do consumidor.

Perguntou-se aos profissionais, quais os pontos positivos e negativos da carne suína, de acordo com a opinião dos mesmos, que são levados em consideração no momento da compra pelo consumidor. Dentre os entrevistados, um dos pontos positivos mais citados foi o custo acessível, além da aparência e do sabor. Como pontos negativos, algumas das citações referiram-se a falta de informações nos rótulos, porém, em carnes de um modo geral e não somente em relação à carne suína. Apesar de os frigoríficos comercializarem seus produtos a granel aos estabelecimentos comerciais, com embalagem institucional e com rotulagem específica, uma problemática enfrentada pelos consumidores é a comercialização de cortes suínos fracionados no ponto de venda, onde os mesmos não apresentam um rótulo com as informações nutricionais nem outras informações relevantes.

Pelo fato de a suinocultura estar se destacando na região Oeste do Paraná, perguntou-se aos profissionais se haveriam perspectivas em relação às novas tecnologias aplicadas a suinocultura. Uma das tecnologias citadas foi à apresentação de novos cortes e da obtenção de novos produtos utilizando carne suína, bem como, o melhoramento genético de suínos, com o intuito da produção de carne suína com qualidade superior.

Um dos empresários entrevistados comentou:

“A suinocultura vem numa crescente evolução tecnológica no sistema de produção e insumos utilizados para a produção. Tem se observado melhoras significativas como na genética, nos equipamentos utilizados nas granjas de produção, na alimentação, nas vacinas, medicamentos. E acredito que este processo de melhora tem muito a evoluir. Observamos o funcionamento de produção em mais de um sítio, se comparamos com o sistema de tempos atrás com ciclo completo, depois os iniciadores e terminadores, e agora temos os iniciadores, crechário e terminadores, isto tudo para melhorar o padrão dos animais, e um maior controle sanitário na produção.”

Perguntou-se também quanto à suinocultura da região Oeste do Paraná, em relação à situação de seu crescimento em relação à produção e ao mercado. Alguns entrevistados comentaram que a produção de alguns municípios da região já alcançou seu limite de produção, de modo que, a produção da região cresceu muito

nos últimos anos. Um dos veterinários entrevistados citou que “*no Oeste do Paraná a produção é altamente tecnificada, porém já está ultrapassando a capacidade de absorção do mercado.*” Isto pode estar relacionado com a demanda na produção de suínos, atingindo bons índices de produtividade. Em contrapartida, a concentração da atividade no setor da suinocultura nos municípios do Oeste do Paraná apresenta alto potencial poluidor, devido aos resíduos de dejetos produzidos pelos suínos que trouxe a poluição dos recursos hídricos e do solo, causando impactos ambientais. Por isso, os dejetos vêm se tornando um fator limitante, pois a produção de suínos aumentou gradativamente em um número cada vez menor de granjas e ocupando pequenas áreas rurais, sendo que muitas vezes estas pequenas áreas não suportam a disposição dos resíduos da atividade. Em alguns dos municípios onde se realizou a pesquisa, como Missal, por exemplo, já não possuem proporção de terra para a implantação de novas granjas para criação, pois os dejetos atingiram o manancial de abastecimento de água. Outros municípios, como Itaipulândia, estão quase no limite, por isso é necessário de licenciamento ambiental para validar o funcionamento da granja.

O último questionamento da pesquisa exploratória consistiu em questionar a respeito de quais os principais problemas e/ou desafios enfrentados no setor de suinocultura atualmente. Dentre as citações, destaca-se a seguinte:

“O problema enfrentado pela suinocultura é a falta de um menor custo nos insumos ou a fixação de preço do mesmo e a instabilidade nas produções de carne suína oscilando muito os preços pagos pelos países compradores”.

Além disso, os entrevistados comentaram como problema a importância de agregar valor ao produto final e a conquista de novos mercados, além do preço e da obtenção de novos cortes. Alguns suinocultores entrevistados citaram a oscilação do preço da carne uma problemática enfrentada na suinocultura.

5.2 PESQUISA DESCRITIVA

Com o intuito de caracterizar a população amostral da pesquisa, os dados obtidos levaram em conta as variáveis: sexo, faixa etária, estado civil, profissão, renda familiar e grau de escolaridade dos entrevistados. Conforme Zamberlan (2002), esse levantamento inicial durante a pesquisa faz-se importante para determinar as particularidades dos consumidores de carne suína e auxiliar na determinação dos segmentos do mercado.

Dos consumidores entrevistados 42% eram residentes da cidade de Medianeira, 23% da cidade de Missal, 20% da cidade de Itaipulândia e 15% da cidade de São Miguel do Iguaçu. Em relação ao perfil dos entrevistados, 60% dos mesmos foram mulheres.

A Tabela 2 apresenta a faixa etária dos entrevistados, a Tabela 3 apresenta o grau de escolaridade, a Tabela 4 apresenta a renda familiar e, a Tabela 5, a profissão dos mesmos.

Tabela 2. Faixa etária dos entrevistados.

Faixa etária	Entrevistados
17 a 20 anos	18%
21 a 24 anos	24%
25 a 28 anos	18%
29 a 32 anos	11%
33 a 36 anos	13%
37 a 40 anos	7%
41 a 44 anos	3%
45 a 48 anos	4%
49 a 52 anos	1%
53 a 57 anos	1%

Observando a Tabela 2, percebe-se que a faixa etária dos entrevistados situou-se entre 17 a 57 anos, indicando que 24% dos entrevistados eram compostos por pessoas com idade entre 21 a 24 anos. Deste modo, pode-se dizer que houve

uma distribuição heterogênea quanto à faixa etária entrevistada, sendo possível obter opiniões de um número representativo de pessoas de idades diferentes.

Tabela 3. Escolaridade dos entrevistados.

Escolaridade	Entrevistados
Primeiro grau incompleto	3%
Primeiro grau completo	0%
Segundo grau incompleto	1%
Segundo grau completo	5%
Superior incompleto	45%
Superior completo	46%

Mediante os resultados da Tabela 3, que apresenta o grau de escolaridade dos entrevistados, infere-se que grande parcela dos entrevistados possui curso superior completo (46%) e outra grande parcela (45%) mencionou apresentar curso superior incompleto. O grau de escolaridade pode ser largamente relacionado com o nível de informação dos consumidores.

Tabela 4. Renda familiar dos entrevistados.

Renda familiar	Entrevistados
Até 1 salário mínimo	2%
De 1 salário mínimo a 2 salários mínimos	15%
De 2 salários mínimos a 3 salários mínimos	29%
De 3 salários mínimos a 4 salários mínimos	24%
Acima de 4 salários mínimos	30%

Conforme Tabela 04, observa-se que a grande maioria dos entrevistados apresenta renda familiar acima de 2 salários mínimos, sendo que, 30% dos entrevistados informou apresentar uma renda acima de 4 salários mínimos. A renda é um fator que pode interferir quanto ao consumo de determinados alimentos, em função do preço e do poder de compra de cada família.

