



Revista  
Técnico-Científica



## PERFIL DOS CONSUMIDORES DE CARNE SUÍNA E DERIVADOS EM SATUBA-ALAGOAS

Elton Lima Santos<sup>1</sup>, Juliana Cecília Silva<sup>1</sup>, Renato Nunes Nascimento<sup>1</sup>, Pedro Henrique de Melo Garcia<sup>1</sup>, Sarah Jacqueline Cavalcanti Silva<sup>1</sup>, Misleni Ricarte Lima<sup>1</sup>, Jerusa Maria Oliveira-Amorim<sup>1</sup>, Charles Anselmo Sampaio<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Alagoas, Centro de Ciências Agrárias

**RESUMO:** Este estudo objetivou caracterizar o perfil dos consumidores da carne suína e seus derivados no município de Satuba-AL. Os dados foram coletados no período de julho a agosto de 2017 por meio de questionários diretos. Foram consultadas aleatoriamente 400 pessoas em cinco bairros de Satuba. Com o propósito de assegurar a representação dessa amostra, foi realizado um planejamento de controle da aplicação dos questionários objetivando uma distribuição heterogênea da população quanto aos parâmetros de sexo, idade e estrato social. Os dados coletados foram tabulados no programa Microsoft Excel® e analisados de forma descritiva. Dentre os entrevistados; 55,75% consomem a carne suína; sendo 50,75% de mulheres e 49,25% de homens; 33,25% tem o grau de escolaridade “ensino médio incompleto” e a maioria apresenta renda de até um salário mínimo. Em relação aos 44,25% que não consomem carne suína, os resultados mostram que a falta de informações sobre a qualidade do produto é um entrave ao consumo. Verificou-se que é importante realizar campanhas informativas visando o esclarecimento da população sobre qualidade e a sanidade da carne suína.

Palavras-chave: consumo, mercado, suinocultura.

## CONSUMER PROFILE OF SWINE MEAT AND DERIVATIVES IN SATUBA-ALAGOAS

**ABSTRACT:** *This study aimed to characterize the profile of pork consumers and their derivatives in Satuba - AL. Data were collected from July to August 2017 through direct questionnaires. Four hundred people were randomly consulted in five districts of Satuba. In order to assure the representation of this sample, a planning of control of the application of the questionnaires was carried out aiming at a heterogeneous distribution of the population regarding the parameters of sex, age and social stratum. The data collected were tabulated in the Microsoft Excel® and analyzed in a descriptive statistic. Among the interviewees; 55.75% consume pork; being 50.75% of women and*

*49.25% of men; 33.25% have "incomplete high school" schooling and most of them have income of up to one minimum wage. For the 44.25% who do not consume pork, the results show that the lack of information on the quality of the product is a barrier to consumption. It was verified that it is important to conduct informative campaigns aimed at clarifying the population about the quality and health of pork meat.*

*Keywords: consumption, market, swine breeding.*

## INTRODUÇÃO

A suinocultura brasileira tem aumentado gradativamente, e o consumo de carne suína se expandido mesmo diante de tantos mitos negativos que se propagam a respeito da carne de porco (MARÇAL et al., 2016). O Brasil tem investido mais nos centros de pesquisas e juntamente com a qualificação e profissionalização dos recursos humanos, informatização do processo produtivo e a busca por técnicas modernas de criação, promove o crescimento das granjas suinícolas alavancando a criação de suínos no país, tornando-a uma atividade promissora e possibilitando a inserção do Brasil no mercado mundial.

A carne suína é um alimento excelente em sabor e valor nutritivo, rica em vitaminas e minerais, sendo importante à alimentação humana (PINHEIRO et al., 2013). Existe um preconceito de que se trata de uma carne que faz mal à saúde, que contém alto teor de gordura e alto nível de colesterol. Contudo, essas ideias aos poucos vêm sendo desmistificadas (SANTOS et al., 2012). Apesar da dificuldade de se mudarem conceitos arraigados na cultura popular, técnicos e produtores buscam expandir conhecimentos e refleti-los em progressos nos setores suinícolas.

Este conceito errôneo que o consumidor tem em relação à carne suína se deve ao desconhecimento das intensas pesquisas de melhorias em genética, nutrição, manejo e sanidade que vem sendo efetuadas pelos suinocultores nas últimas décadas (ROPPA, 2006). Com os avanços nos sistemas de produção, o consumidor terá à sua disposição uma carne mais confiável e de melhor qualidade para o consumo.

Bezerra et al. (2007) destacam que o melhor conhecimento do mercado consumidor da carne suína e seus derivados estimulará o desenvolvimento dos sistemas de produção, processamento e comercialização deste produto como forma de suprir as demandas dos consumidores, com ênfase na segurança, qualidade e preço dos produtos.

