



Universidade Federal de Viçosa

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA**

**MAIARA CRISTINA ANASTÁCIO**

**ANÁLISE DOS PRINCIPAIS FATORES CONSIDERADOS POR CONSUMIDORES  
QUE INFLUENCIAM A ACEITABILIDADE DA CARNE SUÍNA NO MUNICÍPIO  
DE AMPARO DO SERRA – MG**

**VIÇOSA, 2023.**

**MAIARA CRISTINA ANASTÁCIO**

**ANÁLISE DOS PRINCIPAIS FATORES CONSIDERADOS POR CONSUMIDORES  
QUE INFLUENCIAM A ACEITABILIDADE DA CARNE SUÍNA NO MUNICÍPIO  
DE AMPARO DO SERRA – MG**

Relatório final, apresentado à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências para a obtenção do grau de Bacharel em Agronegócio.

Orientador: Pablo Murta Baião Albino

**VIÇOSA, 2023.**

**MAIARA CRISTINA ANASTÁCIO**

**ANÁLISE DOS PRINCIPAIS FATORES CONSIDERADOS POR CONSUMIDORES  
QUE INFLUENCIAM A ACEITABILIDADE DA CARNE SUÍNA NO MUNICÍPIO  
DE AMPARO DO SERRA – MG**

Relatório final, apresentado à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências para a obtenção do grau de Bacharel em Agronegócio.

Orientador: Pablo Murta Baião Albino

---

Roberto Max Protil

(UFV)

---

Altair Dias Moura

(UFV)

---

Pablo Murta Baião Albino

(UFV)

**VIÇOSA, 2023.**

## RESUMO

A suinocultura é uma atividade que vem se destacando no agronegócio brasileiro. A carne suína é a proteína de origem animal mais consumida no mundo; porém, o índice de consumo dos brasileiros em relação a ela ainda é considerado baixo. A criação de suínos é uma atividade de extrema importância para a economia do município de Amparo do Serra – MG, ocupando o segundo lugar no ranking de atividades que mais geram emprego na região. Sendo assim, o objetivo deste trabalho foi analisar a aceitabilidade da carne suína e identificar quais os fatores afetam a escolha do consumidor em relação a essa proteína. Foi utilizado o método de pesquisa descritivo com a aplicação de um questionário para levantamento de dados, onde utilizou-se uma abordagem qualitativa para análise desses dados. Foram entrevistados 92 consumidores da região através da aplicação do questionário. Dentre os entrevistados 98,9% consomem carne suína e apenas 1,1% não consome. Em relação a preferência, 51,1% dos entrevistados têm preferência por consumir carne suína, 35,9% carne de frango e 12% preferem a carne bovina. A maioria consome carne suína semanalmente (47,8%) ou diariamente (37%). Com esse trabalho foi possível evidenciar que a aceitabilidade da carne suína no município é alta e que fatores como a renda e a cultura afetam diretamente a escolha do consumidor em relação a qual carne ele possui o hábito de consumir.

**Palavras-chaves:** Carne suína, Comportamento do consumidor, Aceitabilidade

## **ABSTRACT**

Pig farming is an important activity in Brazilian agribusiness context. Pork is the most consumed protein of animal origin in the world; however, the consumption index of Brazilians in relation to it is still considered low. Pig farming is an extremely important activity for the economy of the municipality of Amparo do Serra - MG, occupying the second place in the ranking of activities that generate the most employment in the region. Therefore, the objective of this study was to analyze the acceptability of pork and identify which factors affect consumer choice in relation to this protein. A descriptive research method was used with the application of a survey for data collection, and a qualitative approach was used for data analysis. 92 consumers in the region were interviewed through the application of the questionnaire. Among the respondents, 98.9% consume pork and only 1.1% do not. Regarding preference, 51.1% of respondents prefer pork, 35.9% chicken and 12% prefer beef. Most consume pork weekly (47.8%) or daily (37%). With this work it was possible to show that the acceptability of pork meat in the municipality is high and that factors that have such as income and culture directly affect the consumers choice in relation to which meat he has the habit of consuming.

**Keywords:** Pork, Consumer behavior, Acceptability

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>7</b>
<b>2.</b>	
<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1. Objetivo</b>	
<b>Geral.....</b>	<b>8</b>
<b>2.2. Objetivo</b>	
<b>Específicos.....</b>	<b>8</b>
<b>3. REFERENCIAL</b>	
<b>TEÓRICO.....</b>	<b>9</b>
<b>3.1. Panorama geral do Setor Suinícola Brasileiro na</b>	
<b>atualidade.....</b>	<b>9</b>
<b>3.2. A Suinocultura no município de Amparo do</b>	
<b>Serra.....</b>	<b>10</b>
<b>3.3. Fatores que Influenciam o Comportamento do</b>	
<b>Consumidor.....</b>	<b>12</b>
<b>3.4. Mitos e Verdades relacionados à Segurança da Carne</b>	
<b>Suína.....</b>	<b>15</b>
<b>4. METODOLOGIA DE</b>	
<b>PESQUISA.....</b>	<b>17</b>
<b>5. RESULTADOS E</b>	
<b>DISCUSSÕES.....</b>	<b>19</b>
<b>6.</b>	
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>25</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	
<b>BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>26</b>

## APÊNDICE

I.....	28
--------	----

## 1. INTRODUÇÃO

A suinocultura é uma atividade que vem se destacando no agronegócio brasileiro. De acordo com o Relatório Anual 2023 realizado pela Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA), em 2022 a produção brasileira de carne suína foi de 4,983 milhões de toneladas, com o consumo per capita equivalente a 18kg/hab.

Segundo o Caderno Setorial ETENE publicado pelo Banco Nordeste em 2023, a China ocupa o primeiro lugar no ranking de consumo mundial de carne suína, seguida pela União Europeia, Estados Unidos, Rússia e pelo Brasil, ocupando o quinto lugar. O consumo de carne suína na China em 2022 foi equivalente a 53,600 milhões de toneladas. Enquanto isso, o consumo brasileiro foi de 3,098 milhões de toneladas, sendo considerado pouco expressivo quando comparado a China. No Brasil a carne mais consumida é a carne de frango seguida da carne bovina. O consumo per capita de carne de frango em 2022 foi de 45,2kg/hab e o da carne bovina de 24,2kg/hab (ABPA, 2023).

A preferência dos brasileiros por consumir outras proteínas de origem animal ao invés da carne suína pode ser um efeito dos mitos relacionados a esse produto. De acordo com a pesquisa realizada por Diehl (2011), os brasileiros apontam como pontos fracos da carne suína o fato de ser uma carne prejudicial à saúde por transmitir doenças e conter altos teores de gordura e colesterol. Nos últimos anos grandes avanços tecnológicos foram incorporados na produção de suínos. Houve um aumento do grau de profissionalismo na cadeia permitindo mudanças nos sistemas de produção, nas técnicas de reprodução, avanços genéticos, manejo nutricional através da aplicação de boas práticas de produção e das orientações em relação a biossegurança das granjas (BRANDT, 2023).

A suinocultura é uma atividade significativa para o município de Amparo do Serra - MG, sendo a segunda atividade que mais emprega pessoas na região. Devido à baixa concentração de renda no município, acredita-se que o consumo de carne suína na região seja relevante, uma vez que essa proteína possui um menor preço no mercado, quando comparada a carne bovina.