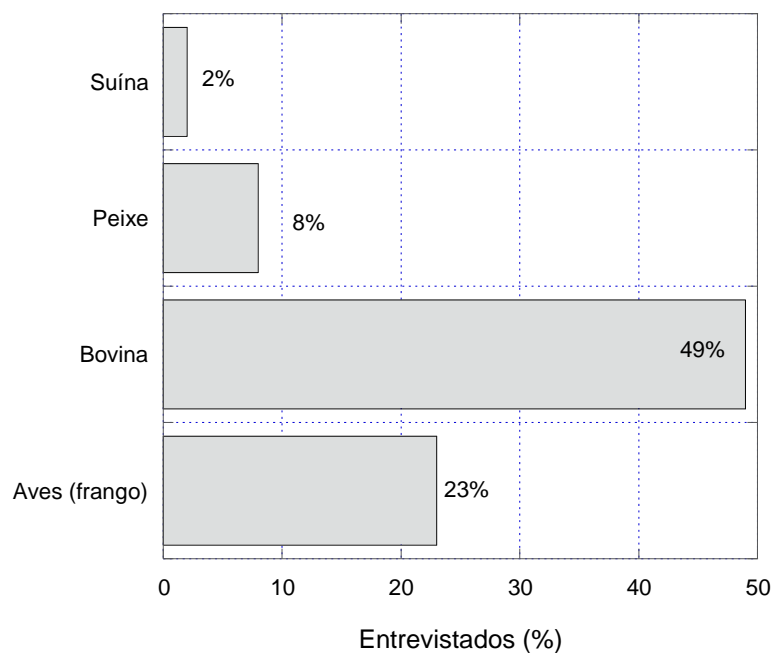
Tabela 5. Profissão dos entrevistados.

Profissão	Entrevistados
Agricultor	8%
Professor	14%
Auxiliar Administrativo	14%
Auxiliar de Produção/Controle qualidade	10%
Motorista	3%
Manutenção Industrial	7%
Funcionário Público	3%
Vendedor	4%
Outros	18%

A Tabela 5 demonstra a grande diversidade de profissionais entrevistados quanto ao consumo de carne suína, sendo uma variedade expressiva.

Todos os entrevistados informaram serem consumidores de carne suína. Este resultado demonstra a popularidade da carne suína na região, estando presente nas refeições dos cem consumidores entrevistados.

A Figura 3 apresenta a preferência pelo consumo de determinados tipos de carne.

**Figura 3. Tipo de carne de maior preferência para o consumo.**

Apesar de todos os entrevistados caracterizarem-se como consumidores de carne suína, mediante os dados da Figura 3 observou-se que apenas 2% dos consumidores consideram a carne suína como preferida para o consumo, sendo que, a maioria (49%) indicaram preferir a carne bovina, seguida da carne de aves (23%) e carne de pescado (8%). Resultados semelhantes foram encontrados por Cavalcante Neto (2003), Falleiros, Miguel e Gameiro (2008), Souza (2007), Silva e Silva (2009) e Santos et al. (2011) que desenvolveram pesquisa com consumidores de carnes questionando a preferência de consumo e, em todos os casos, a carne bovina foi citada pela maior parte da população amostral, seguida da carne de aves, carne suína e, por último, de pescado. Estes resultados podem estar relacionados aos mitos e preconceitos relacionados à carne suína, presentes inconscientemente nas preferências e hábitos dos consumidores.

Falleiros, Miguel e Gameiro (2008) comentam que a carne suína apresenta-se em constante evolução, com produto final com menores teores de gordura, colesterol e calorias, representando importante fonte de proteínas e vitaminas do complexo B, além de condições higiênicas adequadas, sendo este último fator caso de preconceito maior quando refere-se aos suínos. Contudo, ainda há preconceito intrínseco por parte dos consumidores considerando a carne suína um alimento “rico em gordura”, “muito calórico” ou “fonte de doenças” tais como a cisticercose.

A Figura 4 apresenta a frequência do consumo de carne suína pelos consumidores. Apesar da maioria dos consumidores não considerarem a carne suína como a de sua preferência, 41% dos consumidores entrevistados consomem carne suína com uma frequência de 2 a 3 vezes por semana. Estes resultados são relevantes no sentido de que a região Oeste do Paraná tem uma produção de carne suína significativa, resultando em preços mais acessíveis em comparação a carne bovina, por exemplo, possibilitando um alimento habitual na rotina semanal da maioria dos consumidores. Bezerra et al. (2007) em pesquisa de frequência de consumo de carne suína *in natura* na microrregião de Campina Grande, Paraíba, relata que apenas 12,84% dos consumidores consomem carne suína duas vezes por semana e 11,60% consomem três vezes por semana, representando um índice menor do que o mencionado na presente pesquisa. Em pesquisa realizada por Souza (2007) quanto à 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.

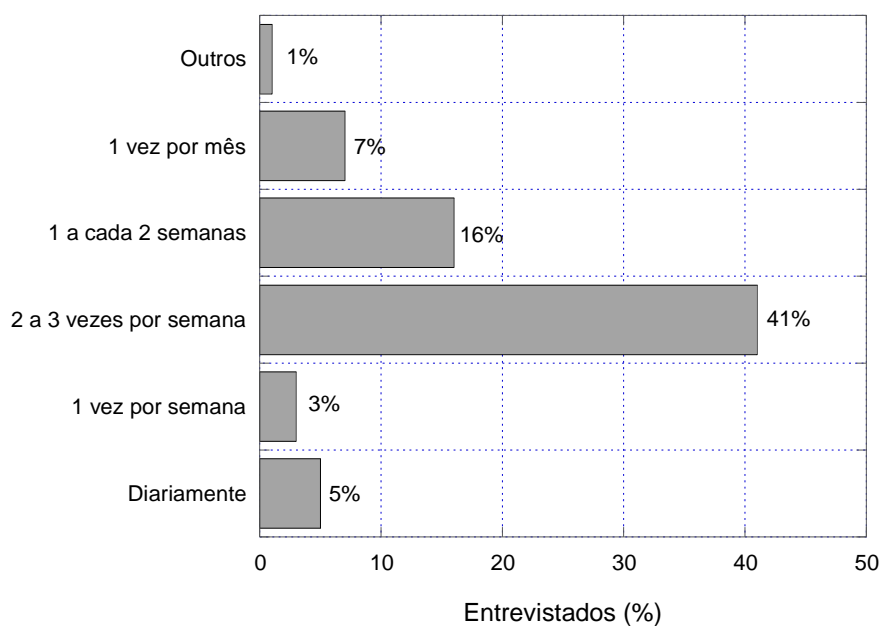


Figura 4. Frequência de consumo de carne suína.

