INSTITUTO FEDERAL GOIANO – CAMPUS URUTAÍ
BACHARELADO EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE ALIMENTOS

Fatores que influenciam o comportamento do consumidor de carne suína

VINICIUS FARIAS SOARES

URUTAÍ – GO
Fevereiro, 2022.

INSTITUTO FEDERAL GOIANO – CAMPUS URUTAÍ
BACHARELADO EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE ALIMENTOS

Fatores que influenciam o comportamento do consumidor de carne suína

VINICIUS FARIAS SOARES
ORIENTADORA: Prof.ª Sandra Regina Marcolino Gherardi

Trabalho de curso apresentado ao curso de Ciência e Tecnologia de Alimentos do Instituto Federal Goiano – Campus Urutaí, como requisito parcial para a obtenção do título de (Bacharel em Ciência e Tecnologia de Alimentos), sob orientação da Prof.ª Sandra Regina Marcolino Gherardi.

URUTAÍ – GO
Fevereiro, 2022.

Sistema desenvolvido pelo ICMC/USP
Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema Integrado de Bibliotecas - Instituto Federal Goiano

Soares, Vinicius
SSO676 Fatores que influenciam o comportamento do
f consumidor de carne suína / Vinicius Soares;
orientadora Sandra Gherardi. -- Urutaí, 2022.
20 p.

TCC (Graduação em Bacharel em Ciência e Tecnologia de Alimentos) -- Instituto Federal Goiano, Campus Urutaí, 2022.

1. Comportamento do consumidor . 2. Carne suína. 3. Suinocultura. I. Gherardi, Sandra , orient. II. Título.

Responsável: Johnathan Pereira Alves Diniz - Bibliotecário-Documentalista CRB-1 n°2376

INSTITUTO FEDERAL
Goiano

Repositório Institucional do IF Goiano – RIIF Goiano
Sistema Integrado de Bibliotecas

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO
PARA DISPONIBILIZAR PRODUÇÕES TÉCNICO-CIENTÍFICAS NO REPOSITÓRIO INSTITUCIONAL DO IF GOIANO

Com base no disposto na Lei Federal nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, AUTORIZO o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano a disponibilizar gratuitamente o documento em formato digital no Repositório Institucional do IF Goiano (RIIF Goiano), sem ressarcimento de direitos autorais, conforme permissão assinada abaixo, para fins de leitura, download e impressão, a título de divulgação da produção técnico-científica no IF Goiano.

IDENTIFICAÇÃO DA PRODUÇÃO TÉCNICO-CIENTÍFICA

- ☐ Tese (doutorado)
- ☐ Dissertação (mestrado)
- ☐ Monografia (especialização)
- ☑ TCC (graduação)
- ☐ Artigo científico
- ☐ Capítulo de livro
- ☐ Livro
- ☐ Trabalho apresentado em evento
- ☐ Produto técnico e educacional - Tipo:

Nome completo do autor: Vinicius Farias Soares

Matrícula: 2018301202440107

Título do trabalho: Fatores que influenciam o comportamento do consumidor de carne suína

RESTRIÇÕES DE ACESSO AO DOCUMENTO

Documento confidencial: ☑ Não ☐ Sim, justifique:

Informe a data que poderá ser disponibilizado no RIIF Goiano: ___/___/___

O documento está sujeito a registro de patente? ☐ Sim ☑ Não

O documento pode vir a ser publicado como livro? ☐ Sim ☑ Não

DECLARAÇÃO DE DISTRIBUIÇÃO NÃO-EXCLUSIVA

O(a) referido(a) autor(a) declara:

- Que o documento é seu trabalho original, detém os direitos autorais da produção técnico-científica e não infringe os direitos de qualquer outra pessoa ou entidade;
- Que obteve autorização de quaisquer materiais inclusos no documento do qual não detém os direitos de autoria, para conceder ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano os direitos requeridos e que este material cujos direitos autorais são de terceiros, estão claramente identificados e reconhecidos no texto ou conteúdo do documento entregue;
- Que cumpriu quaisquer obrigações exigidas por contrato ou acordo, caso o documento entregue seja baseado em trabalho financiado ou apoiado por outra instituição que não o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano.

