

E. Ciências Agrárias - 6. Zootecnia - 5. Zootecnia

VISÃO DO CONSUMIDOR DE LAVRAS FRENTE A CARNE SUÍNA

Vitor Urbano Maldonado¹

Thais Schwarz Gaggini²

Amanda Figueiredo Amaral³

Vinícius de Souza Cantarelli⁴

1. Universidade Federal de Lavras - PET Zootecnia

2. Universidade Federal de Lavras

3. Universidade Federal de Lavras - PET Zootecnia

4. Prof. - Departamento Zootecnia - UFLA

RESUMO:

Mundialmente, a carne suína é a mais consumida, sendo a preferida em diversos países, principalmente os asiáticos e europeus. Já o Brasil, apesar de ser um grande produtor de suínos, possui uma população que ainda tem certos preconceitos em relação à carne suína. O presente trabalho objetivou conhecer os principais motivos pelos quais a população de Lavras – MG não consome carne suína. Foram entrevistadas 647 pessoas residentes na cidade de Lavras – MG, no período de janeiro e fevereiro de 2009. A pergunta realizada para a população foi se o suíno ou a carne suína traz algum risco à saúde humana? As respostas obtidas foram anotadas pelos entrevistadores e os dados foram tabulados e analisados através do programa Microsoft Excel. Para 64,5% da população entrevistada o suíno ou a carne suína causa danos à saúde, e, para 35,5% não. Entre as respostas afirmativas, os principais fatores que causam preocupação da população em relação à carne suína foram: a procedência ruim da carne; a carne é considerada gordurosa; a existência de vermes no suíno e a possibilidade de ocorrer transmissão de parasitas durante o consumo da carne; a carne suína mal passada pode causar problemas à saúde; existência de grande quantidade de colesterol na carne; quando mal preparada, a carne suína pode causar riscos à saúde; a carne suína é fonte de doenças; existem bactérias na carne; a carne é considerada forte; a carne faz mal a saúde; ela é contra indicada por médicos; entre outros. Por meio da pesquisa, fica evidente a grande quantidade de informações errôneas a respeito da carne suína no município de Lavras -MG, e, por este motivo, é de grande importância criar e manter trabalhos de marketing que tenham como objetivo eliminar preconceitos e mudar a visão do consumidor em relação ao produto.

Instituição de Fomento: Universidade Federal de Lavras

Palavras-chave: suíno , consumo, perfil.