Estudos sobre o perfil consumidor de carnes nos municípios de Alagoas, particularmente da carne suína são escassos, e no município de Satuba são inexistentes. Respostas a respeito deste tema poderão servir como subsídio importante diante da formulação de políticas públicas e investimentos econômicos da cadeia suinícola neste município, já que essa atividade está saindo da informalidade na produção e se tornando um gerador de emprego e renda local.

Neste sentido, como em Alagoas não existem dados estatísticos confiáveis e precisos a respeito do consumo e caracterização da carne suína no Estado, o objetivo deste trabalho foi analisar o perfil do consumidor de carne suína no município de Satuba - AL, ressaltando suas preferências e avaliando os motivos que impedem o aumento do consumo desta carne.

## MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa foi realizada no município de Satuba, região metropolitana de Maceió. A cidade possui uma área total de aproximadamente 42,60 km<sup>2</sup>, um Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de 0,660, uma população estimada total de 13.716 pessoas e uma densidade populacional de 310,60 pessoas/m<sup>2</sup>. Está localizada ao leste do estado de Alagoas, a uma altitude média de 6 m e tem temperatura média anual de 26°C. Apresenta uma economia agroindustrial baseada na cultura da cana-de-açúcar, pecuária e no comércio varejista (SATUBA, 2016).

As entrevistas com a população foram feitas em estabelecimentos comerciais, escolas, praças, ruas e residências de cinco bairros do município de Satuba escolhidos de forma aleatória. Foi utilizada a técnica de amostragem aleatória simples para população finita e conhecida conforme Barbetta (2008) considerando um nível de confiança de 95% e margem de erro de no máximo 5%.

Por meio de questionários diretos com questões fechadas foram consultadas aleatoriamente 400 pessoas de diferentes bairros de Satuba. Os questionários abordavam questões como: a preferência e a frequência de consumo, fatores positivos e negativos, e sugestões para o aumento do consumo de carne suína. Com o propósito de assegurar a representação dessa amostra, foi realizado um planejamento, estratificado em gênero, idade, estrato social afim de se ter controle da

aplicação dos questionários com a finalidade de obter-se uma distribuição heterogênea da população.

Os dados foram coletados no período de julho a agosto de 2017 e posteriormente foram submetidos à análise estatística descritiva, com ênfase na distribuição de frequências relativas das respostas com programa Microsoft Excel® versão 2013.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa foi constituída por uma amostra de 50,75% de mulheres e 49,25% de homens (Tabela 1), divididos de forma a transcrever a similaridade com a proporção de homens e mulheres total do município.

Tabela 1. Sexo dos entrevistados da pesquisa sobre consumo de carne suína em Satuba, AL.

Sexo	Nº de entrevistados	Resultados em %
Masculino	197	49,25%
Feminino	203	50,75%

Já na Tabela 2 são expressos os resultados para idade e sexo dos entrevistados, foi observado que a maior parte dos entrevistados tinha entre 20 e 29 anos de idade para ambos os sexos (22,3 e 26,6% para homens e mulheres, respectivamente), seguido pela faixa etária entre 40 e 49 anos para homens (18,8%) e entre 30 e 39 anos para as mulheres (24,6%). Desta forma foi possível tornar a amostra populacional a mais heterogênea possível, refletindo a realidade do município.

Tabela 2. Faixas etárias e sexo dos entrevistados, distribuídas em grupos por idade, Satuba, AL.

Idade	Homens		Mulheres		
	Nº de pessoas	%	Nº de pessoas	%	
< 20 anos	33	16,75	< 20 anos	21	10,35
20 - 29	44	22,34	20 - 29	54	26,60
30 - 39	28	14,21	30 - 39	50	24,63
40 - 49	37	18,78	40 - 49	35	17,24
50 - 59	23	11,68	50 - 59	23	11,33
> 59 anos	32	16,24	> 59 anos	20	9,85

Em relação à escolaridade dos entrevistados, pode-se observar que 6,50% eram analfabetos; 29,75% tinham o ensino fundamental incompleto; 7,25% com o

ensino fundamental completo; 14,75% com o ensino médio incompleto; 33,25% com o ensino médio completo; 3,25% com o ensino superior incompleto; e apenas 5,25% tinham o ensino superior completo (Tabela 3). Pode-se destacar a maior proporção da população entrevistada com escolaridade abaixo da faixa de nível superior mesmo somando os resultados do ensino superior completo e incompleto, contudo, esse dado se mostra superior ao encontrado por Santos et al. (2012) estudando o consumo de carne suína no município de Rio Largo – AL; um município fronteiriço e com características geográficas e econômicas semelhantes a Satuba - AL.

Tabela 3. Nível de escolaridade dos entrevistados em Satuba, AL.