Considerando a situação exposta acima, este trabalho busca responder a seguinte questão: ***Como os fatores que influenciam o comportamento do consumidor afetam sua escolha em relação a carne suína?***



## **2. OBJETIVOS**

### **2.1. Objetivo Geral**

Realizar uma pesquisa com os consumidores que residem no município de Amparo do Serra – MG, através da aplicação de um questionário com a finalidade de identificar quais os fatores e informações são levados em conta durante o processo de aquisição da carne suína.

### **2.2. Objetivos Específicos**

- Identificar os tipos de carnes mais consumidos na região;
- Observar se os consumidores possuem uma visão negativa sobre a carne suína;
- Verificar se variáveis como a renda, grau de escolaridade e acesso a informações sobre conteúdos referentes a alimentação/culinária afetam a preferência do consumidor na hora de escolher qual tipo de carne consumir.
- Verificar o grau de aceitabilidade da carne suína pelos consumidores entrevistados.

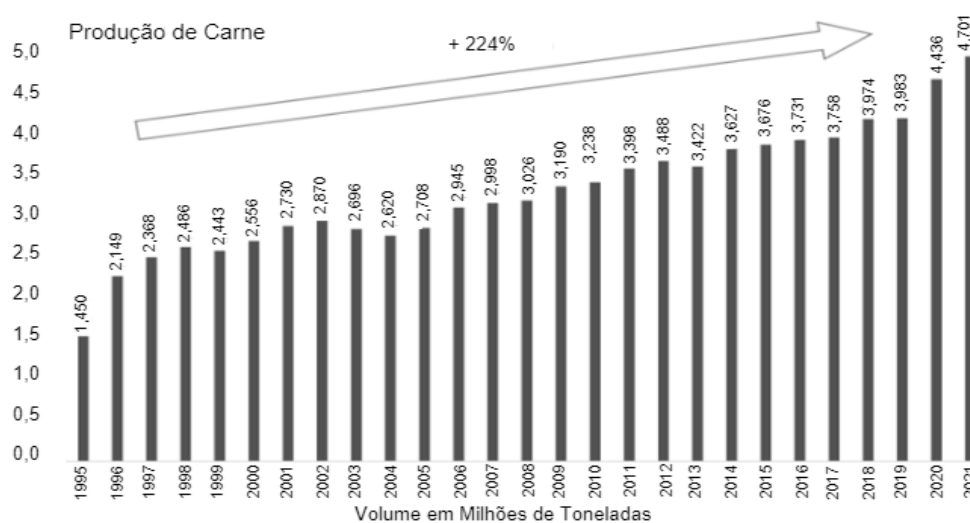
### 3. REFERENCIAL TEÓRICO

#### 3.1. Panorama Geral do Setor Suinícola Brasileiro na Atualidade

A suinocultura é uma atividade que se destaca em produção e produtividade no Brasil. De acordo com a Associação Brasileira de Criação de Suínos (ABCS), o Brasil ocupa o 4º lugar no ranking de produção e exportação de carne suína, sendo a China e Hong Kong os principais destinos das exportações brasileiras. Os dados do Relatório Anual (2023) elaborado pela Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA), mostram que em 2022 o valor bruto da produção de suínos no território nacional foi equivalente a R\$31,946 bilhões de reais com cerca de 2.067.749 milhões de cabeças distribuídas entre os estados brasileiros. Do valor total dessa produção, 72,52 são destinados ao mercado interno e 22,48% para exportação, tendo como principais países importadores a China, Japão e Reino Unido.

Nos últimos anos, a suinocultura brasileira obteve grandes avanços na sua cadeia agroindustrial. De acordo com Brandt (2023), é evidente às mudanças que ocorreram nos sistemas de produção, nas técnicas de reprodução, avanços genéticos e em questões de manejo nutricional, sanitário com a incrementação de um grau elevado de profissionalismo na cadeia produtiva. Houve um crescimento significativo no volume de carne suína produzida no país entre as décadas de 1980 e 2020, onde o aumento da produção foi maior que o aumento no plantel de matrizes, evidenciando o aumento da produtividade e do grau de profissionalização na cadeia (BRANDT, 2023).

**Gráfico 1:** Produção brasileira de carne suína entre os anos de 1995 e 2021 (milhões de toneladas).



**Fonte:** Brandt (2023)

Em 2022, o desempenho do setor no país foi determinado pela redução da participação da China no mercado internacional da carne suína devido aos impactos causados pela Peste Suína Africana (PSA) no país, fazendo com que o Brasil respondesse ao aumento da demanda internacional causada pelo surto da PSA na Ásia. De acordo com o Anuário 2023 da Suinocultura Industrial (2022), o Brasil conseguiu ampliar a sua participação no mercado global a partir do segundo semestre de 2021 e 2022 mesmo havendo reversão na alta dos valores e volumes de produção, onde o setor suinícola apresentou receitas cambiais decrescentes, mas com valores acima de 2 bilhões de dólares.

Os dados do Anuário 2023 da Suinocultura brasileira (2022), apontam que apesar do Brasil ter se saído melhor do que os principais concorrentes no mercado internacional, as baixas no volume e nos preços das exportações de carne suína refletiram no setor. Houve um aumento no abastecimento do mercado interno em 2022, com um consumo per capita entre 17 e 18kg devido a redução dos preços da carne no varejo que vem acontecendo desde 2020.

Em relação aos custos de produção, houve recuo nos preços do milho e do farelo de soja na metade do primeiro semestre de 2022. Em 2020, 2021 e início de 2022, houve um aumento contínuo no preço do milho, que é um componente fundamental da alimentação dos suínos, dando início a uma queda contínua no preço do animal vivo tanto em dólares quanto em reais. Esse cenário implicou na redução do valor médio das exportações de carne suína. A partir do segundo trimestre de 2022, o valor médio das exportações vem se recuperando, chegando a atingir o valor de USD 2.40 ao fim do ano. Porém, o preço do milho e do farelo de soja devem se manter elevados no primeiro semestre de 2023 devido a fatores como a guerra na Ucrânia e o aumento na demanda da China que vem se recuperando do surto de PSA.

Apesar do aumento no preço dos insumos que afetam o custo de produção, a carne suína vem apresentando um menor acréscimo nos preços em relação as demais carnes no mercado, o que a torna mais atrativa para o consumo dos brasileiros possibilitando um aumento no consumo per capita desse produto nos últimos anos em relação as demais proteínas de origem animal.

### **3.2. A Suinocultura no Município de Amparo do Serra**

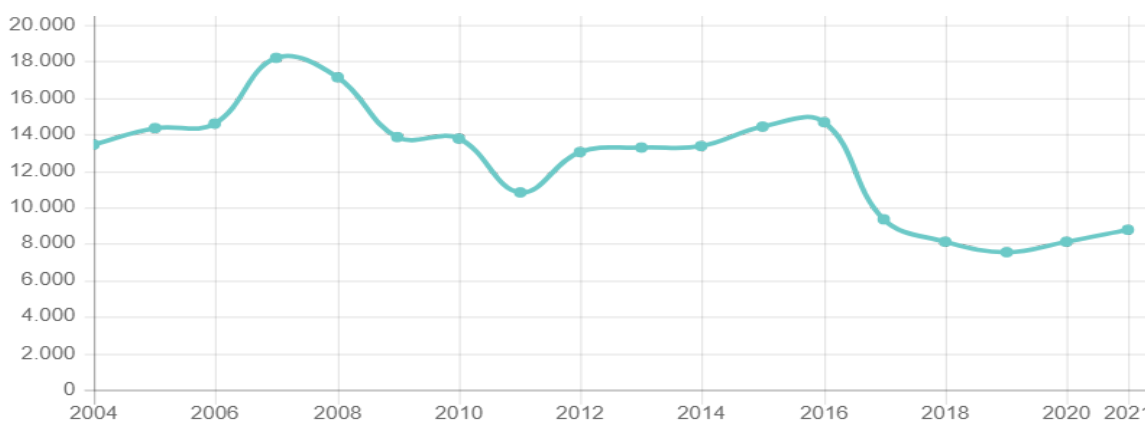
O Município de Amparo do Serra está localizado no estado de Minas Gerais e, de acordo com o último censo do IBGE em 2010, sua população é de 5.053 habitantes. Possui uma área territorial de 136,186 km<sup>2</sup> e o PIB de cerca de R\$ 50,7 milhões de reais, o que torna

a concentração da renda do município considerada baixa quando comparada à média estadual. A remuneração média dos trabalhadores que possuem carteira assinada na região é de cerca de R\$ 1,800 reais.