Urutaí (Local) 10 /02 /2022 (Data)

Vinícius Farias Soares
Assinatura do autor e/ou detentor dos direitos autorais

Ciente e de acordo:

Sandra Alvarado
Assinatura do(a) orientador(a)

SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA GOIANO

Formulário 133/2022 - DE-UR/CMPURT/IFGOIANO

ATA DE APRESENTAÇÃO DE

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

No dia 04 do mês de fevereiro de 2022, as 14:00 horas, reuniu-se a banca examinadora composta pelos docentes Joice Vinhal Costa Orsine, Herberth Diego Martins da Silva e Sandra Regina Marcolino Gherardi para examinar o Trabalho de Curso (TC) intitulado **"Fatores que influenciam o comportamento do consumidor de carne suína"** do acadêmico **Vinicius Farias Soares**, matrícula n°2018101202440107 do curso de Ciência e Tecnologia de Alimentos do IF Goiano- Camus Urutaí. Após a apresentação oral do TC, houve a arguição do candidato pelos membros da banca examinadora. Após tal etapa a banca examinadora decidiu pela **APROVAÇÃO** do acadêmico. Ao final da sessão pública de defesa foi lavrada a presente ata, que segue datada e assinada pelos examinadores. Após análise, foram dadas as seguintes notas:

Professores	Nota
1 Joice Vinhal Costa Orsine	7,4
2 Herberth Diego Martins da Silva	8,1
3 Sandra Regina Marcolino Gherardi	9,3
Média Final:	8,3

Urutaí, 04 de fevereiro de 2022

Orientadora

Sandra Regina Marcolino Gherardi

Documento assinado eletronicamente por:

- **Joice Vinhal Costa Orsine, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 04/02/2022 16:36:14.
- **Herberth Diego Martins da Silva, GERENTE - CD0004 - GPOAF-UR,** em 04/02/2022 15:48:15.
- **Sandra Regina Marcolino Gherardi , PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 04/02/2022 15:37:39.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 04/02/2022. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse https://suap.ifgoiano.edu.br/autenticar-documento/ e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 355064
Código de Autenticação: 3d121cf656

AGRADECIMENTOS

A Deus, por ter me dado o dom da vida e saúde, por estar sempre me guiando e me dando forças para ir atrás dos meus sonhos e objetivos. A minha família pelo apoio prestado. A minha orientadora, Professora Sandra Regina Marcolino Gerardi, pelas orientações e paciência. A todos os amigos e colegas que de alguma forma contribuíram em minha vida acadêmica. Em especial Edineia Moreira, por fim agradeço a todos os que contribuíram de forma direta ou indireta para minha formação.

SUMÁRIO

RESUMO …….....

ABSTRACT…….....

1 INTRODUÇÃO……. 10

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA….....……..... 11

2.1 Carne suína 11

2.2 Suinocultura no Brasil e no cenário mundial..... 11

2.3 Qualidade sensorial e tecnológica da carne suína..... 12

2.4 Mitos e estereótipos existentes com relação à carne suína. 13

2.5 Fatores influenciadores no comportamento de compra do consumidor..... 15

2.6 Marketing Digital influencia na eliminação de preconceitos da carne suína..... 15

3 CONCLUSÃO 16

REFERÊNCIAS…….....……..... 17

Fatores que influenciam o comportamento do consumidor de carne suína

Vinicius Farias Soares[1], Sandra Regina Marcolino Gherardi [2]

[1] Graduando do Curso Ciência e Tecnologia de Alimentos, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano - Campus Urutaí, vinicius.soares@estudante.ifgoiano.edu.br; autor correspondente.
[2] Docente do Departamento de Tecnologia de Alimentos do Instituto Federal Goiano - Campus Urutaí sandra.gherardi@ifgoiano.edu.br