Escolaridade	Nº de pessoas	%
Analfabeto	26	6,50
Ens. Fundamental Incompleto	119	29,75
Ens. Fundamental Completo	29	7,25
Ens. Médio Incompleto	59	14,75
Ens. Médio Completo	29	7,25
Ens. superior Incompleto	13	3,25
Ens. superior Completo	21	5,25

Na Tabela 4 estão apresentados os dados com relação à renda familiar dos consumidores de carne suína em Satuba-AL. Foi possível observar que maioria dos entrevistados, 47% recebiam até um salário mínimo; 51,25% entre um e seis salários, enquanto que apenas um entrevistado possui renda acima de dez salários mínimos.

Tabela 4. Renda familiar mensal dos entrevistados em Satuba, AL.

Salários mínimos	Nº de entrevistados	%
Até 1	188	47,00
Entre 1 e 2	128	32,00
Entre 2 e 4	59	14,75
Entre 4 e 6	18	4,50
Entre 6 e 10	6	1,50
Acima de 10	1	0,25

Os entrevistados também foram questionados quanto as suas ocupações. Foi possível verificar que: 17,00% se intitularam donas de casa; 15,25% estudantes; 5,50% aposentados; e 58,50% possuíam vínculo empregatício na iniciativa privada ou serviço público em diversas classes ocupacionais. Desta forma, as ocupações foram divididas de acordo com a Tabela 5.

Tabela 5. Ocupações dos entrevistados sobre consumo de carne suína em, Satuba, AL.

Ocupação	Nº de pessoas	%
Donas de casa	68	17,00
Estudantes	61	15,25
Aposentados	22	5,50
Em outras profissões (Servidor público, autônomo, vendedor, etc.)	234	58,50
Desempregados	16	4,00

Das pessoas que responderam à pesquisa; 55,75% relataram consumir carne suína e 44,25% responderam que não consomem. Constata-se no presente estudo uma alta taxa de pessoas que não consomem carne de porco e por diversos motivos, como: religião, preço, qualidade sanitária e nutricional. Embora a carne suína seja a carne mais consumida no mundo e possua uma grande aceitação gustativa em outros países, no Brasil ela ainda alvo de mitos que refletem negativamente no consumo (SOUZA et al., 2001; SOUZA et al., 2016).

Para as pessoas que não consumiam carne suína, foi perguntado o motivo de não a consumirem. Os motivos foram divididos em categorias, sendo a categoria “riscos à saúde” responsável por 48,03% da negação à carne suína. 33,89% informaram motivos dentro da categoria “motivos culturais, comportamentais e religiosos”. 1,13% apontaram motivo dentro da categoria “financeiro” e 16,95% responderam mais de um dos motivos relacionados.

Os resultados do presente estudo corroboram com os de Silva e Silva (2009) que ao realizarem estudo com consumidores de carne suína em Guarabira - PB, constataram que 71,00% dos entrevistados responderam que a ingestão da carne suína pode causar algum risco a saúde. Já Santos et al. (2011) citam que uma das razões mais fortes para o não consumo da carne suína pode estar relacionada com questões culturais. No presente estudo, 33,89% alegam motivos culturais, comportamentais ou religiosos, entre os quais o fato de não apreciar o sabor da carne com 27,12% se sobressai entre os demais.

Pode-se constatar vários motivos para a rejeição ao consumo da carne suína em Satuba - AL, entretanto vale ressaltar que alguns motivos para o não-consumo podem ser justificados pela falta de informação sobre o produto. A carne suína produzida e comercializada em locais com inspeção, oficialmente tem a qualidade sanitária assegurada, além de que existem vários cortes comerciais nos quais se

pretende diminuir a quantidade de gordura em relação à carne bovina. Contudo, pelo que se observa na figura 1, a carne de ave foi a proteína preferencial entre os entrevistados que não consomem carne suína, e a carne bovina surge como segunda preferência. A busca por uma alimentação com menor quantidade de gordura e o preço mais acessível da carne de ave podem justificar essa preferência (BONAMIGO et al., 2012), visto que estes são itens levados em consideração na hora da escolha da carne segundo os entrevistados.