Segundo o site da Câmara Municipal de Amparo do Serra, a principal atividade econômica do município se integra à produção agropecuária. Das atividades que mais geram emprego na região, tem-se a administração pública com 233 trabalhadores no total, seguida da criação de suínos com 37 trabalhadores e a fabricação de produtos de panificação com 31 trabalhadores. O município conta com dois principais estabelecimentos voltados para a criação de suínos, sendo um deles o Sítio Vovó Dolores, localizado dentro do município de Amparo do Serra, no bairro da Conceição. A granja conta com uma fábrica integrada onde é produzida toda a ração consumida pelos animais desde a fase de crescimento até a terminação, sendo esses, 2500 leitões e 350 matrizes. A segunda granja está localizada na Fazenda da Vargem Agro Rural LTDA, na Zona Rural do município. A propriedade possui 2600 leitões e 750 matrizes, e as atividades desenvolvidas na propriedade estão relacionadas com a criação de suínos para carne e banha. O município também possui produção de suínos em pequenas propriedades rurais para o consumo próprio.

De acordo com dados do IBGE, o número de cabeças efetivos no rebanho sofreu oscilações entre 2004 e 2021, havendo uma queda significativa no rebanho a partir de 2016.

**Gráfico 2:** Número de Suínos/ Efetivos do rebanho no município de Amparo do Serra – MG entre os anos de 2004 e 2021 (Unidade: cabeças)



**Fonte:** Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2022)

Em relação ao gráfico, é possível observar uma queda no número de cabeças do rebanho a partir de 2007, com uma baixa no ano de 2011. Em 2011, houve um aumento no preço do milho, um dos principais componentes da alimentação do suíno e responsável por grande

parte dos custos de produção da atividade, influenciando de forma negativa a rentabilidade da cadeia produtiva de carne suína. Por outro lado, preço pago aos produtores pelo quilo do suíno sofreu uma queda. Com os custos de produção elevados e baixo preço pelo suíno, alguns produtores não conseguiram manter sua produção, acarretando o abandono da atividade levando a redução do número do rebanho.

### 3.3. Fatores que Influenciam o Comportamento do Consumidor

O avanço da globalização trouxe o aumento na movimentação de produtos, pessoas e serviços, tornando possível ultrapassar barreiras geográficas. Todos os dias consumidores de todo o mundo tomam decisões em relação a compra de diferentes produtos. O comportamento do consumidor é o estudo que busca compreender como indivíduos, grupos e organizações escolhem, compram e descartam bens, serviços, ideias com a finalidade de satisfazer suas necessidades e desejos. O comportamento do consumidor é influenciado por fatores culturais, sociais e pessoais e psicológicos (KOTLER, 2012):

**Figura 1:** Fatores que influenciam o comportamento de compra

Fatores Culturais	Fatores Sociais	Fatores Pessoais	Fatores Psicológicos	Consumidor
Cultura	Grupos de referência	Idade	Motivação	
Subcultura	Família	Ocupação	Percepção	
Classes Sociais	Papéis e posições	Consolidação Econômica	Aprendizagem	
		Estilo de Vida	Crenças e Atitudes	
		Personalidade		

**Fonte:** Kotler (2012)

Além de sofrer influência de determinados fatores, o comportamento do consumidor pode ser dividido de acordo com determinadas características. As características do consumidor divididas em demográficas (renda, idade, gênero, educação, etnia, estágio da vida, nacionalidade); psicográficas (atividades, interesses, opiniões); comportamento de compra e consumo (preferência de local de compra, frequência de compra, meio utilizado, sensibilidade a preço); valores; cultura; personalidade. As características geográficas estão

relacionadas a fronteiras, cidades e bairros; enquanto as características situacionais dizem respeito ao uso do tempo dos consumidores para o trabalho, obrigações físicas ou biológicas (dormir, alimentar-se) e ao seu tempo livre (ROCHA E PLATT, 2015).

Compreender os fatores que capazes de influenciar o comportamento do consumidor permite que as empresas tenham uma visão mais aprofundada da dinâmica de compra possibilitando a abertura de oportunidades através de estímulos de marketing com o objetivo de gerar bons resultados no comportamento de compra, criando valor para o cliente gerando satisfação e envolvimento com o produto (SILVA et al., 2010).

### ***Fatores Culturais***

Segundo Kotler (2012), a cultura é o principal determinante capaz de influenciar o comportamento de um indivíduo. Todo grupo ou sociedade possui uma cultura capaz de afetar o comportamento de compra do indivíduo, variando de acordo com a região ou país. Cada cultura pode possuir subculturas que geram maior identificação entre seus integrantes, geralmente associadas a religião, grupos sociais e proximidade geográfica. As classes sociais também são importantes influenciadores do comportamento de consumo, uma vez que pessoas que pertencem a mesma classe social apresentam preferências e hábitos de consumo semelhantes (SILVA, et al., 2015).

A alimentação humana como ato social produz diversos sistemas alimentares. A constituição desses sistemas sofre interferências de fatores de ordem ecológica, histórica, cultural, social e econômica que implicam em representações e imaginários sociais que envolvem escolhas e classificações. Dessa forma, estando a alimentação humana impregnada pela cultura, torna-se possível pensar nos sistemas alimentares como sistemas simbólicos onde os códigos sociais atuam no estabelecimento da relação do homem com a natureza (MACIEL, 2004).

O fator regional é um elemento importante e passível de transformação, uma vez que os produtos da regionalidade através da funcionalidade de exprimir a identidade cultural dos povos se transforma em outras marcas. Logo, a regionalidade se expressa na alimentação dos indivíduos através de hábitos e práticas alimentares que acompanham os grupos ao longo do desenvolvimento e da sua construção social e cultural (MACIEL, 2004). A região Sudeste do Brasil é considerada mais propensa ao consumo de carne suína do que as demais. O município de Amparo do Serra é considerado uma região rural da Zona da Mata - MG. A urbanização e a região são variáveis que apresentam um efeito significativo no consumo de

carnes, onde os domicílios situados na zona rural são mais propensos ao consumo de carne suína e menos propensos ao consumo de carne bovina e de frango (SCHLINDWEIN; KASSOUF, 2006).