Thoms et al. (2010) verificou em sua pesquisa, com estudantes do ensino médio da cidade de Irati, Paraná, que 75% dos entrevistados afirmaram consumir carne nas refeições em praticamente todos os dias da semana. Em relação ao consumo semanal de carne suína, 15% dos estudantes relataram consumi-la mais de uma vez, 26% uma vez por semana, 16% uma vez por mês e 17% afirmaram não consumir carne suína. Estes resultados demonstram que na região avaliada, a carne suína encontra-se presente semanalmente em significativa parcela da população pesquisada.

Na Figura 5 estão disponíveis as formas de preparo mais utilizadas pelos consumidores no momento do consumo da carne suína. Observou-se que 49% dos entrevistados mencionaram consumir a carne suína frita. Esta forma de preparo está relacionada à praticidade no momento de consumo, onde, em função da rotina dos consumidores, há uma crescente busca por alternativas de pratos rápidos para o consumo e, a fritura, é uma alternativa. Contudo, 45% dos entrevistados mencionaram preferir o consumo da carne suína assada, o que demonstra que, apesar da busca por praticidade, muitos consumidores preocupam-se com a saúde.

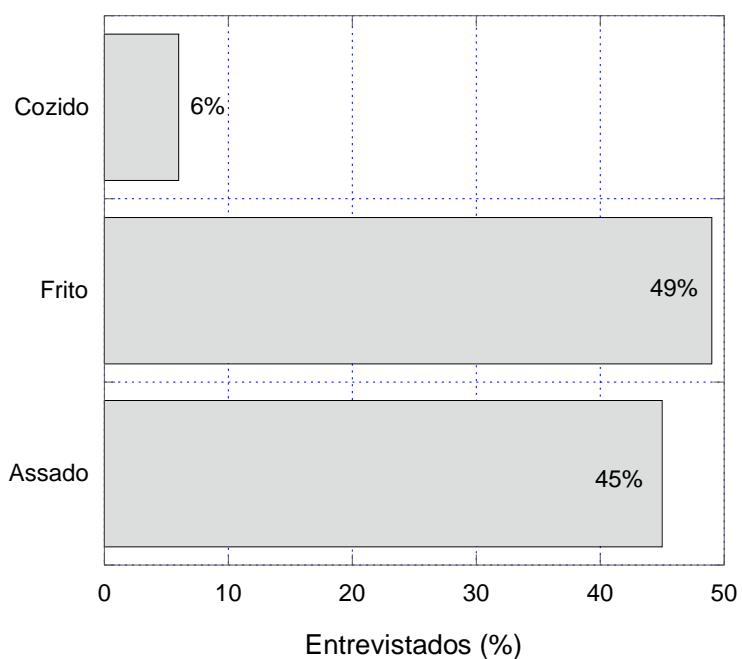


Figura 5. Modo de preparo da carne suína para o consumo.

Os consumidores também foram questionados quanto ao corte cárneo suíno mais consumido, sendo o resultado apresentado na Figura 6.

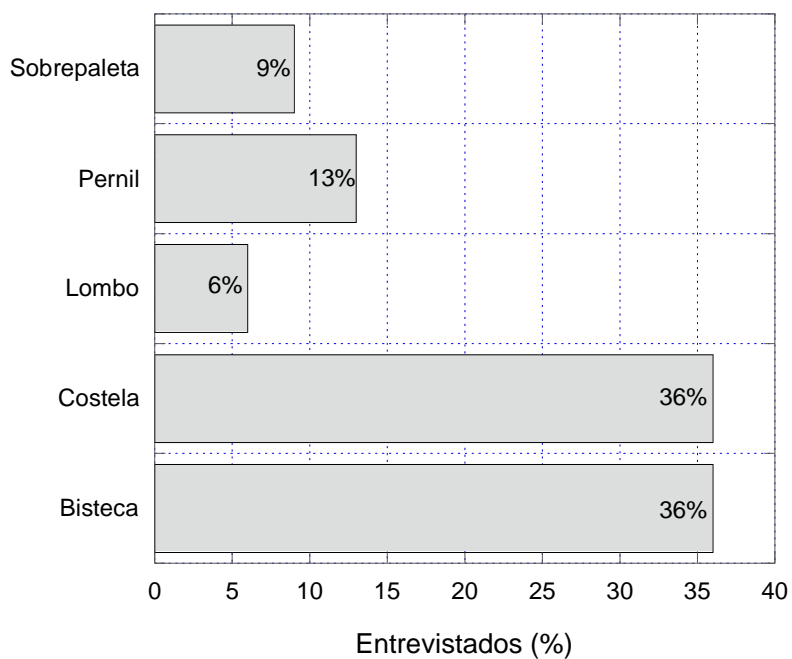


Figura 6. Cortes cárneos suínos mais apreciados pelos consumidores.

Observou-se que a preferência pelo consumidor em relação ao consumo de bisteca e costela foram os mais mencionados, ambos, citados por 36% dos consumidores, seguido do pernil com 13% das citações. Estes resultados novamente demonstram que os consumidores, além de preferirem modos de preparo mais rápidos para o consumo de carne suína, apresentam uma preferência por cortes de maior facilidade de preparo, tais como a bisteca e a costela, cortes geralmente consumidos assados ou fritos.

Os consumidores de carne suína entrevistados por Bezerra et al. (2007) demonstraram maior preferência de consumo por bisteca, na microrregião de Campina Grande, Paraíba, mencionada por 52,3% dos consumidores, seguida da costela (27,5%). Silva e Silva (2009) comentam, em pesquisa realizada na cidade de Guarabira, Paraíba, que a maior preferência foi o consumo de costela. Souza (2007) em pesquisa com consumidores de carne suína do município de Pelotas, Rio Grande do Sul, verificou que a maioria dos consumidores citou o lombo como o corte de maior preferência, citado por 61,4% dos entrevistados, seguido da costela (43,0%) e do pernil (37,7%). Em pesquisa realizada por Antonangelo et al. (2011) quanto ao perfil dos consumidores de carne suína no município de Botucatu, São Paulo, a maior preferência no cardápio dos consumidores é a bisteca e o lombo apresentando 16,6%, seguidos da costela e pernil com 5,5%. Isto demonstra que a preferência por um corte cárneo também está relacionada aos hábitos de consumo de cada região.