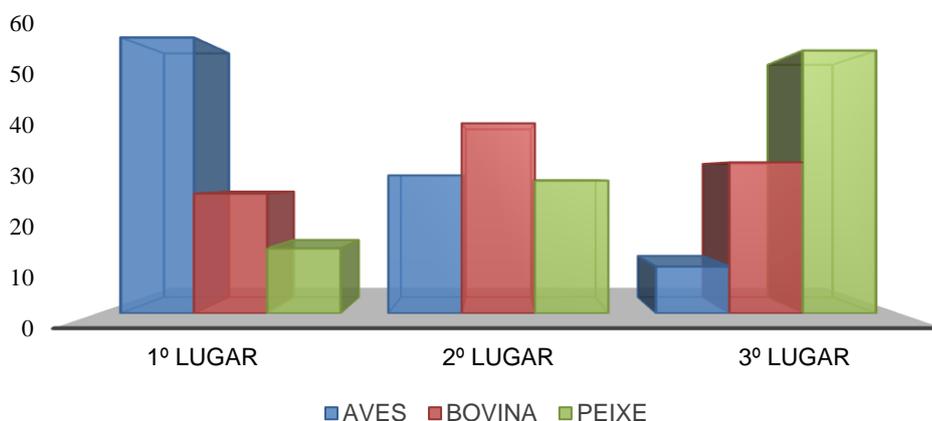


Figura 1. Preferência sobre o consumo de carnes pelos entrevistados que não consomem carne suína em Satuba, AL (em %).

Em relação às pessoas que dizem consumir carne suína, os resultados encontrados expressam uma ordem de preferência. Ao qual, o consumo de carne de aves é a primeira opção para 45,74%. Para a carne bovina a análise dos dados constata 42,15% de predileção. A carne de peixe foi considerada, a preferida, por 9,87%. E finalmente a preferência da carne suína foi de apenas 2,69% como primeiro lugar, 13,00% em segundo lugar; 29,15% em terceiro lugar e 55,16% em quarto lugar na preferência de consumo entre carnes. De modo geral, pode-se inferir que a população de Satuba - AL consome mais carne de aves, depois a carne bovina, a de peixe e por último a carne suína, vale ressaltar ainda, que dentre os entrevistados nenhum se declarou como sendo vegano (Figura 2).

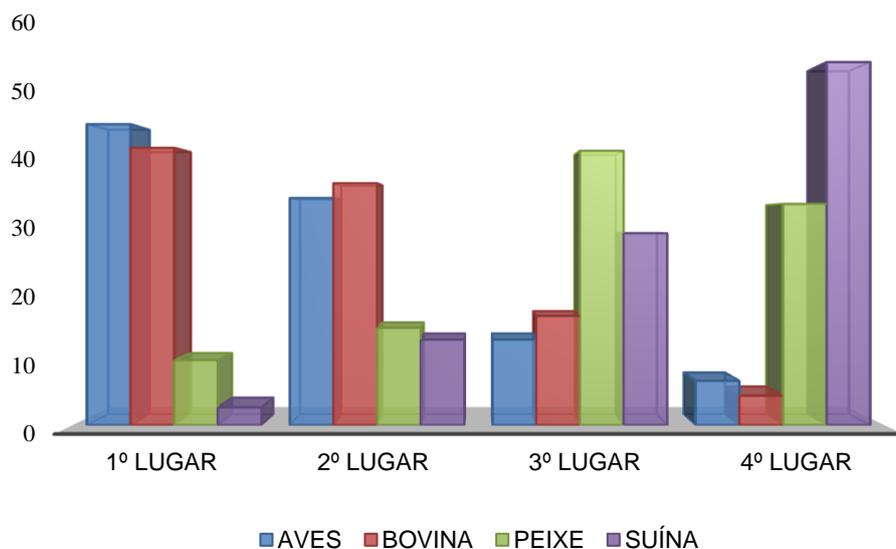


Figura 2. Preferência sobre o consumo de carnes pelos entrevistados que consomem carne suína em Satuba, AL (em %).

A carne suína e seus derivados podem ser consumidos ou comprados de diversas formas, geralmente *in natura* (fresca) ou industrializada. Em Satuba a maior parte da população (87%) prefere comprar a carne suína *in natura*. Somente 13% das pessoas preferem comprar a carne suína industrializada, ou seja, na qual a carne passou por algum tipo de processamento, como: pré-cozimento ou quando é temperada, e é comercializada em embalagens própria.

Na Figura 3 estão apresentadas as formas de preparo da carne suína de acordo com a preferência dos entrevistados, 18,39% preparam a carne cozida; 21,97% frita; 27,35 assada; 7,62% grelhada; 1,35% optam pela carne na feijoada; 4,04% não tem preferência definida, gostam de todas as formas e 19,28% gostam de mais de uma das opções dentre as citadas. Vale destacar que o preparo do alimento influencia diretamente o sabor e na preferência, segundo os entrevistados (COELHO et al., 2009).