A suinocultura é um produto capaz de expressar a regionalidade e a identidade cultural no município de Amparo do Serra. A atividade é importante para economia da região, sendo o segundo setor responsável pela maior empregabilidade do município, com o total de 37 trabalhadores atuando nas duas principais granjas da região. A suinocultura no estado de Minas Gerais tem mantido sua importância no cenário nacional. De acordo com o relatório elaborado pela ABCS e pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Suinocultura (FNDS) referentes aos Dados de Mercado de Suínos do primeiro semestre de 2022, Minas Gerais é o quarto maior produtor de carne suína com 3.375.724 milhões de cabeças de suínos. A Zona da Mata, onde está situada o município de Amparo do Serra é uma região com longa tradição na suinocultura, onde a atividade vem se fortalecendo desde os anos 80, com a introdução de técnicas de nutrição, reprodução e manejo por um grupo de produtores dos arredores do município de Ponte nova, cidade localizada a 22,5 km do município de Amparo do Serra (Mapeamento da Suinocultura Brasileira, 2016).

### ***Fatores sociais***

No processo social, o comportamento do consumidor sofre influência de diversos grupos que geralmente compartilham das mesmas regras com a finalidade de buscar inserção social (CASTRO, 2018). Os fatores sociais que mais afetam o comportamento do consumidor são os grupos de gênero, grupos de referência, grupos de aspiração, família. Nos grupos de gênero, é necessário analisar a participação do gênero masculino e feminino. As organizações precisam identificar o gênero com maior participação no consumo de determinado produto e dar enfoque a este (DANTAS, et al., 2016).

Grupos de referência são aqueles que exercem influência direta ou indireta sobre o comportamento de um indivíduo. A família é a mais importante organização de compra de produtos para consumo constituindo o grupo de referência mais influente (KOTLER, 2012). Para Castro (2018), a família exerce diretamente uma função de consumo final atuando como unidade econômica, ganhando e gastando dinheiro. Os membros da família estabelecem prioridades individuais e coletivas de consumo que repercutem nas suas escolhas.

### ***Fatores pessoais***

Segundo Dantas et al. (2016), a idade, o ciclo de vida, o estilo de vida e as circunstâncias econômicas são os principais fatores pessoais que influenciam o comportamento de um indivíduo. A idade influencia o indivíduo pelo fato dos gostos e necessidades irem mudando ao longo do ciclo da vida. Os dados do último censo do IBGE (2010), realizado na região de Amparo do Serra mostra que a maior parte da população do município de Amparo de Serra é composta por indivíduos entre 10 e 50 anos.

Em relação as circunstâncias econômicas, os indivíduos tendem a consumir de acordo com a renda que possuem (ROCHA; PLATT, 2015). De acordo com os dados do último censo do IBGE (2010) realizado no município, a concentração de renda na região é considerada baixa sendo a remuneração média dos trabalhadores que possuem carteira assinada na região equivalente a R\$ 1,800 reais. Segundo o Estudo sobre a Cadeia de alimentos realizado por Belik (2020), o maior gasto em alimentação das famílias brasileiras é com os diferentes tipos de carne. No caso da carne suína, Minas Gerais apresenta uma despesa per capita entre R\$ 3,83 e R\$ 4,89 ao mês. A carne suína compõe a classe de alimento com valores de elasticidade-renda entre 0,2 e 0,4 indicando que a despesa com esse alimento é mais sensível as oscilações financeiras. Um aumento na renda familiar per capita de 1% levaria a um aumento médio de despesa com esse produto.

De acordo com um estudo realizado por Travassos e Coelho (2017), sobre o padrão de substituição entre carnes no consumo domiciliar do Brasil, uma variação na renda familiar a carne suína pode ser considerada um substituto bruto e líquido da carne de frango processada e de cortes bovinos de segunda, onde é possível perceber uma tendência onde o aumento na carne bovina leva os consumidores a migrarem para a carne suína.

### **3.4. Mitos e Verdades Relacionados à Segurança da Carne Suína**

Quando falamos sobre as decisões de compra do consumidor em relação ao consumo de carne suína, vemos que o Brasil possui um baixo consumo quando comparado a outros países. Ainda é possível encontrar nas mídias, notícias relacionadas ao potencial de transmissão de doença e a presença de altos teores de gordura presentes na carne suína, fazendo com que o consumidor opte pela escolha de outros tipos de carne no momento da compra.

As informações relacionadas a crença de que a carne suína pode transmitir doenças como a Teníase e a Cisticercose, não devem ser tidos como verdadeiros até considerarmos a



forma de transmissão da doença. De acordo com Soares, Gherardi e Almeida (2022), para os humanos desenvolverem a cisticercose é necessário ingerir os ovos da tênia, anteriormente eliminados pelos próprios humanos contaminados com a solitária. A teníase é a doença causada pela fase adulta do parasita *Taenia solium*, que necessita de dois hospedeiros para completar seu ciclo de vida, sendo um deles o homem e o outro é chamado de hospedeiro intermediário onde ocorre somente a fase larval do parasita. Nessa fase podem ser hospedeiros: suínos, bovinos, carneiros ou até mesmo o próprio homem (DIEHL, 2011).

Também é comum ocorrer assimetria de informações sobre o alto teor de gordura e colesterol presentes na carne suína. Segundo Diehl (2011), campanhas sem base científica foram criadas com a finalidade de alertar sobre a redução do consumo de gorduras saturadas e colesterol, que estão presentes nos produtos de origem animal. No entanto, a redução desses produtos também reduz o consumo de outras substâncias como proteínas, cálcio, ferro, entre outras. O colesterol de origem animal é considerado um componente fundamental para o bom funcionamento de todas as células do organismo, considerado uma matéria prima fundamental para a produção de diversos hormônios. Portanto, ao contrário do que a maioria dos consumidores pensa em relação a esse produto, a carne suína passou a apresentar nos últimos anos mais de 60% de carne magra em sua carcaça e entre 1,5 e 1 centímetro de gordura na espessura do toucinho (DIEHL, 2011).

Logo, a carne suína é um alimento que, além de saboroso, é nutritivo não apresenta perigos a saúde devido a sua composição nutricional.

#### 4. METODOLOGIA DE PESQUISA

A pesquisa pode ser definida como um processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico, tendo como objetivo fundamental descobrir as respostas para os problemas através dos procedimentos científicos (GIL, 2008).

Neste trabalho iremos utilizar a metodologia de pesquisa descritiva com uma abordagem qualitativa dos dados. Segundo Gil (2008), a pesquisa descritiva tem como objetivo descrever as características de determinada população, de um fenômeno ou de realizar o estabelecimento entre variáveis. De acordo com o autor, uma das características significativas da pesquisa descritiva se dá pela utilização de técnicas padronizadas na coleta de dados.

Para realizar a coleta dos dados, foi utilizado um questionário com a finalidade de verificar quais são as informações que os consumidores residentes no município de Amparo do Serra - MG possuem em relação a carne suína na hora de realizar suas compras. Segundo Moysés e Moori (2007) apud Marconi e Lakatos (1999), o questionário é uma ferramenta desenvolvida cientificamente, composto por perguntas ordenadas que possuem um critério predeterminado, que deve ser respondido sem a presença do entrevistador. Sendo assim, o questionário foi desenvolvido no Google Formulários, que é uma plataforma do Google para criação de questionários e pesquisas online. A construção do questionário foi realizada com base em um modelo disponível na Secretaria de Agricultura do município de Amparo do Serra, utilizado para realizar o levantamento sobre a produção de suínos no município no ano de 2021. O questionário foi estruturado com alternativas de múltipla escolha com o intuito de conseguir respostas claras sobre o conhecimento dos consumidores em relação a carne suína e sobre seus hábitos de consumo. Em relação ao envio dos questionários, a amostra foi selecionada de forma não-probabilística, onde a seleção da população da amostra depende do julgamento do pesquisador. A amostra foi escolhida por conveniência, ou seja, a população selecionada são indivíduos aos quais o pesquisador possui acesso (OLIVEIRA, 2001). O link do questionário foi enviado através do whatsapp para 160 indivíduos que faziam parte da lista de contatos do pesquisador.