RESUMO

Embora a carne suína seja uma das carnes mais consumidas no mundo, no Brasil o consumo continua baixo em comparação com outros países e outros tipos de carne. O mercado de carne suína brasileiro possui grande potencial internacional como vem sendo demonstrado nos últimos anos, porém, o consumo interno desta carne persiste baixo, principalmente por ser relacionado a mitos e estereótipos de suas origens, frequentemente relacionado às gerações passadas. O presente trabalho foi desenvolvido com o objetivo de identificar estes fatores que influenciam o comportamento do consumidor de carne suína no Brasil. Os padrões de produção sofreram evidentes transformações nas últimas décadas, sendo estas atribuídas ao melhoramento genético, maior preocupação em atender o consumidor e suas exigências sensoriais e nutricionais. Apesar dos avanços tecnológicos na produção da carne suína, conceitos ultrapassados ainda influenciam negativamente a imagem que o consumidor tem a respeito desta carne. A carne suína atualmente disponível para o consumidor não merece os conceitos errôneos, nem com relação aos perigos para a saúde, nem quanto a sua composição nutricional. Na verdade, trata-se de um alimento nutritivo, saboroso e saudável que, assim como as outras carnes nunca deveria perder espaço na mesa do consumidor.

Palavras-chave: Comportamento do consumidor; Carne suína; Suinocultura.

FACTORS THAT INFLUENCE PORK CONSUMER BEHAVIOR

ABSTRACT

Although pork is one of the most consumed meats in the world, consumption in Brazil remains low compared to other countries and other types of meat. The Brazilian pork market has great

international potential as has been demonstrated in recent years, however, pork consumption remains low, mainly because it is related to myths and stereotypes of its origins, often related to past generations. The present work was developed with the objective of identifying these factors that influence the behavior of pork consumers in Brazil. Production patterns have undergone evident changes in recent decades, which are attributed to genetic improvement, greater concern to meet the consumer and their sensory and nutritional requirements. Despite technological advances in the production of pork, outdated concepts still negatively influence the image that consumers have about this meat. Pork currently available to the consumer does not deserve the misconceptions, neither in relation to health hazards nor in terms of its nutritional composition. In fact, it is a nutritious, tasty, and healthy food that, like other meats, should never lose space on the consumer's table.
Key words: Consumer behavior; Pork meat; Pig farming.

INTRODUÇÃO

A exigência dos consumidores com relação à segurança alimentar existe no mundo todo. A Certificação internacional visa garantir a origem e a qualidade dos produtos (FARIA,2006, p. 251-256). A alta tecnologia nas granjas e a certificação determinada pelo mercado internacional colocou o Brasil em quarto colocado no ranking de produção e exportação mundial de carne suína, ficando atrás apenas para China, União Europeia e Estados Unidos, (EMBRAPA, 2021), apesar disso, o consumo de carne suína no mercado interno é baixa, sendo aceita em apenas 55% dos lares brasileiros, enquanto a carne bovina tem a aceitabilidade de 93% e a carne de frango de 90% (GUERRERO,2018, p.63). Segundo o IBGE (2020), cada brasileiro consome em média 16,9 quilos de carne suína por ano.

Os consumidores estão em primeiro lugar nas organizações, por isso, o comportamento do consumidor emerge como um aspecto valioso para as empresas, na medida em que precisam entender suas demandas e repertórios comportamentais específicos para subsidiar o desenvolvimento de estratégias de marketing, com vistas à fidelização de seus clientes (LEMOS, 2016, p.13),