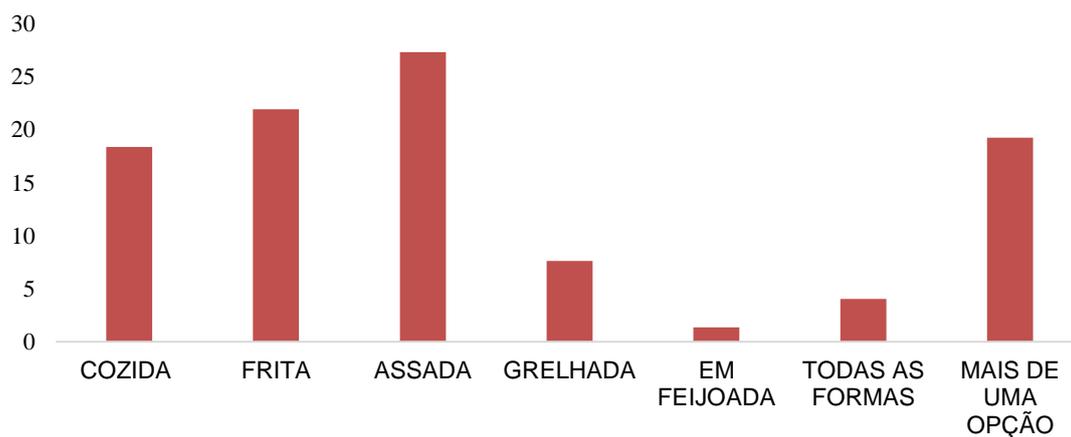


Figura 3. Formas de preparo da carne suína segundo a opinião dos entrevistados no município de Satuba, AL (em %).

Sobre os locais de compra da carne suína, pode-se observar que 44,39% compram somente no supermercado; 29,60% compram no frigorífico; 4,93% em feiras; 3,14% em abatedouros; 2,69% compram direto com o criador e 15,25% compram em mais de um desses locais. A carne industrializada comprada em supermercado ou frigorífico contém informações nutricionais e sobre a origem do produto disponíveis em suas embalagens; diferente daquela comprada *in natura* em abatedouros, feiras ou direto com o criador. Esses fatores, deveriam trazer um aumento da compra de carne suína nesses canais de comercialização, entretanto, a população de Satuba ainda persiste em comprar a carne *in natura*.

Na tabela 7 está representada a preferência dos cortes comerciais de carne suína e produtos industrializados. Foi observado entre os consumidores que o corte comercial preferido é a bisteca (54,71%). Estes resultados corroboram os dados de Bezerra et al. (2007) que observaram a bisteca como corte de preferência dos adultos entrevistados, estudando o consumo de carne suína na microrregião de Campina Grande, estado da Paraíba. Já no presente estudo, dentre os industrializados, o preferido foi a linguiça com 24,66% entre os entrevistados.

Tabela 7. Cortes comerciais e produtos industrializados da carne suína mais consumida de Satuba, AL.

Tipos de cortes da carne	%	Derivados	%
Pernil	4,93	Linguiça	24,66
Costela	16,59	Bacon	4,48
Bisteca	54,71	Mortadela	4,93
Lombo	1,35	Salsicha	8,07
Charel	0,45	Presunto	8,07
Coxão	0,45	Apresuntado	0,45
Filé	0,45	Salame	2,70
Mais de uma das opções	16,59	Mais de uma das opções	30,49
Compram de todos	2,24	Compram de todos	10,32
Não compra	2,24	Não compra	5,83

Surgem muitas preocupações no momento de comprar uma carne, seja essa suína ou não. Os resultados mostram que os consumidores estão bastante preocupados com a carne que consomem. Sendo que: 2,24% se preocupam com a apresentação do produto; 11,22% com o preço; 24,66% com a qualidade; 1,79% com o cheiro; 6,28% com a aparência; 15,70% observam a limpeza; 0,45% olham a marca, a criação dos animais a validade do produto e se importam com o sabor da carne; 4,03% se preocupam com tudo; 32,28% se preocupam com mais de uma dessas alternativas, figura 4.

