

PERFIL DO CONSUMIDOR DE CARNE SUÍNA NA REGIÃO DO MACIÇO DE BATURITÉ - CE

José Audísio Bezerra Filho¹

Raissa Evelin Silva Santos²

Maria Letícia Ferreira De Oliveira Matos³

Thalles Ribeiro Gomes⁴

RESUMO

Apesar da importância econômica, a carne suína ainda enfrenta resistência no Norte e Nordeste devido a estigmas históricos, culturais e religiosos. O consumo é impactado pelo poder aquisitivo, nível de informação, tradições locais e, principalmente, por mitos sobre a qualidade e sanidade do produto. A macroregião do Maciço de Baturité (CE), com 162.192 habitantes, possui forte vocação agropecuária, sendo necessários estudos detalhados sobre os hábitos de consumo de sua população. Coletar informações atualizadas para embasar políticas públicas, estratégias de marketing regional, como forma de fortalecer a cadeia produtiva da carne suína, bem como a possibilidade de realização de práticas educativas para desmistificar preconceitos, destacar os benefícios nutricionais da carne suína e fomentar a produção local de forma sustentável, alinhando a oferta e a qualidade às demandas reais dos consumidores, estabelecendo seu perfil. A metodologia se dividiu nas seguintes etapas: Elaboração de um questionário; Treinamento dos alunos responsáveis pela aplicação; Aplicação do questionário nos municípios do Maciço de Baturité-CE; Análise dos dados obtidos. Para a quantidade necessária de questionários respondidos foi utilizado a seguinte equação: $n0 = 1 / E^2$ $n = (N.n0) / (N+n0)$, que considera o tamanho da população local e um erro amostral de 5%, onde: $n0$ = primeira aproximação para o tamanho da amostra, desconsiderando o tamanho da população; E = erro amostral; n = tamanho da amostra considerando a população estudada; N = Tamanho da população; Assim, levando em consideração os dados da região, tem-se: $n0 = 1 / 0,05^2 = 400$ e $n = 162.192 * 400 / 162.192 + 400 = 174.636.600 / 162.192 = 399,02$. Foram aplicados pelo número da população da região, o total de 400 questionários. A partir dos resultados obtidos com os questionários, temos que a carne bovina foi escolhida como a carne preferida entre os consumidores (43,9%), seguida das carnes de frango (24%) e suína (23,8%), sendo o sabor considerado o motivo principal para a escolha (69,5%). 86,5% dos consumidores confirmaram o hábito de consumo da carne suína, destes, 30,7% tendo frequência de consumo ao menos 3x vezes na semana. O corte suíno preferido foi a costela (34,2%), embora 89,3% dos consumidores afirmam estarem abertos a compra de outros tipos de corte, levando em conta como fator essencial na hora da escolha o sabor (34,7%). Quando abordados sobre produtos derivados industrializados da carne suína o produto preferido dos consumidores foi a Linguiça com 43%, tendo como fator importante na hora da compra desses produtos a sua qualidade. Dos questionados, 13,5% não consomem carne suína, sendo considerados alguns dos motivos: religiosos; não terem o hábito de consumo; por acharem que a carne faz mal à saúde devido ao alto teor de gordura; ou por questões sanitárias. Fatores como preço, qualidade, sabor e até mesmo o modo de preparo da carne suína influenciam na hora da escolha para o consumidor, mas, ainda existem estigmas que devem ser contornados, através de ações de conscientização, facilitando também na criação de políticas públicas de incentivo tanto para produtores como para os consumidores finais.

Palavras-chave: Estigmas culturais; Hábitos de consumo; Suinocultura.

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, Agronomia, Discente, audisio.bezerrafilho@gmail.com¹

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, Agronomia, Discente, raissa79911@gmail.com²

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, Agronomia, Discente, leticiamatos667@gmail.com³

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, Agronomia, Docente, thalles.gomes@unilab.edu.br⁴