Todo o processo de compra passa antes pelo conhecimento de uma necessidade que pode surgir de estímulos externos, essa necessidade que afeta o consumidor, é influenciada por diversas questões tais como, aspectos culturais, sociais e psicológicos que são ligados aos grupos e vivências com determinados círculos de pessoas (PORTELA,2016, p.10). Grande parte da população não consome carne suína por receio de se contaminar com alguma doença ou acreditando que a carne possui altos índices de gordura além disso, existem ainda, outros fatores tais como, aspectos religiosos, culturais, preconceito e a falta de informação (ANJOS et al., 2018, p.3),

Existe a formação de uma imagem negativa associada à carne suína, sendo a falta de informação o maior obstáculo para a aquisição e consumo desta carne na maioria das regiões brasileiras. Conceitos errôneos sobre a carne suína causam impactos negativos na sociedade, como por exemplo, “a carne suína é muito gorda”, “com alto nível de colesterol” e de “difícil digestão”, resultante de uma série de fatores culturais e educacionais enraizados na sociedade brasileira, transmitidos de geração para geração, sem bases científicas. Isto demonstra a importância da avaliação do perfil do consumidor em questão e do desenvolvimento de ações de marketing para a quebra efetiva destes paradigmas (FALLEIROS, 2008, p.11).

Nessa direção, o presente trabalho foi desenvolvido com o objetivo de identificar os fatores que influenciam o comportamento do consumidor de carne suína no Brasil.

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Carne suína

De acordo com Pardi et al. (2006, p.14) a carne é o alimento resultante dos processos de transformações bioquímicas e físico-químicas do músculo após o abate. A carne suína é um alimento nobre para o homem, devido à produção de energia, a função plástica na formação de novos tecidos orgânicos e a regulação dos processos fisiológicos. Ela representa uma excelente fonte de proteínas de alto valor biológico, contribuindo na dieta por apresentar todos os aminoácidos essenciais e vitaminas do complexo B, fundamentais ao funcionamento do organismo, além de apresentar uma boa digestibilidade. É constituída por proteínas e sua composição apresenta forma relativamente constante no conteúdo de proteínas, lipídios, sais minerais e umidade. Estes autores ainda comentam sobre os fatores que afetam as características nutricionais como a idade dos animais que também exerce importância relevante, onde, a carne oriunda de animais mais jovens geralmente apresenta um conteúdo de umidade maior e menores teores de gordura, proteína e sais minerais, em relação aos adultos, além de serem menos predispostos ao acúmulo de gordura subcutânea e intermuscular. Quanto ao sexo, as fêmeas apresentam maior predisposição para a formação da gordura que os machos inteiros e os animais castrados também tendem ao maior acúmulo de gordura.

Pesquisas mostram a importância do consumo da carne suína para o tratamento de doenças, como hipertensão arterial e anemia. Uma das virtudes da carne suína é o seu alto teor de potássio, que ajuda a regular os níveis de sódio no corpo, exigindo menor consumo de sal (PARDI et al., 2006, p.14,),

A carne suína possui a razão potássio-sódio em torno de 7, ou seja, é altamente favorável ao controle da pressão arterial. É também recomendada para crianças em fase de crescimento, pois, apresenta proteínas de alto valor biológico, ácidos graxos monoinsaturados, vitaminas do complexo B, ferro e selênio. Passando a ser mais uma opção nutricionalmente adequada ao cardápio escolar (BRAGAGNOLO, 2013, p.3).

Suinocultura no Brasil e no cenário mundial

No cenário mundial, a China se concretizou como o maior produtor mundial de carne suína, apresentando uma produção estimada em 43.500 mil toneladas por ano correspondendo a 41% da produção mundial para o ano de 2021 (aumento de 9,21% em relação a 2020). O consumo no Brasil está estimado em 47.995 mil toneladas por ano, representando um aumento

de 7,44% em relação a 2020. Já a previsão para as importações seria em torno de 4,50 mil toneladas por ano, o que representa uma queda de 6,25% em relação a 2020 (AGRINVEST, 2020).

Os principais países exportadores de carne suína em 2021, foram: União Europeia (4.100 mil ton.), Estados Unidos (3.255 mil ton.), Canadá (1.470 mil ton.) e Brasil (1.230 mil toneladas (EMBRAPA,2021).