Para as empresas é de suma importância conhecer a preferência e necessidades dos consumidores por meio da pesquisa de mercado, é uma das estratégias de reduzir os riscos de investimento, estabelecer gestão e minimizar erros nos planos de *marketing* mediante o produto oferecido.

Os consumidores foram questionados quanto à importância dos aspectos gerais da carne suína considerados no momento da compra, mediante uma escala de 1 a 5 sendo o 1 considerado “sem importância” e o 5 “muito importante”, aos aspectos de preço, marca, registro de inspeção federal, data de validade, composição nutricional, teor de gordura, corte e embalagem. A Tabela 6 apresenta a avaliação de importância de alguns aspectos gerais considerados durante o momento da compra, pelo consumidor.

Tabela 6. Grau de importância dos aspectos gerais considerados durante a compra.

Aspectos gerais	Sem importância	Pouco importante	Indiferente	Importante	Muito importante
Preço	10%	10%	11%	46%	23%
Marca	8%	20%	16%	33%	23%
Registro	6%	4%	4%	25%	61%
Validade	3%	0%	1%	9%	87%
Composição nutricional	4%	12%	26%	36%	22%
Teor de gordura	3%	10%	19%	38%	30%
Corte	5%	11%	20%	45%	19%
Embalagem	6%	7%	16%	35%	36%

Com o intuito de facilitar a compreensão a respeito do nível de importância geral expresso pelos consumidores, seguiu-se procedimento conforme Zamberlan (2002), transformando a escala de importância (1 ao 5) para valores percentuais, multiplicando cada ponto da escala de mensuração por 20%. Assim, cada ponto corresponde a um índice de importância, ou seja, a importância 1 corresponde a percentagem de 20%, a importância 2 a percentagem de 40%, a importância 3 a percentagem de 60%, a importância 4 a percentagem de 80% e, a importância 5 a percentagem de 100%. Após a aplicação da escala de mensuração foi desenvolvida a Tabela 7 que apresenta os resultados dos níveis de importância dos aspectos gerais considerados no momento da compra da carne suína.

Tabela 7. Níveis de importância dos aspectos gerais considerados no momento da compra da carne suína.

Aspectos gerais	Nível de importância média
Preço	58,4
Marca	68,6
Registro	86,2
Validade	95,4
Composição nutricional	72,0
Teor de gordura	76,4
Corte	72,4
Embalagem	77,6
Avaliação geral dos aspectos da carne suína	75,9

Na ótica dos consumidores, o item mais importante é a data de validade do produto, citado como muito importante por 87% dos consumidores (Tabela 6) e representando 95,4% na escala de importância (Tabela 7), seguido do registro de inspeção federal que aparece como o segundo item citado como mais importante pelos consumidores (61%) (Tabela 6) e representando 86,2% do nível de importância dos atributos (Tabela 7). Bezerra et al. (2007) observaram em pesquisa realizada com consumidores que 36% dos mesmos consumiam produtos fiscalizados pelo Serviço de Inspeção Federal (SIF), 32,75% consumiam produtos sabidamente não fiscalizados, 18% não sabiam o que é SIF e 13,25% não se importam se o produto é fiscalizado ou não. Este resultado demonstra a preocupação dos consumidores por produtos certificados e com qualidade garantida.

Ainda, observando a Tabela 7, percebe-se que o terceiro item mais importante na escala de importância foi a embalagem, com um nível de importância de 77,6%, citado por 36% dos consumidores como muito importante e por 35% como importante. Os resultados apontam a importância da embalagem para a preferência de consumo de determinado produto, onde os consumidores apresentam consciência de sua importância, para a garantia da qualidade do produto.

O teor de gordura foi o quarto item mais importante (Tabela 7), com um nível de importância de 76,4%, representando pouca diferença em relação à embalagem. Este aspecto foi citado por 30% dos consumidores como muito importante e por 38% dos consumidores como importante (Tabela 6). Estes dados demonstram que o aspecto do corte cárneo quanto ao teor de gordura é levado em consideração no momento da compra da carne suína, principalmente, na obtenção de cortes magros e com teor de gordura reduzido.

O preço representou 58,4% de nível de importância, sendo considerado um dos aspectos de menor importância no momento da compra pelos consumidores, demonstrando que muitas vezes o consumidor procura outras informações referentes ao produto que ultrapassam a questão do valor econômico. A qualidade para o consumidor atual é uma obrigação e está atrelada ao fator preço na decisão de compra. Além disso, o consumidor também procura praticidade e, nesse sentido, o mercado necessita oferecer produtos de maior conveniência, garantir produtos de alta qualidade e maior valor agregado, de fácil preparo, mais práticos, saudáveis e seguros.

O corte representou um nível de importância de 72,4% (Tabela 7), muito próximo do nível de importância da composição nutricional (72%). Bezerra et al. (2007) destacam, em pesquisa realizada, que dentre todos os entrevistados, 65,5% afirmam não serem bem informados sobre a composição nutricional da carne suína. Os autores também verificaram mediante a pesquisa que, no momento da escolha e compra da carne suína, o fator mais importante foi o preço, mencionado por 36,7% dos consumidores e, por buscarem um produto melhor, 20,2% exigiram a qualidade da carne como um dos fatores mais importantes. Antonangelo et al. (2011) identificaram que a maioria dos consumidores de carne suína desconhece as características nutricionais da mesma. Estes fatores podem remeter ao fato da falta de conhecimento sobre os atributos nutricionais relacionados à carne suína e menor preferência em relação aos outros tipos de carne já mencionados, considerando as necessidades de marketing pelas indústrias.

A Figura 7 apresenta uma comparação entre as médias dos aspectos considerados importantes pelos consumidores no momento da compra em relação à média de importância geral.

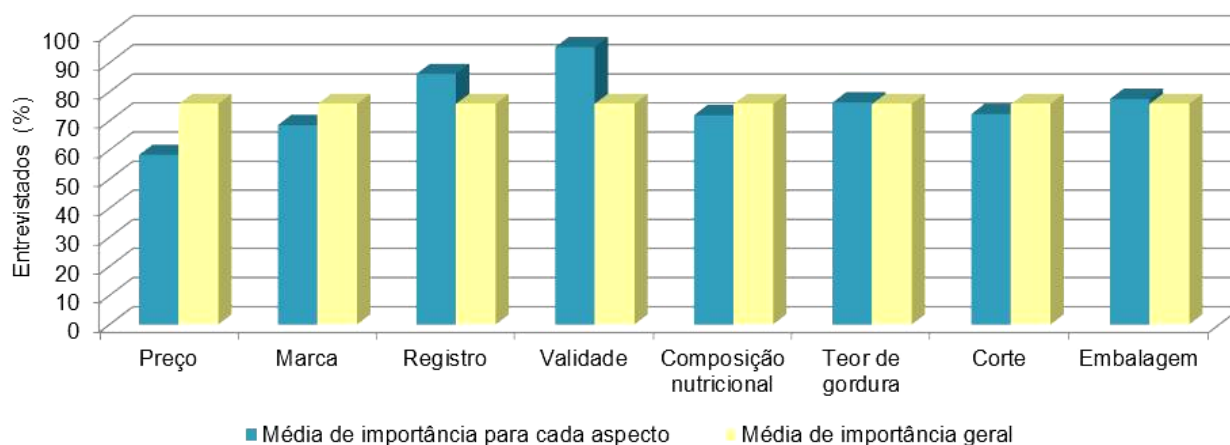


Figura 7. Média de importância dos aspectos x média de importância geral.