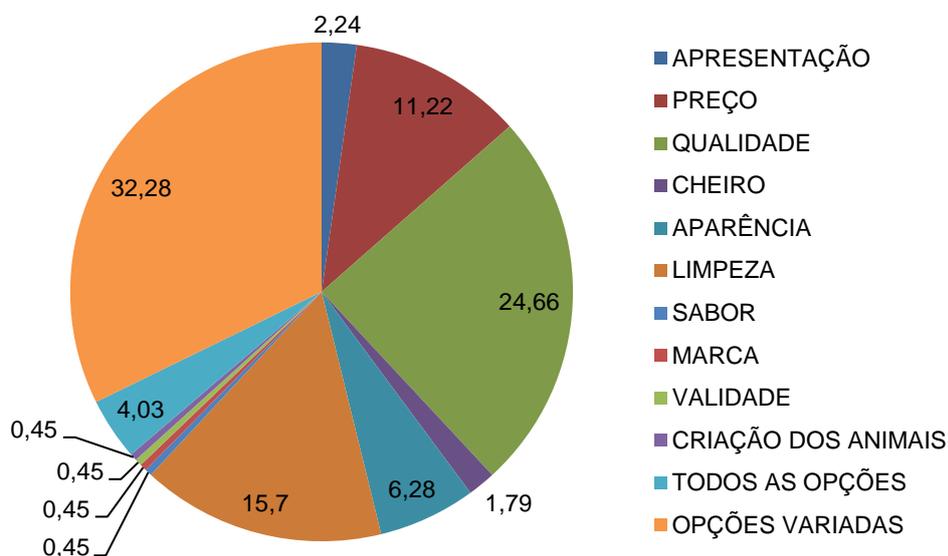


Figura 4. Preocupação do consumidor de carne suína e seus derivados no momento da compra em Satuba, AL (em %).

Já Bezerra et al. (2007) observaram que 39,5% dos adultos entrevistados em Campina Grande - PB afirmaram escolher o tipo de carne para consumo em virtude do custo, resultado superior ao identificado nesta pesquisa. Entretanto, Faria et al. (2006) constataram que em Belo Horizonte, Minas Gerais, os fatores decisivos para a escolha do consumidor na aquisição da carne *in natura* foram: aparência (44,4%), sabor (28,2%) e custo (13,7%).

É de extrema importância certificar-se se o local da compra da carne apresenta boa higienização, pois a maioria cita essa preocupação como determinante para a compra em Satuba. Os resultados obtidos com a pesquisa foram que 87,79% das pessoas relataram que o local onde adquirem a carne suína que consomem apresentam relativamente boa higienização; 4,04% alegaram que as instalações onde compram a carne que consomem não apresentam boa higienização; 6,28% disseram não ser cauteloso quanto a esse aspecto e 0,87% disseram não se importar com a higienização do lugar.

É relevante o número de consumidores de carne suína que não sabem a origem do produto que consomem. Alguns dos entrevistados argumentaram que o consumo só não cresce mais pela falta de mais informações para a população. Nessa pesquisa 78,48% não sabem de onde vem a carne que consomem, enquanto apenas 21,52% conhecem a origem dessa carne.

De todos os consumidores entrevistados, a maioria alegou ter dúvidas sobre a carne suína e seus derivados. Esses dados podem ser observados na Tabela 8.

Tabela 8. Dúvidas mais frequentes que os consumidores possuem sobre a carne suína e derivados no município de Satuba, AL.

Principais Respostas	% por pessoas
Composição nutricional da carne	2,24
Sistemas de manejo e produção	14,35
Qualidade e sanidade	10,31
Se afeta ou não a saúde	37,67
Tem dúvidas em mais de uma opção	11,21
Tem dúvidas em tudo	3,14
Não possui dúvidas	21,08

O preço dos produtos é decisivo entre o hábito de consumir ou não. Das pessoas entrevistadas, 52,46% acham que o preço da carne suína está cara, 43,95% acham que a mesma está acessível e apenas 3,59% disseram que comparando com outros alimentos, essa está barata.

As pessoas designam o termo “carregado”, um termo utilizado regionalmente, para aqueles alimentos que fazem mal à saúde, provavelmente por acharem ser mais gordurosos ou prejudicar processos inflamatórios no corpo humano. Destacando assim, que ainda existem diversos mitos por trás da carne suína. A cultura é um fator que vem influenciando bastante. Entre os entrevistados; 65,47% disseram achar a carne suína “carregada” e 34,53% disseram não achar a carne suína “carregada”. A qualidade nutricional da carne suína ainda é um fator de grande desconhecimento da população, pois comprovadamente a carne suína é rica em vitaminas e minerais (HAUTRIVE et al., 2012).

Em pesquisa realizada no município de Umuarama, Paraná, Merlini et al. (2014) observaram que entre os entrevistados; 83,16% afirmaram ter a informação de que a carne suína pode trazer algum risco para saúde humana.

Os meios de produção estão avançando e com isso se torna possível produzir uma carne suína de boa qualidade. No Brasil isso já é uma realidade, principalmente nos estados com grande produção, a exemplo dos estados como Santa Catarina e Minas Gerais. Visto que são estado com uma suinocultura mais tecnificada, com grande rigor sanitário nas criações, e com grande parte da produção sendo direcionada para a exportação.

Na opinião dos consumidores de carne suína os fatores que impedem o aumento do consumo são, principalmente: A falta de maiores informações (31,84%) e

o preço da carne (20,18%). Esta informação dada pelos entrevistados, parece ser contraditório, visto que, 78,48% dos mesmos, alegaram no questionamento anterior não saberem de onde é a origem da carne. Provavelmente esses resultados sejam relacionados a qualidade sanitária do produto. Sendo que maiores informações, de como são criados os animais e como é processada a carne e seus cortes, poderia ser um estímulo a aumentar o consumo da carne suína.