O Brasil segue em 4º lugar no ranking mundial de produção e exportação de carne suína, de acordo com estimativas do relatório da Agrinvest Commodites, apresentando uma previsão de crescimento estimado de 3,64% para 2021, totalizando uma produção de 1.230 milhões de toneladas e, por sua vez, uma previsão de consumo com aumento estimado de 3,52% em relação a 2020. Já a expectativa para as exportações apresentava crescimento de 4,17%, também em comparação a este ano de 2021 (AGRINVEST, 2021).

Qualidade sensorial e tecnológica da carne suína

Algumas características sensoriais da carne suína in natura influenciam sensivelmente na decisão dos consumidores na hora da compra, incluindo cor, aroma e aparência, sendo que, após a aquisição e consumo, atributos como maciez, suculência e sabor são fatores determinantes para que o consumidor volte a adquirir essa carne (HEINEN,2013, p.16).

A cor exerce grande atrativo no momento da compra e os consumidores a veem como um indicativo de carne fresca e ausência de patógenos comprovando isso (HEINEN,2013, p.16). Já a maciez é afetada pelo conteúdo de marmoreio da carne, fator que também influencia positivamente a percepção da suculência. Outro atributo sensorial muito importante é a suculência, após o cozimento, caracterizada pela sensação de umidade observada nos primeiros movimentos de mastigação, e está relacionado principalmente à capacidade de retenção de água da carne, porém, a gordura intramuscular também auxilia na suculência da carne, pois, funciona como uma barreira contra a perda do suco muscular durante o cozimento, aumentando, portanto, a retenção de água pela carne e aumento da suculência (CORREA,2010, p.46).

A percepção de maciez é afetada pelo conteúdo de marmoreio da carne, fator que também influencia positivamente a percepção da suculência que, após o cozimento, é caracterizada pela sensação de umidade observada nos primeiros movimentos de mastigação, e está relacionado principalmente à capacidade de retenção de água da carne. Outro fator que interfere na suculência é a quantidade de gordura intramuscular, que funciona como uma

barreira contra a perda do suco durante o cozimento, aumentando, portanto, a retenção de água pela carne e aumento da suculência (CORREA,2010, p.46).

Para Correa (2010, p.46) o sabor e o aroma estão intimamente relacionados à decisão de compra do consumidor e podem indicar o grau de deterioração ou de frescor do alimento no momento da compra e podem ser determinados por fatores como idade, sexo, raça, alimentação e manejo do animal, porém, fatores pós abate como pH final do músculo, condições de resfriamento e armazenamento, e procedimento culinário também afetam este parâmetro sensorial.

Mitos e estereótipos existentes com relação à carne suína.

O comportamento do consumidor pode ser diretamente influenciado por fundamentos sociais e econômicos a respeito da importância de se alimentar e não sobre a composição nutricional dos alimentos em si (MAGNONI,2007, p.45). Geralmente, a falta de informação dos consumidores leva à formação de opiniões errôneas a respeito da carne suína. Muitas pessoas acreditam que a carne suína tem um grande potencial para transmissão de doenças e ainda, que apresenta altos teores de gordura (FERREIRA, 2012, p.35).

Apesar de que no ano de 2018, a carne suína representou 40,1% do consumo per capita mundial, esse produto não está acessível a 33% da população mundial por questões religiosas. Sabe-se que até pouco tempo atrás foi a carne mais consumida no mundo (SAAB, 2018, p.5).