Observando a Figura 7 percebe-se que a importância da validade seguida do registro de inspeção federal se sobressai em relação à média de importância geral, conforme já mencionado. Além disso, observa-se que o preço representa o item de menor importância em relação à média de importância geral.

Os entrevistados foram questionados quanto aos aspectos sensoriais da carne suína, onde foi solicitada a enumeração de cada um dos atributos quanto à ordem de importância no momento da compra do produto, sendo eles: aroma, sabor, cor, textura e suculência. A Tabela 8 apresenta os resultados para a atribuição de ordem de importância quanto aos aspectos sensoriais considerados importantes no momento da compra de carne suína.

Tabela 8. Ordem de importância dos atributos sensoriais considerados pelos consumidores no momento da compra de carne suína.

Atributos sensoriais	Ordem de importância				
	1	2	3	4	5
Aroma	13%	26%	33%	14%	14%
Sabor	11%	11%	18%	28%	32%
Cor	61%	18%	6%	9%	6%
Textura	9%	38%	31%	16%	6%
Suculência	6%	7%	12%	33%	42%

Dentre os atributos sensoriais pesquisados, o primeiro mais citado no momento da compra de carne suína foi a cor. Isto demonstra que o consumidor tem a consciência de que o aspecto visual da carne pode influenciar na qualidade do produto final e, conseqüentemente, na decisão de compra. Realizando a conversão dos percentuais quanto à ordem de importância, mediante a multiplicação de fatores de conversão (20% ao 5º lugar, 40% ao 4º lugar, 60% ao 3º lugar, 80% ao 2º lugar e 100% ao 1º lugar), foram obtidos os valores percentuais em ordem de importância, conforme expresso na Tabela 9.

Tabela 9. Níveis de importância atribuídos aos aspectos sensoriais.

Atributos sensoriais	Nível de importância média (%)
Aroma	62,0
Sabor	48,2
Cor	83,8
Textura	65,6
Suculência	40,4

Os resultados da Tabela 9 permitem visualizar a importância da cor em relação aos demais atributos sensoriais, seguida da textura e aroma.

A suculência e o sabor foram os aspectos sensoriais considerados de menor importância pelos consumidores no momento da compra. Este resultado pode estar relacionado ao fato de que os consumidores consideraram que o sabor e a suculência não poderiam ser verificados no ato da compra, mas somente durante o consumo já em sua residência. Ressalta-se que a avaliação sensorial dos consumidores após a compra do produto é um dos fatores que determinará se os mesmos voltarão ou não a adquirir o produto em questão.

6 CONCLUSÕES

O desenvolvimento desta pesquisa permitiu conhecer e avaliar o perfil dos consumidores quanto ao consumo de carne suína, uma vez que o comportamento dos consumidores é refletido no momento de avaliar os níveis de importância da carne suína.

A pesquisa exploratória com os profissionais da área de suinocultura permitiu verificar que os mesmos tem a consciência dos principais aspectos que influenciam a qualidade da carne suína e que, segundo a visão de alguns entrevistados, algumas das cidades pesquisadas como Missal e Itaipulândia, estão com suas produções saturadas para a implantação de novas granjas.

A pesquisa descritiva, com aplicação de questionário aos consumidores, possibilitou identificar que os cem entrevistados declararam-se consumidores de carne suína. A carne suína não foi considerada a carne de maior preferência, representando o terceiro lugar quanto à preferência de consumo, seguida da carne bovina e de aves, contudo, 41% dos entrevistados consomem carne suína com frequência de 2 a 3 vezes por semana, demonstrando que este alimento representa um componente constante na mesa do consumidor.

A bisteca e a costela suína foram os cortes cárneos suínos preferidos pelos consumidores entrevistados, sendo considerados cortes de fácil e rápido preparo. Quanto ao modo de preparo para consumo, os mais citados foram o consumo de carne suína frita ou assada.

O preço foi o aspecto geral considerado de menor importância no momento da compra, segundo o ponto de vista dos entrevistados e, a validade e o registro de inspeção federal foram os aspectos considerados de maior importância no momento da compra, demonstrando que a preocupação com a qualidade é superior aos aspectos financeiros.

A cor foi o aspecto sensorial considerado de maior importância no momento da compra da carne suína, seguido da textura e aroma, sugerindo que os consumidores consideram a percepção dos aspectos sensoriais mencionados como atributos de qualidade.

Os resultados permitiram concluir que ações estratégicas por parte das indústrias, produtores e da mídia em geral, poderiam ser lançadas para enfatizar os benefícios da qualidade da carne suína e permitir que a mesma consiga alcançar um maior índice de consumo no país.

REFERÊNCIAS

AASLYNG, M. D.; OKSAMA, M.; OLSEN, E. V.; BEJERHOLM, C.; BALTZER, M.; ANDERSEN, G.; WENDER, L. P. The impact of sensory quality of pork on consumer preference. **Meat Science**, v. 76, p. 61-73. 2007.

ABIPECS. Associação Brasileira da Indústria Produtora e Exportadora de Carne Suína. **Carne suína brasileira**. 2011. Disponível em: <<http://www.abipecs.org.br/>> Acesso em 20 de maio de 2013.

ABIPECS. Associação Brasileira da Indústria Produtora e Exportadora de Carne Suína. **Manual Brasileiro de Cortes de Suínos**. Brasília, 2010, 56 p. Disponível em: <http://issuu.com/revistaabcs/docs/manual_brasileiro_de_cortes_suinos?e=3590162/2595656> Acesso em 16 de agosto de 2013.

ANTONANGELO, A.; RUV, C.; BUONANNO, J. D.; RIBEIRO, N. M.; DOLAZZA, R. M. Perfil dos Consumidores de Carne Suína no Município de Botucatu – SP. **Tékhn e Lógos**, Botucatu, SP, v.2, n. 2. 2011.