A aplicação do questionário ocorreu durante o mês do maio, com o retorno de 92 repostas, que responde a 1,82% da população residente no município. Os dados coletados por meio das repostas obtidas através da aplicação dos questionários foram submetidos a análise

através do método de abordagem qualitativa. De acordo com Gil (2008), a pesquisa qualitativa apresenta três etapas utilizadas para a análise dos dados:

***Redução dos dados:*** é o processo de seleção e simplificação dos dados que aparecem nas notas do trabalho. Essa etapa tem como objetivo selecionar, simplificar e transformar os dados originais em um resumo organizado de acordo com os padrões que foram definidos nos objetivos da pesquisa.

***Apresentação dos dados:*** consiste em organizar os dados que foram selecionados na etapa de redução de forma que possibilite a análise sistemática que envolvem as semelhanças, as diferenças e o relacionamento entre os dados colhidos.

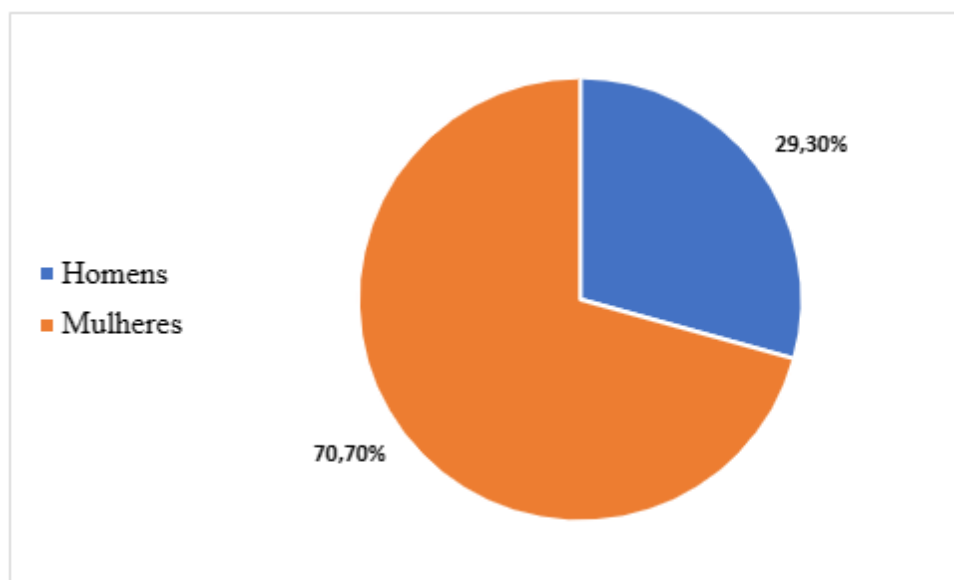
***Conclusão/Verificação dos dados:*** é necessário que seja feita uma revisão dos dados para considerar seu significado e padrões. A verificação dos dados está relacionada diretamente com a elaboração da conclusão dos dados, que precisam ser revisados sempre que necessário e testados quanto à sua validade.

Após a coleta dos dados realizada pela aplicação do questionário, os mesmos foram selecionados e reduzidos em uma tabela elaborada através do Microsoft Excel, separados por parâmetros como: gênero, renda familiar, grau de escolaridade. Em seguida, os dados foram apresentados através de gráficos elaborados através do Excel com a finalidade de facilitar a observação e interpretação dos mesmos.

## 5. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Após finalizada a coleta dos dados, as amostras constituíram-se de 65 mulheres (70,7%) e 27 homens (29,3%), totalizando 92 participantes. Em relação a idade dos entrevistados, 22,8% apresentavam a idade de 18 a 25 anos, 38%, de 25 a 35 anos, 23,9%, de 35 a 35 anos e 15,2%, está acima de 45 anos. Foi possível observar uma distribuição variada, o que possibilitou obter dados de consumidores de diferentes faixas etárias.

**Gráfico 3:** Porcentagem do consumo de carne suína de acordo com o gênero no município de Amparo do Serra – MG em 2023

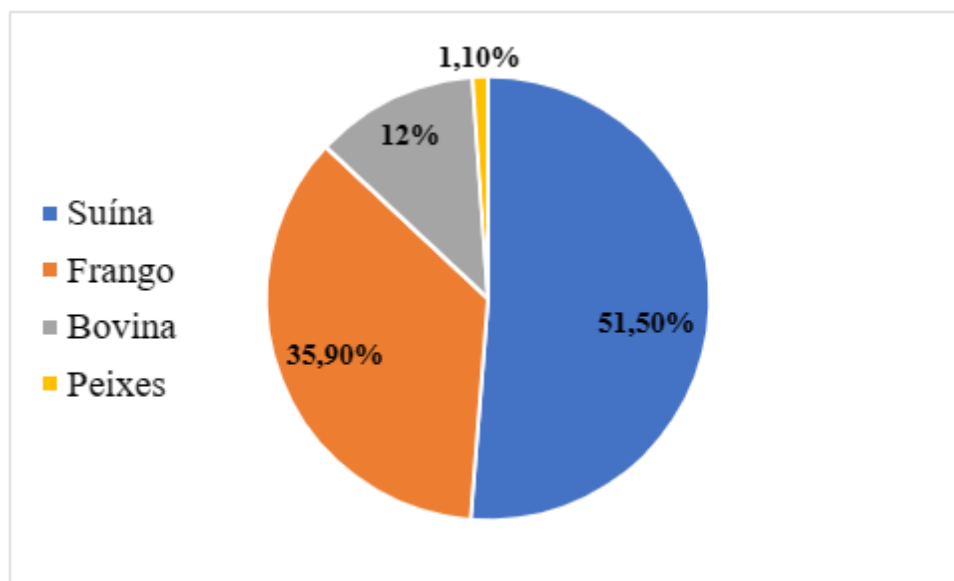


**Fonte:** Elaborado pelo autor

Quando observamos o grau de escolaridade dos entrevistados, podemos aferir que a maior parte possui o Ensino Médio Completo (42,4%) e parte dos entrevistados possui Ensino Superior Completo (23,9%) e incompleto (12%).

De acordo com dados da ABCS (2022), a carne suína é a proteína de origem animal mais consumida em todo mundo, porém, no Brasil ela ocupa o terceiro lugar no ranking de consumo dos brasileiros, perdendo para a carne bovina e de frango. Mas ao observar os dados coletados no município de Amparo do Serra, vemos que esse fato não se comprova no município. De acordo com as respostas obtidas através da aplicação do questionário, é possível verificar que a carne suína é a escolha de 51,1% dos consumidores entrevistados. Logo em seguida temos a carne de frango com 35,9% e a carne bovina com 12%. Das respostas obtidas podemos ver que 98,9% dos consumidores têm a carne suína inclusa nos seus hábitos de alimentação e apenas 1,1% não consomem carne suína.

