



XXIX CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA (CIC)
2019

UACSA, UAST, UFAPE, CODAI e UEADTEC
Universidade Federal Rural de Pernambuco
Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação
Coordenação de Programas Especiais



PERFIL DE CONSUMO DE CARNE SUÍNA NOS MUNICÍPIOS DE GARANHUNS-PE E CURITIBANOS-SC

Ramon Correia Catão¹, Antônio Ricardo Santos de Andrade ², Tania Alen Coutinho ³, Álvaro Menin⁴
E-mail: ramoncorreiacatao@gmail.com

- 1 Graduando de Zootecnia, UFRPE-UAG
- 2 Docente do departamento de Agronomia, UFRPE-UAG
- 3 Docente do departamento de Medicina Veterinária, UFRPE-UAG
- 4 Docente do departamento de Medicina Veterinária, UFSC – Campus Curitibanos

Apesar da proteína animal mais consumida no mundo constituir-se na carne suína, este padrão de consumo não é observado no Brasil, seja por questões culturais, religiosas ou socioeconômicas. Visando entender o comportamento de duas populações brasileiras cultural e regionalmente divergentes, foi objetivo deste estudo analisar o perfil de consumo da carne suína nos municípios de Garanhuns-PE e Curitibanos-SC (os dados de Curitibanos não foram enviados no prazo para serem aqui incluídos, contudo serão apresentados em publicação futura). Inquérito investigativo, contendo dez questões objetivas, foi aplicado em cinco pontos de comercialização de carne suína (2 supermercados, 2 minimercados e 1 feiras-livres), cujo critério de escolha do local foi a venda de produtos cárneos. Do total de 150 participantes (51 % [76/150] homens e 49 % [74/150] mulheres) 79 % (119/150) consumiam carne suína, destes, 35 % (53/119) consumiam de uma a três vezes por semana e preferencialmente *in natura* (não processada) (80% [96/119]). Os principais critérios para escolha da compra de peça cárnea foram a aparência (42% [51/119]), sabor (33% [39/119]) e preço (15,3 % [23/119]), sendo a bisteca (40 % [60/119]) a peça mais procurada. Quanto ao local de compra da carne suína, o mercado foi local de maior preferência para compra da carne (46% [55/119]) pelos motivos de confiança/ segurança alimentar(58% [69/119]), proximidade à residência(19% [23/119]) e preço (17,64% [21/119]). Houve não concordância com resultados de trabalhos realizados na mesma região, os quais relataram o preço como principal critério para escolha da peça cárnea e do local de compra. E dentre os participantes que não consumiam carne suína (21 % [31/150]), o sabor e/ou característica visual da carne foi o principal motivo indicado para o comportamento não consumista. O conhecimento de populações quanto ao consumo de produtos é de fundamental importância para o investimento em *marketing* e acesso a informação, de maneira combater inverdades e mitos criados frente à carne suína, pois esta se trata de um produto de qualidade, saudável e barata.

Palavras-chave: carne suína, comportamento consumidor, hábito alimentar, consumo.

Área do Conhecimento: Ciências Agrárias.

Realização:



Apoio:



FUNDAÇÃO APOLÔNIO SALLES
F A D U R P E