BEZERRA, J. M. M.; CAVANCANTE NETO, A.; SILVA, L. P. G.; LUI, J. F.; RODRIGUES, A. E.; 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, p. 485-493. 2007.

BRIDI, A. M.; OLIVERA, A. R.; NICOLAO, N. A.; SHIMOKOMAKI, M.; COUTINHO, L. L.; SILVA, C. A. Efeito do genótipo halotano, da ractopamina e do sexo do animal na qualidade da carne suína. **Revista Brasileira de Zootecnia**, v. 35, n. 5, p. 2027-2033. 2006.

BRYHNI, E. A. Consumer and sensory investigations in relation to physical/ chemical aspects of cooked pork in Scandinavia. **Meat Science**, v. 65, p. 737-748. 2003.

CARNES. **Mais Nutrição**, maio, 2012. Disponível em: <<http://nutricao Saudemais.blogspot.com.br/2012/05/sexta-aula-carnes.html>> Acesso em 30 de agosto 2013.

CAVALCANTE NETO, A. **A Caracterização, avaliação e estratégias de desmistificação dos consumidores e do mercado da carne suína no Estado da Paraíba**. 2003. 102 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Zootecnia) – Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal da Paraíba, Areia, Paraíba, 2003.

CONAB. Companhia Nacional de Abastecimento. **0302 - Oferta e demanda de carnes (Suprimento de Carnes)**. Conab / Sugof / Geole - mar/2013. Disponível em: <<http://www.conab.gov.br/detalhe.php?c=1851&t=2#this>> Acesso em 20 de maio 2013.

CULAU, P. O. V.; LÓPEZ, J.; RUBENSAM, J. M.; LOPES, R. F. F.; NICOLAIEWSKY, A. Influência do Gene Halotano sobre a Qualidade da Carne Suína. **Revista Brasileira de Zootecnia**, v. 31, n. 2, p. 954-961. 2002 (suplemento).

DAGUER, H. **Efeitos da injeção de ingredientes não cárneos nas características físico-químicas e sensoriais do lombo suíno**. Curitiba: 187f, 2009. Tese (Doutorado)- Programa de Pós-Graduação em Tecnologia de Alimentos do Setor de Tecnologia da Universidade Federal do Paraná, 2009.

DAMODARAN, S.; PARKIN, K. L.; FENNEMA, O. R. **Química de Alimentos de Fennema**. Porto Alegre: Artmed, 4 ed., 2010. 900 p.

FALLEIROS, F. T.; MIGUEL, W. C.; GAMEIRO, A. H. A desinformação como obstáculo ao consumo da carne suína in natura. In: Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 46, 2008, Acre. **Anais do XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural**. Acre: SOBER, 2008.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Editora Atlas. 2009. 175 p.

GRUNERT, C. G. Future trends and consumer lifestyles with regard to meat consumption. **Meat Science**, v. 74, n. 1, p. 149-160. 2006.

HACK, E. C. Geração de resíduos provenientes da suinocultura na região Oeste do Paraná: Um caso de insustentabilidade. **Scientia Agraria Paranaensis**, v. 10, n. 2, p. 21-36. 2011.

HORTA, F. C.; ECKHARDT, O. H. O.; GAMEIRO, A. H.; MORETTI, A. S. Estratégias de sinalização da qualidade da carne suína ao consumidor final. **Revista Brasileira Agrociência**, Pelotas, v.16, p.15-21. 2010.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Indicadores IBGE: Produção pecuária municipal**. Brasil, v. 39, 2011. 63 p.

MAGNONI, D.; PIMENTEL, I. **A importância da carne suína na nutrição humana.** São Paulo: UNIFEST, p. 1-4, 2007. Disponível em: <http://www.abcs.org.br/attachments/099_4.pdf> Acesso em 20 de julho de 2013.

MAZZUCHETTI, R.N.; BATALHA, M.O. O comportamento do consumidor em relação ao consumo e às estruturas de comercialização da carne bovina na região de Amerios/PR. **Varia Scientia**, v. 04, n. 8, p. 25-43. 2004.

MONTEIRO, J. M. C. **Desempenho, composição da carcaça e características de qualidade da carne de suínos de diferentes genótipos.** Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências Agrárias e Veterinárias, Jaboticabal, 2007. 111 p.

PARDI, M. C.; SANTOS, I. F.; SOUZA, E. R.; PARDI, H. S. **Ciência, Higiene e Tecnologia da Carne: Tecnologia da sua obtenção e transformação.** 2 ed., Goiânia: UFG, 2006. 624p.

PARDI, M. C.; SANTOS, I. F.; SOUZA, E. R.; PARDI, H. S. **Ciência, Higiene e Tecnologia da Carne**, v. 2, Goiânia: UFG, 1996. 1111 p.

PENNA, L. B. Estudo do comportamento de compra dos consumidores: uma análise da utilização desta ferramenta na elevação do consumo da carne suína no Brasil. **Revista FACEVV**, n. 1, 2º semestre, p. 41-51, 2008.

PIOVESAN, A.; TEMPORINI, E. R. Pesquisa exploratória: procedimento metodológico para o estudo de fatores humanos no campo da saúde pública. **Revista Saúde Pública**, v. 29, n. 4, p. 318-325. 2005.

RODRIGUES, M. C. C.; RAMOS, S. C.; GUELLER, S. M.; SILVEIRA, P. F.; XAVIER, E. G. Avaliação do consumo de carne suína entre os cursos medicina veterinária, agronomia e zootecnia. In: XX Congresso de Iniciação Científica. **II Mostra Científica**, Universidade Federal de Pelotas, 2011. Disponível em: <http://www.ufpel.edu.br/cic/2011/anais/pdf/CS/CS_00692.pdf> Acesso em 18 de maio 2013.

SANTOS, T. M. B.; CAPPI, N.; SIMÕES, A. R. P.; SANTOS, V. A. C.; PAIANO, D.; GARCIA, E. R. M. Diagnóstico do perfil do consumidor de carne suína no município de Aquidauana-MS. **Revista Brasileira Saúde Produção Animal**, Salvador, v. 12, n. 1, p. 1-13. 2011.

SARCINELLI, M. F.; SILVA, L. C.; VENTURINI, K. S. **Processamento da Carne Suína**. Universidade Federal do Espírito Santo – UFES, 2007. Disponível em: <http://www.agais.com/telomc/b01907_processamento_suinos.pdf>. Acesso em 23 de julho de 2013.

SEAB. Secretaria de Estado da Agricultura e do Abastecimento. Departamento de Economia Rural (DERAL). **Suinocultura - Análise da Conjuntura Agropecuária**, fev., 2013. 15 p.