**Gráfico 4:** Preferência dos entrevistados em relação ao consumo dos tipos de carne no município de Amparo do Serra – MG em 2023



Fonte: Elaborado pelo autor

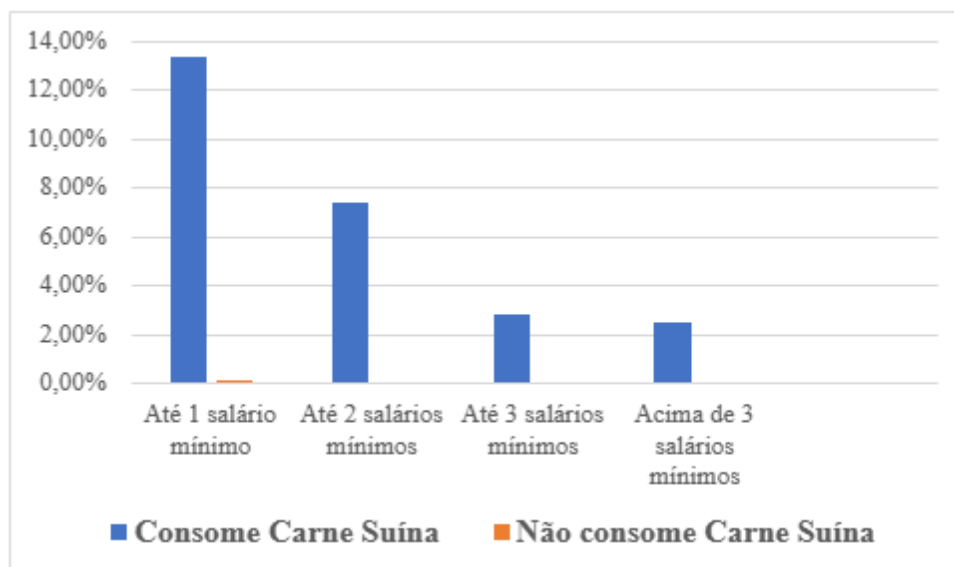
Dos consumidores que tem a carne suína inclusa na sua alimentação, podemos observar que a maior parte deles têm o hábito de consumir a proteína semanalmente (47,8%), boa parte consome carne suína diariamente (37%) e uma pequena parte consome apenas mensalmente (14,1%). Apenas 1,1% dos consumidores possuem o hábito de consumir a proteína anualmente. Podemos concluir que os moradores do município de Amparo do Serra têm preferência pela carne suína na hora de escolher qual proteína de origem animal consumir. Essa informação corrobora com o estudo realizado por Schlindwein e Kassouf (2006), que atesta que a região Sudeste é mais propensa ao consumo de carne suína do que as demais, além do fato de que domicílios situados na zona rural são mais propensos ao consumo desse produto. Logo, a carne suína pode ser considerada um produto resultado da regionalidade do município de Amparo do Serra capaz de exprimir a identidade cultural da região (BELIK, 2020).

No que diz respeito a renda familiar dos consumidores entrevistados, podemos observar que 38% recebem até um salário mínimo, 28,3% até 2 salários mínimos, 17,4% até 3 salários mínimos e 16,3% acima de 3 salários mínimos. É possível notar uma variação na renda mensal dos entrevistados, porém, a maior parte dos consumidores possui a renda familiar equivalente a um salário-mínimo, o que está de acordo com os dados do IBGE relacionados ao município. Nesse sentido, a concentração de renda na região é baixa quando

comparada com a média estadual, onde a maioria dos trabalhadores recebem a remuneração média equivalente a R\$ 1.800,00 reais. Indivíduos que possuem uma renda de até 3 salários mínimos ou acima de 3 salários mínimos preferem consumir carnes mais caras, como a carne bovina. O aumento na renda familiar tende a aumentar o consumo de carne bovina em até 2,1% (SCHLINDWEIN; KASSOUF 2006). Já aqueles que recebem 1 ou 2 salários-mínimos possuem o hábito de consumir carne suína ou de frango e essa parcela dos entrevistados consomem carne suína semanalmente ou mensalmente, uma vez que a ocorrência de uma pequena variação na renda familiar leva os indivíduos a trocarem a carne de frango e a carne de bovina pela carne suína, já que está é considerada um bem substituto quando ocorre aumento no preço da carne bovina. Logo, pessoas com graus de escolaridade mais elevados e melhores circunstâncias econômicas tendem a consumir cortes de carne mais caros (TRAVASSOS; COELHO, 2017).

Outro dado relevante é que a maioria dos entrevistados “NÃO” considera a carne suína uma carne cara (71,7%) e apenas 28,3% a considera uma carne cara e, entre os consumidores que consideram a carne cara, a maior parte são de pessoas que recebem entre 1 e 2 salários mínimos. Quando analisamos essa informação, podemos observar que a renda é um fator capaz de influenciar a escolha do consumidor na região, uma vez que a concentração de renda é baixa, os consumidores tendem a optar por carnes mais baratas como a carne suína e a carne de frango, principalmente as famílias que possuem sua renda mensal até um salário mínimo.

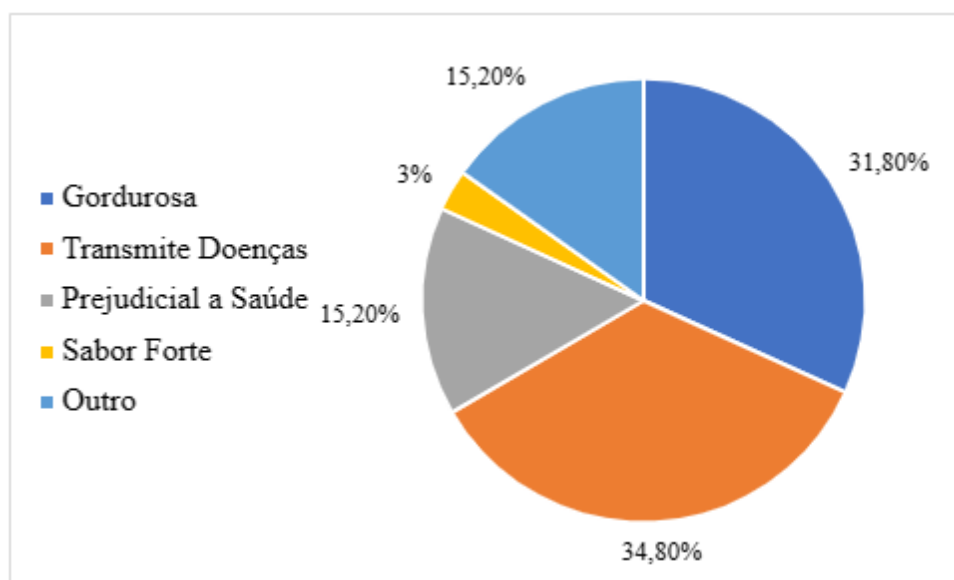
**Gráfico 5:** Consumo de carne suína de acordo com a renda das famílias dos entrevistados residentes no município de Amparo do Serra – MG em 2023.



**Fonte:** Elaborado pelo Autor

Quanto ao acesso a informações, todos os entrevistados possuem acesso à internet e 70,7% possuem o costume de acessar conteúdos relacionados a culinária/alimentação. Em relação a informações/notícias negativas sobre a carne suína, 62% dos consumidores já tiveram acesso a informações sobre males advindos do consumo de carne suína.