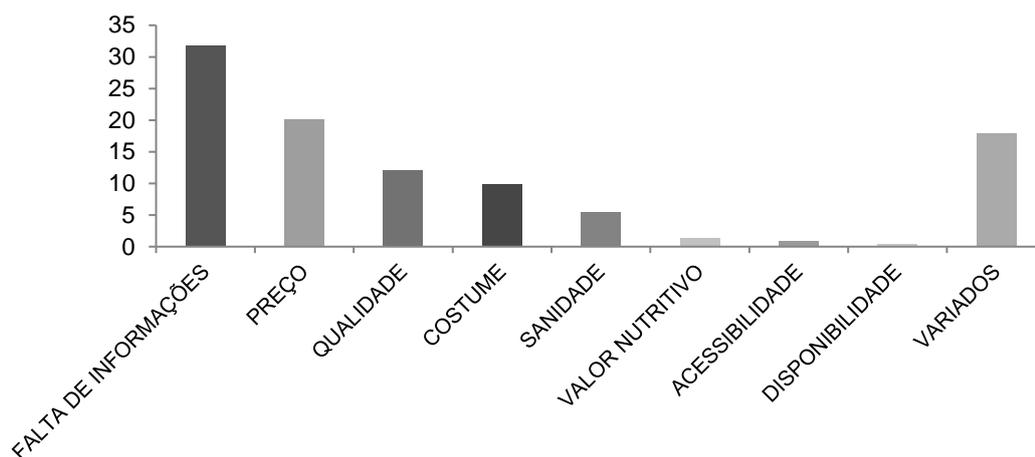


Figura 5. Os empecilhos para o aumento do consumo de carne suína, segundo a opinião dos entrevistados em Satuba, AL (em %).

De modo geral, segundo relata Raimundo e Batalha (2015) a identificação das demandas do consumidor de carne suína e sua efetiva realização em ações que melhorem a qualidade de produtos e serviços são fundamentais para gerar e sustentar vantagens competitivas para o setor suinícola. Esse processo é vital para a diferenciação de produtos, redução de custos e formulação de estratégias mercadológicas inovadoras. Dessa forma, a realização de estudos que busquem compreender o comportamento do consumidor é importante para a geração de estratégias e táticas que aumentem a competitividade dos agentes da cadeia produtiva da suinocultura, pois, é assim através do processo de decisão de compra, que o cliente imprime as informações sobre as características desejadas no produto.

Como já enfatizado e verificado, a falta de informações, ou melhor, a má informação sobre os mitos popularmente difundidos sobre a carne de suíno ser “carregada”, enfatiza um ponto importante sobre o consumo da carne suína em Satuba-AL, sendo fator primordial para a dificuldade no consumo dessa carne. Assim, segundo Santos et al. (2012) à medida que o consumidor reconhece o parâmetro de

qualidade, devidamente divulgado, através dos meios de comunicação, ganhará confiança no produto. Isso foi constatado também em Belo Horizonte - MG por Faria et al (2006), em Rio Largo - AL por Santos et al. (2012) e em Campina Grande - PB por Bezerra et al. (2007).

Os resultados devem ser apresentados no próprio texto ou com o auxílio de gráficos, figuras e/ou tabelas. Os dados das tabelas e figuras não devem ser repetidos no texto, mas discutidos em relação aos apresentados por outros autores. Não apresentar os mesmos dados em tabelas e em figuras.

A discussão dos dados deve ser feita utilizando como base artigos técnico-científicos publicados preferencialmente em periódicos nacionais e/ou internacionais. Citações de teses, dissertações e trabalhos publicados em congressos, quando possível, deverão ser evitadas. Os resultados obtidos nos artigos e em notas técnicas, deverão impreterivelmente apresentar análises estatísticas associadas. A escolha do tipo de análise (variância, fatorial, regressão etc.) fica a critério do(s) autor(es).

## CONCLUSÕES

Para adquirir mais confiança nos produtos consumidos, a população de Satuba-AL deve ser informada sobre os programas de inspeção, certificação, de origem e qualidade da carne suína. Os conceitos ultrapassados e a falta de informação verídica, influenciam negativamente no aumento do consumo da carne suína e seus derivados. Embora, a qualidade e sanidade determinam as principais preocupações dos consumidores, mesmo a carne dispondo dessas características, ainda não há uma procura significativa pela carne suína neste município. Sugere-se ainda campanhas de marketing sobre a qualidade e modos de criação para obtenção desta proteína, como forma de aumento do consumo.

## REFERÊNCIAS

BARBETTA, P.A. Estatística Aplicada às Ciências Sociais. 7. ed. Florianópolis: Editora da UFSC, 2008. 315 p.