SILVA, J. P.; SILVA, L. P. G. Estudo e avaliação do consumidor de carne suína “in natura” e industrializada na microrregião de Guarabira-PR. **ACSA -Agropecuária Científica no Semi-Árido**, v.05, 57-61, UFCG – Patos – PB. 2009.

SOUZA, F. B. R.; FRANÇA, A. Z.; SILVEIRA, C. R.; ZOTTI, C. M.; XAVIER, E. G. PERFIL DO CONSUMIDOR DE CARNE SUÍNA NO MUNICÍPIO DE PELOTAS-RS. **XVII CIC, XI ENPOS I Mostra Científica**. FAEM – Universidade Federal de Pelotas - Campus Universitário, 2007.

THOMS, E.; ROSSA, L. S.; STAHLKE, E. V. R.; FERRO, I. D.; MACEDO, R. E.F. Perfil de consumo e percepção da qualidade da carne suína por estudantes de nível médio da cidade de Irati, PR. **Revista Acadêmica: Ciências Agrárias e Ambientais**, Curitiba, v. 8, n. 4, p. 449-459. 2010.

TRUOCCHIO, T.B. R; ANTONIALLI, L.M. Atributos considerados importantes na decisão de compra dos compradores de carne suína em Belo Horizonte-Mg. In: **Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural**, 2008, Acre. Anais do XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. Acre: SOBER, 2008.

VERBEKE, W.; PÉRES-CUETO, F. J. A.; BARCELLOS, M. D. KRYSTALLIS, A.; GRUNERT, K. G. European citizen and consumer attitudes and preferences regarding beef and pork. **Meat Science**, v. 84, p. 284-292. 2010.

ZAMBERLAN, L. **A Influência do Atributo de Segurança na Segmentação dos Consumidores de Carne Suína da Região Fronteira Noroeste do Rio Grande do Sul**. Santa Rosa - RS. 2002. Dissertação (Mestrado) - Versão preliminar da dissertação de mestrado a ser submetida à Fundação Getúlio Vargas para a obtenção do grau de Mestre em Gestão Empresarial, 2002. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/3709>> Acesso em 20 de maio de 2013.

ZAMBERLAN, L.; SPAREMBERGER, A. A carne suína e a assimetria de informações quanto à segurança do alimento: um estudo exploratório dos atributos de escolha do consumidor. **Revista de Administração**, Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões, ano II, n. 1, p. 93-123. 2003.

APÊNDICES

APÊNDICE A - Termo de consentimento livre e esclarecido na forma de convite para os profissionais do setor de suinocultura (empresários, veterinários e produtores).

**AVALIAÇÃO DOS PRINCIPAIS ASPECTOS CONSIDERADOS PELOS
CONSUMIDORES DA REGIÃO OESTE DO PARANÁ NA AQUISIÇÃO DE CARNE
SUÍNA**

Pesquisadores envolvidos:

- Silmara Maisa Heinen, residente a Rua, nº, Cidade..., telefone:
- Cristiane Canan, residente a Rua....., nº, Cidade..., telefone:

Pesquisador Responsável:

Rosana A. da Silva Buzanello, residente a Rua....., nº, Cidade..., telefone:

Local da pesquisa:

- Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Câmpus Medianeira, Laboratório de Análise Sensorial, Avenida Brasil, 4232, Caixa Postal 271. Parque Independência, Medianeira – PR. Telefone: (45) 3240 8000.

Prezado(a) Senhor(a):

Gostaríamos de convidá-lo a participar da pesquisa “**Avaliação dos principais aspectos considerados pelos consumidores da região Oeste do Paraná na aquisição de carne suína**”.

O primeiro objetivo da pesquisa é a coleta de informações junto a profissionais atuantes na área de suinocultura, referente aos aspectos da qualidade da carne suína com o intuito de definir os atributos e as dimensões mais importantes para posterior pesquisa e avaliação do ponto de vista junto aos consumidores de carne suína. A sua participação é muito importante para a definição destes parâmetros de pesquisa. A resposta do questionário não tomará muito seu tempo e não envolverá nenhuma tarefa difícil, apresentando um tempo de análise estimado de 10 minutos. Gostaríamos de esclarecer que sua participação é voluntária, podendo recusar-se a participar. Informamos ainda que as informações serão utilizadas somente para os fins desta pesquisa e serão tratadas com o mais absoluto sigilo e confidencialidade, de modo a preservar a sua identidade. Informamos que você não pagará nem será remunerado por sua participação.

Medianeira, ____ de _____ de 2013.

Eu, _____, tendo sido devidamente esclarecido sobre os procedimentos da pesquisa, concordo em participar **voluntariamente** da pesquisa descrita acima.

RG: _____

Data de Nascimento: ___/___/___

Telefone: _____

Endereço: _____

_____ CEP:

_____ Cidade: _____ Estado: _____

Assinatura:

Data: ___/___/___

Assinatura

pesquisador:

Data: ___/___/___

(ou seu representante)

Nome

completo: _____

Caso de dúvidas ou necessite de esclarecimentos pode nos contatar (Profa. Rosana A. da Silva Buzanello, UTFPR, Câmpus Medianeira, rosanabuzanello@utfpr.edu.br, (45) 3230-8109, ou procurar o **Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos da Faculdade Integrado de Campo Mourão - PR.**

Este termo deverá ser preenchido em duas vias de igual teor, sendo uma delas, devidamente preenchida e assinada entregue a você.

Endereço do CEP para recurso ou reclamações do sujeito pesquisado

CEP - Comissão de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos da Faculdade Integrado de Campo Mourão - PR

Sede: Av. Irmãos Pereira, 670 centro – CEP: 87301-010 – Campo Mourão-PR – Fone/Fax: (44) 3518-2500

Campus: Rod. BR 158 Km 208 – CEP: 87309-650 – Campo Mourão-PR – Fone/Fax: (44) 3518-2551

E-mail: secretaria@grupointegrado.br

APÊNDICE B - Questionário referente à pesquisa exploratória a ser realizada com profissionais do setor de suinocultura (empresários, veterinários e produtores).

A) Quais os cuidados sanitários e os atributos de segurança que a carne suína deve apresentar para que possa ser consumida (certificações, vacinas, etc.)?

B) Em relação ao bem estar animal, quais são os critérios adotados para produzir uma carne com qualidade?

C) Quais são os pontos positivos e negativos da carne suína, que são levados em consideração no momento da compra pelo consumidor?

D) Em relação à suinocultura, há perspectivas em relação a novas tecnologias?

E) Quanto à suinocultura da região Oeste do Paraná, como está seu crescimento em relação à produção e ao mercado?

F) Quais os principais problemas e/ou desafios enfrentados no setor?

APÊNDICE C - Termo de consentimento livre e esclarecido na forma de convite para consumidores de carne suína da região Oeste do Paraná.