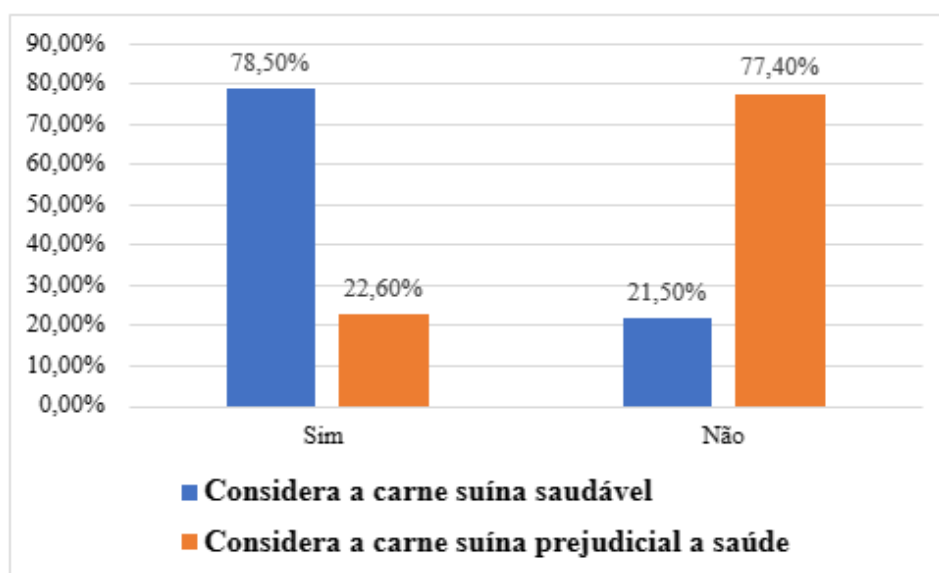
**Gráfico 6:** Fatores negativos em relação a carne suína de acordo com informações recebidas pelos entrevistados no município de Amparo do Serra – MG em 2023.



**Fonte:** Elaborado pelo autor

Em relação a visão dos consumidores sobre a carne suína, pôde-se observar que apesar da maioria dos entrevistados consumirem carne suína, 20,7% “NÃO” considera esta carne um alimento saudável e 21,7% acreditam que o consumo regular dessa proteína acaba sendo prejudicial à saúde. Observa-se que esses consumidores não incluem a carne suína na sua alimentação diária, mas possuem o hábito de consumirem semanalmente ou mensalmente esse tipo de carne. Outro fator relevante é que a maior parte dos consumidores que não consideram a carne suína uma carne saudável, são aqueles que tem a carne de frango como principal escolha na hora da compra. Logo, mesmo consumindo a carne suína, essas pessoas optam pela compra da carne de frango na maioria das vezes.

**Gráfico 7:** Percepção dos consumidores em relação a carne suína no município de Amparo do Serra – MG em 2023.



**Fonte:** Elaborado pelo autor

Tratando-se do local onde os entrevistados preferem comprar a carne suína, os açougues, 67,4%, foram os locais mais citados. Esse dado pode ser explicado pelo fato de os açougues da região oferecerem um melhor preço pelo quilo da carne e cortes suínos diversificados. O hábito de adquirir a carne suína nos açougues pode ser considerado uma característica do comportamento de compra e consumo dos indivíduos da região, representando sua preferência em relação ao local de compra (ROCHA; PLATT, 2015). O restante dos entrevistados faz a aquisição da carne suína em supermercados (22,8%) e mercados (3,3%) da região. Uma parcela dos entrevistados adquire a carne suína diretamente das granjas (6,5%). Esse tipo de aquisição é bem comum na região, pois algumas famílias possuem o costume de comprar a “banda” do suíno ou até mesmo o animal inteiro e



armazenar a carne em sua própria casa. Isso acontece principalmente em famílias localizadas na zona rural do município.

Dos 92 entrevistados, apenas 1 indivíduo não possui o hábito de consumir carne suína. O alto índice de consumo, pode ser pelo fato de a suinocultura ser uma atividade essencial para economia do município, logo, os habitantes da região já estão familiarizados com a produção de suínos e com o consumo da carne. Ao considerarmos as respostas obtidas através do questionário, podemos constatar que a maior parte dos consumidores entrevistados possui a carne suína inclusa na sua alimentação seja ela de forma diária, semanal ou mensal. Porém, apesar da maior parte da amostra ter a carne suína como a escolha principal, uma boa parte prefere consumir outras proteínas, como a carne de frango e a carne bovina e essa parcela que representa 22,60% dos entrevistados são os consumidores que consideram a carne suína prejudicial à saúde e pouco saudável. Foi possível observar que existe espaço para o esclarecimento aos consumidores que ainda consideram a carne suína pouco saudável e prejudicial à saúde sobre os processos relacionados à criação dos suínos e também uma divulgação sobre a qualidade da carne e todos os seus nutrientes que trazem diversos benefícios ao organismo.

Por fim, o comportamento do consumidor em Amparo do Serra pode ser dividido em características demográficas, relacionadas a renda e a regionalidade que envolve os aspectos culturais da tradição da suinocultura na Zona da Mata e no município, e também ao seu comportamento de compra e consumo, que estão ligados a preferência dos consumidores em adquirir a carne suína de açougues e sua sensibilidade ao preço das carnes, uma vez que variações na renda influenciam na escolha do consumidor em relação ao tipo de carne que ele irá consumir e com qual frequência (ROCHA; PLATT, 2015)

## 6. CONCLUSÕES

A realização desse trabalho permitiu avaliar a aceitabilidade da carne suína no município de Amparo do Serra – MG e a identificar quais os fatores que influenciam o comportamento de compra do consumidor na hora da escolha do produto. Foi possível observar que das respostas obtidas dentro da amostra coletada, os consumidores entrevistados possuem preferência pelo consumo de carne suína, seguida da carne de frango e da carne bovina. Dos 92 entrevistados, apenas 1 indivíduo não possui a carne suína inclusa nos seus hábitos alimentares.

Sobre os fatores que afetam o comportamento do consumidor, a cultura e a renda são os que possuem maior influência dentre os consumidores entrevistados. A baixa concentração de renda na região leva a preferência pelo consumo de carne suína, que é uma carne considerada mais barata quando comparada a outras proteínas de origem animal, como a carne bovina por exemplo. O município está localizado em uma região que possui tradição na suinocultura, o que também pode influenciar no consumo.

No que diz respeito a percepção dos consumidores sobre a carne suína, alguns dos entrevistados apesar de consumirem o alimento, ainda consideram seu consumo prejudicial à saúde e pouco saudável. Em relação aos entrevistados que possuem uma visão negativa sobre a carne suína, os principais pontos negativos estão relacionados a informações referentes a capacidade de transmissão de doenças como a cisticercose, ou por ser considerada um alimento com alto teor de gordura.

Por fim, pode-se observar que entre os entrevistados da amostra coleta, o grau de aceitabilidade da carne suína é considerado alto.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABCS - Associação Brasileira dos Criadores de Suínos. Brasileiros tem aumentado o consumo per capita de carne suína. Disponível em < <https://abcs.org.br/noticia/brasileiros-tem-aumentado-o-consumo-per-capita-de-carne-suina/> >. Acesso em 16 de abril de 2023.

ABPA - Associação Brasileira de Proteína Animal. Relatório Anual 2023. **Anuário 2023 da Suinocultura Industrial**. Disponível em < [final10072 \(1\).pdf](#) >. Acesso em 15 de junho de 2023.

**Anuário 2023 da Suinocultura industrial**. Disponível em < [final10072 \(1\).pdf](#) >. Acesso BELIK, Walter. **Estudo sobre a cadeia de alimentos**. Disponível em < [EstudoCadeiaAlimentos\\_f\\_13.10.2020.pdf](#) >. Acesso em 16 de junho de 2023.