BEZERRA, J.M.M.; CAVALCANTE NETO, A.; SILVA, L.P.G.; et al. 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. Disponível em: <<https://www.revistas.ufg.br/vet/article/view/1712/0>>. Acesso 03 dez. 2016.

BONAMIGO, A.; BONAMIGO, C.B.D.S.S.; MOLENTO, C.F.M. Broiler meat characteristics relevant to the consumer: Focus on animal welfare. *Revista Brasileira de Zootecnia*, v. 41, n. 4, p.1044–1050, 2012. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S151635982012000400029&script=sci\\_arttext&lng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S151635982012000400029&script=sci_arttext&lng=pt)>. Acesso 03 jan. 2019.

COELHO, A.B.; AGUIAR, D.R.D.; FERNANDES, E.A. Padrão de consumo de alimentos no Brasil. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, v.47, n.2, p.335-362, 2009. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-20032009000200002&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-20032009000200002&script=sci_arttext)>. Acesso 03 jan. 2019.

FARIA, I.G.; FERREIRA, J.M.; GARCIA, S.K. Mercado consumidor de carne suína e derivados em Belo Horizonte. *Arquivo Brasileiro de Medicina Veterinária e Zootecnia*, v. 58, n. 2, p. 251-256, 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/abmvz/v58n2/29667.pdf>>. Acesso em 30 nov. 2016.

HAUTRIVE, T.P.; MARQUES, A.C.; KUBOTA, E.H. Avaliação da composição centesimal, colesterol e perfil de ácidos graxos de cortes cárneos comerciais de avestruz, suíno, bovino e frango, *Alimentos e Nutrição*, v. 23, p. 327-334, 2012.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). 2010. Cidades. Alagoas – Satuba, dados completos. 2010. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=270890&search=alagoas|satuba>>. Acesso em 01 dez. 2016.

MARÇAL, D.A.; ABREU, R.C.; CHEUNG, T.L.; KIEFER, C. Consumo da carne suína no Brasil: aspectos simbólicos como determinantes dos comportamentos. *Revista em Agronegócio e Meio Ambiente*, v.9, n.4, p.989-1005, 2016.

MERLINI, L.S; FRASQUETTE, L.T.; SPOSITO, P.H.; et al. Caracterização do consumidor e do mercado da carne suína no município de Umuarama – Paraná – Brasil. *Enciclopédia Biosfera, Goiânia*, v.10, n.18; p.833-839, 2014.

PINHEIRO, R. E. E.; CARDOSO, E. C.; KLEIN JÚNIOR, et al. Qualidade da carne de suínos mestiços comerciais e sem raça definida criados em regime intensivo. *Revista Brasileira de Saúde e Produção Animal*, v.14, p.149-160, 2013.

RAIMUNDO, L.M.B.; BATALHA, M.O. Mercado de carne suína na cidade de São Paulo: segmentos e estratégias. *Gestão & Produção, São Carlos*, v. 22, n. 2, p. 391-403, 2015. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/gp/v22n2/0104-530X-gp-22-2-391.pdf>>. Acesso em 20 out. 2016.

ROPPA, L. Perspectivas da produção mundial de carnes, 2006 a 2030. *Revista Pork World*, n.34, p.16-27, 2006.

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

SANTOS, E.L.; SANTOS, E.P.; PONTES, E.C.; et al. Mercado consumidor de carne suína e seus derivados em Rio Largo-AL. *Acta Veterinária Brasília*, v.6, n.3, p.230-238, 2012.

SATUBA, Prefeitura Municipal de Satuba/AL. Satuba: 2016, disponível em: <<http://www.satuba.al.gov.br/255/DadosMunicipais/>>. Acesso em: 02 nov. 2016.

SILVA, J.P.; SILVA, L.P.G. Estudo e Avaliação do Consumidor de Carne Suína “In Natura” e Industrializada na Microrregião de Guarabira- PB. *Agropecuária Científica no Semiárido*, v. 05, p.57-61. 2009. Disponível em: <<http://revistas.ufcg.edu.br/acsa/index.php/ACSA/article/view/49/pdf> > acesso em: 03 set. 2016.

SOUZA, R.A.; SANTOS, E.L.; PONTES, E.C.; et al. As tendências de mercado da carne suína. *PUBVET, Londrina*, v. 5, n. 25, Ed. 172, Art. 1163, 2011.

SOUZA, C.C.; GABRIEL, R.; REIS NETO, J.F.; et al. A percepção de compradores sobre a qualidade da carne suína in natura no mercado varejista de Campo Grande (MS). *Extensão Rural, Santa Maria*, v. 23, n. 3, jul./set. 2016. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/extensaorural/article/view/21488>>. Acesso em: 03 dez. 2016.