**AVALIAÇÃO DOS PRINCIPAIS ASPECTOS CONSIDERADOS PELOS
CONSUMIDORES DA REGIÃO OESTE DO PARANÁ NA AQUISIÇÃO DE CARNE
SUÍNA**

Pesquisadores envolvidos:

Silmara Maisa Heinen, residente a Rua....., nº, Cidade..., telefone:

Cristiane Canan, residente a Rua....., nº, Cidade..., telefone:

Pesquisador Responsável:

Rosana A. da Silva Buzanello, residente a Rua....., nº, Cidade..., telefone:

Local da pesquisa:

– Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Câmpus Medianeira, Laboratório de Análise Sensorial, Avenida Brasil, 4232, Caixa Postal 271. Parque Independência, Medianeira – PR. Telefone: (45) 3240 8000.

Prezado(a) Senhor(a):

Gostaríamos de convidá-lo a participar da pesquisa “**Avaliação dos principais aspectos considerados pelos consumidores da região Oeste do Paraná na aquisição de carne suína**”.

O objetivo da pesquisa é avaliar quais os requisitos, atributos e informações considerados importantes pelos consumidores de carne suína no momento da compra deste alimento, com o intuito de caracterizar os consumidores de carne suína. A sua participação é muito importante para a definição destes parâmetros de pesquisa. A resposta do questionário não tomará muito seu tempo e não envolverá nenhuma tarefa difícil, apresentando um tempo de resposta estimado de 10 minutos. Gostaríamos de esclarecer que sua participação é voluntária, podendo recusar-se a participar. Informamos ainda que as informações serão utilizadas somente para os fins desta pesquisa e serão tratadas com o mais absoluto sigilo e confidencialidade, de modo a preservar a sua identidade. Informamos que você não pagará nem será remunerado por sua participação.

Medianeira, ____ de _____ de 2013.

Eu, _____, tendo sido devidamente esclarecido sobre os procedimentos da pesquisa, concordo em participar **voluntariamente** da pesquisa descrita acima.

RG: _____

Data de Nascimento: ___/___/___

Telefone: _____

Endereço:

 CEP: _____ Cidade: _____ Estado: _____

Assinatura:

Data: ___/___/___

Assinatura

pesquisador:

Data: ___/___/___

(ou seu representante)

Nome

completo: _____

Caso de dúvidas ou necessite de esclarecimentos pode nos contatar (Profa. Rosana A. da Silva Buzanello, UTFPR, Câmpus Medianeira, rosanabuzanello@utfpr.edu.br, (45) 3230-8109, ou procurar o **Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos da Faculdade Integrado de Campo Mourão - PR.**

Este termo deverá ser preenchido em duas vias de igual teor, sendo uma delas, devidamente preenchida e assinada entregue a você.

Endereço do CEP para recurso ou reclamações do sujeito pesquisado

CEP - Comissão de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos da Faculdade Integrado de Campo Mourão - PR

Sede: Av. Irmãos Pereira, 670 centro – CEP: 87301-010 – Campo Mourão-PR – Fone/Fax: (44) 3518-2500

Campus: Rod. BR 158 Km 208 – CEP: 87309-650 – Campo Mourão-PR – Fone/Fax: (44) 3518-2551

E-mail: secretaria@grupointegrado.br

APÊNDICE D - Questionário de pesquisa descritiva realizada com os consumidores de carne suína da região Oeste do Paraná.

Sou entrevistador (a), aluno (a) da UTFPR – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, e estou realizando uma pesquisa que busca identificar os aspectos que determinam a preferência por compra de carne suína na região. Gostaria de contar com sua colaboração para responder um questionário.

CARACTERIZAÇÃO DO ENTREVISTADO

A) SEXO:

1-() FEMININO

2-() MASCULINO

B) IDADE: _____

C) ESCOLARIDADE:

1 – () 1º grau incompleto

2 – () 1º grau completo

3 – () 2º grau incompleto

4 – () 2º grau completo

5 – () curso superior incompleto

6 – () curso superior completo

D) ESTADO CIVIL:

1 – () solteiro(a)

2 – () casado(a)

3 – () viúvo(a)

4 – () 5 – () outro

Separado(a)/divorciado(a) _____

E) RENDA FAMILIAR:

1 – () até 1 salário mínimo

2 – () de 1 salário mínimo a 2 salários mínimos

3 – () de 2 salários mínimos a 3 salários mínimos

4 – () de 3 salários mínimos a 4 salários mínimos

5 – () acima de 4 salários mínimos

F) PROFISSÃO: _____

PREFERÊNCIA DO CONSUMIDOR DE CARNE SUÍNA

A) Como consumidor qual sua preferência ao consumo de carne:

1. () Aves (frango) 2. () Bovina 3. () Peixe 4. () Suína 5. () Outras. Quais? _____

B) Você consome carne suína?

1. () SIM 2. () NÃO

C) Se SIM, com que frequência você consome?

1. () Diariamente 2. () 1 vez por semana 3. () 2 a 3 vezes por semana
4. () 1 a cada 2 semanas 5. () 1 vez por mês 6. () Não consome
7. () Outros. Quais? _____

D) Qual o modo de preparo?

1. () Assado 2. () Frito 3. () Cozido 4. () Outros. Quais? _____

E) Qual o corte mais apreciado para o consumo?

1. () Bisteca 2. () Carré 3. () Costela 4. () Lombo
5. () Pernil 6. () Sobrepaleta 7. () Outros. Quais?

F) Avalie a importância dos aspectos gerais da carne suína que você considera importante no momento da compra:

- 1. Sem importância** **2. Pouco importante** **3. Indiferente**
4. Importante **5. Muito importante**

- | | | | | | |
|---------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 1. Preço | 1. () | 2. () | 3. () | 4. () | 5. () |
| 2. Marca | 1. () | 2. () | 3. () | 4. () | 5. () |
| 3. Registro de Inspeção Federal | 1. () | 2. () | 3. () | 4. () | 5. () |
| 4. Data de validade | 1. () | 2. () | 3. () | 4. () | 5. () |
| 5. Composição Nutricional | 1. () | 2. () | 3. () | 4. () | 5. () |
| 6. Teor de Gordura | 1. () | 2. () | 3. () | 4. () | 5. () |
| 7. Corte | 1. () | 2. () | 3. () | 4. () | 5. () |
| 8. Embalagem | 1. () | 2. () | 3. () | 4. () | 5. () |

G) Quanto aos aspectos sensoriais da carne suína, enumere cada um destes atributos quanto a ordem de importância no momento da compra do produto:

1. () Aroma 2. () Sabor 3. () Cor 4. () Textura 5. () Suculência