BRANDT, Guilherme. **Produção Brasileira de Suínos**. Disponível em < [Produção Brasileira de Suínos: Características Gerais - Artigos - 3tres3, A página do suíno](#) >. Acesso em 23 de março de 2023.

CASTRO, André Sampaio de. **Os aspectos psicológicos e socioculturais do comportamento do consumidor – Um estudo bibliográfico**. Disponível em < [144.pdf](#) >. Acesso em 16 de junho de 2023.

DANTAS, Luana Ana da Conceição; NETO, Cícero Antônio de Carvalho; SOUZA, Lucielma Francisca de; MENDES, Marina Bezerra; CRUZ, Plínio Conrado Amorim. **O comportamento do consumidor e os fatores que o influenciam**. Disponível em < [O\\_COMPORTEAMENTO\\_DO\\_CONSUMIDOR\\_E\\_OS\\_FATORES\\_QUE\\_O\\_INFLUENCIA.pdf](#) >. Acesso em 16 de junho de 2023.

DIEHL, Gustavo Nogueira. **Mitos e Verdades da Carne Suína**. Disponível em < [02101256-inftec-13-mitos-e-verdades-carne-suina-n13.pdf](#) >. Acesso em 04 de abril de 2023.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. - 6. ed. - São Paulo: Atlas, 2008. Disponível em < [gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf](#) >. Acesso em 20 de abril de 2023.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Dados da Pecuária em Amparo do Serra – Minas Gerais**. Disponível em < <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/amparo-do-serra/pesquisa/18/16459?indicador=16552&tipo=grafico> >. Acesso em 10 de maio de 2023.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. - 14. Ed. - São Paulo: Pearson Education Do Brasil, 2012. Disponível em < [Administração de Marketing, Kotler e Keller, 14ed, 2012.pdf](#) >. Acesso em 24 de abril de 2023.

MACIEL, Maria Eunice. **Olhares Antropológicos sobre a Alimentação**. Disponível em < [canesqui-9788575413876-03.pdf](#) >. Acesso em 16 de junho de 2023.

**Mapeamento da Suinocultura Brasileira/** Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas; Associação Brasileira de Criadores de Suínos. Brasília, DF, 2016.

Moysés, Gerson Luís Russo; MOORI, Roberto Giro. **Coleta de Dados para a Pesquisa Acadêmica: Um estudo sobre a elaboração, a validação e a aplicação eletrônica de questionário.** Disponível em < [enegep2007\\_tr660483\\_9457.pdf](#) >. Acesso em 20 de abril de 2023.

ROCHA, Rudimar Antunes da; PLATT, Allan Augusto. **Administração de Marketing.** Disponível em < [adm-marketing-3ed-alterado.pdf](#) >. Acesso em 14 de abril de 2023.

SCHLINDWEIN, Madalena Maria; KASSOUF, Ana Lúcia. **Análise da influência de alguns fatores socioeconômicos e demográficos no consumo domiciliar de carnes no Brasil.** Disponível em < [download \(1\).pdf](#) >. Acesso em 15 de junho de 2023.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Mapeamento da Suinocultura Brasileira.** Disponível em < [Mapeamento da Suinocultura Brasileira.pdf](#) >. Acesso em 13 de abril de 2023.

SENAR- Serviço de Aprendizagem Rural. **Impactos dos Preços do Suíno, do Milho e da Soja na margem dos Suinocultores Independentes em 2023.** Disponível em < [ativos\\_suinocultura\\_dezembro-1.pdf](#) >. Acesso em 02 de maio de 2023.

SILVA, Daiana Roze Pajeú; ROCHA, Elizabete Aparecida O., BRINGEL, Maria Helena Borges; FILHO, Osvaldo Pereira M. **Comportamento de compra: Principais fatores que influenciam o consumidor.** Disponível em < [5.pdf](#) >. Acesso em 15 de junho de 2023.

SOARES, Vinícius Farias; GHERARDI, Sandra Regina Marcolino; ALMEIDA, Jhenyfer Caroliny de. **Fatores que influenciam o comportamento do consumidor de carne suína.** Disponível em < <https://nutritime.com.br/wp-content/uploads/2022/07/Artigo-561.pdf> >. Acesso em 02 de abril de 2023.

OLIVEIRA, Tânia Modesto Veludo de. **Amostragem não-Probabilística: Adequação de situações para uso e limitações de amostras por conveniência, Julgamento e Quotas.** Disponível em < [https://pesquisa-eaesp.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/arquivos/veludo\\_-\\_amostragem\\_na\\_o\\_probabilistica\\_adequacao\\_de\\_situacoes\\_para\\_uso\\_e\\_limitacoes\\_de\\_amostras\\_por\\_conveniencia.pdf](https://pesquisa-eaesp.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/arquivos/veludo_-_amostragem_na_o_probabilistica_adequacao_de_situacoes_para_uso_e_limitacoes_de_amostras_por_conveniencia.pdf) >. Acesso em 08 de julho de 2023.

TRAVASSOS, Guilherme Fonseca; COELHO, Alexandre Bragança. **Padrão de substituição entre carnes no consumo domiciliar do Brasil.** Disponível em < [download.pdf](#) >. Acesso em 15 de junho de 2023.

## APÊNDICE I – Modelo de Questionário usado na Pesquisa

### ASSIMETRIA DE INFORMAÇÃO EM RELAÇÃO A CARNE SUÍNA

Questionário aplicado com a finalidade de avaliar quais os fatores e as informações relevantes para o consumidor em relação a escolha da carne suína no Município de Amparo do Serra – MG.

Estudante Maiara Cristina Anastácio - Cursando Agronegócio na Universidade Federal de Viçosa

Orientador: Pablo Albino

1- Idade?

- De 18 a 25 anos
- De 25 a 30 anos
- De 30 a 35 anos
- De 35 a 40 anos
- Acima de 40 anos

2- Sexo?

- Feminino
- Masculino

3- Qual seu grau de escolaridade?

- Fundamental Incompleto
- Fundamental Completo
- Ensino Médio Incompleto
- Ensino Médio Completo
- Ensino Superior Incompleto
- Ensino Superior Completo

4- Qual sua renda familiar?

- Até um salário-mínimo
- Até 2 salários-mínimos

- Até 3 salários-mínimos
- Acima de 3 salários-mínimos

5- Possui acesso à Internet?

- Sim
- Não

6- Tem acesso a conteúdos relacionados a culinária/alimentação?

- Sim
- Não

7- Qual tipo de carne você mais consome em casa?

- Bovina
- Frango
- Suína
- Peixe
- Outros tipos de carne

8- Você consome carne suína?

- Sim
- Não

9- Se sim, com qual frequência você consome carne suína?

- Diariamente
- Semanalmente
- Mensalmente

10- Se você não consome carne suína, qual o motivo?

- Saúde
- Religião

- Sabor
- Outro

11- Você considera a carne suína gordurosa?

- Sim
- Não

12- Você já ouviu ou leu em algum lugar alguma informação negativa sobre a carne suína?

- Sim
- Não

13- Se a resposta acima foi sim, a informação está relacionada a algum desses fatores:

- A carne suína é gordurosa
- A carne suína transmite doenças
- A carne suína afeta o colesterol
- Outros

14- Você considera a carne suína saudável?

- Sim
- Não

15- Você costuma comprar a carne suína em qual estabelecimento?

- Açougues
- Mercados
- Supermercados
- Não compra

16- Você considera a carne suína cara?

- Sim
- Não

17- Por fim, você acredita que ao consumir carne suína você pode estar fazendo mal a sua saúde?

Sim

Não