Com relação à crença de que a carne suína pode transmitir doenças, como a Teníase e a Cisticercose, deve-se considerar a forma de transmissão da doença. Para os humanos desenvolverem a cisticercose é preciso ingerir ovos da tênia, que são anteriormente eliminados pelos próprios humanos contaminados com a solitária. A teníase é a doença causada pela fase adulta do parasita Taenia solium, que precisa de dois hospedeiros para completar seu ciclo de vida, um é o homem, que é o único hospedeiro definitivo da tênia o único a possuir a fase adulta do parasita o outro hospedeiro é chamado de intermediário, pois nele só ocorre à fase larval do parasita (cisticerco). Podem ser hospedeiros intermediários suínos, bovinos, carneiros ou até mesmo o próprio homem. (DIEHL, 2011, p.2). No entanto, no sistema de criação atual, com a biosseguridade, o risco desta ocorrência é quase nulo (LIMA, 2019, p.7). Ressalta-se que existem leis no Brasil que regulamentam os serviços de inspeção e vigilância sanitária, proibindo estabelecimentos clandestinos de abate de animais, uma vez que estes não possuem condições básicas sanitárias e nem são fiscalizados pelo serviço de inspeção sanitária (AZEVEDO, 2001, p.57).

Por falta de conhecimento sobre as técnicas de suinocultura, as pessoas deixam de consumir a carne suína por acreditarem que os suínos são criados em chiqueiros, na lama e que se alimentam de “lavagem”. Esse modo de criação está obsoleto, uma vez que a suinocultura brasileira evoluiu em vários aspectos e atualmente representa uma das cadeias produtivas mais avançadas do mundo, devido ao uso de altas tecnologias em toda as áreas, desde a genética, nutrição, instalações, manejo e biosseguridade, o que resultou em uma produção com elevados padrões de qualidade (AZEVEDO, 2001, p.57).

O consumo exacerbado de lipídios pode suscitar diversos problemas de saúde, portanto se tornou uma preocupação crescente para a população, visto que cada vez mais buscam uma alimentação saudável, objetivando longevidade e qualidade de vida. Isso impacta o consumo de carne suína devido à existência da crença de que a mesma é gordurosa e com altos teores de colesterol, contudo essa convicção está errada (FARIA et al., 2006, p.6).

Este mito precisa de atualização, poderia ser considerado verdadeiro na época do “porco tipo banha”, aonde morfologicamente, o suíno tipo banha tem uma distribuição harmônica entre as partes anterior e posterior. Característica que permite a expansão subcutânea para farta deposição de tecido adiposo hoje é história do passado (ROPPA, 2001, p.6).

É importante destacar que em torno de 70% da gordura da carne suína é subcutânea, ou seja, forma uma “capa” externa que pode ser retirada com facilidade. Se o consumidor desejar, pode retirar essa capa após o preparo da carne e o teor de gordura será semelhante ou até mesmo menor que o da carne de frango (ROPPA, 2001, p.6).

A redução no consumo de produtos de origem animal, visando redução do colesterol e gorduras, reduz também o consumo de proteínas de alto valor biológico, cálcio, ferro, vitamina B12 e outras vitaminas, entre outros. O colesterol é um componente vital para todas as células do organismo e é um elemento essencial para a vida, pois é a matéria prima para síntese de diversos hormônios (estrogênio, testosterona), sais biliares, vitaminas e membranas das células (ROPPA, 2001, p.6).

Atualmente, a carne suína passou a apresentar mais de 60% de carne magra na sua carcaça e apenas 1,5 a 1 centímetro de gordura de espessura de toucinho. Por exemplo, ao consumir 100g de lombo cozido ou assado, um ser humano estaria ingerindo apenas 6,7 gramas de gordura, o que representa menos de 10% do máximo a ser ingerido por dia e 72,8 mg de colesterol que é menos de 25% do máximo permitido de acordo com as exigências da “American Heart Association” (DIEHL, 2011, p.5).

Portanto, é possível considerar que um dos principais fatores que impactam negativamente o consumo da carne suína é a falta de informação. Grande parte dos consumidores desconhecem a sua composição nutricional, e acreditam em crenças e informações obtidas de maneira empírica.

Fatores influenciadores no comportamento de compra do consumidor

Para Torres et al (2009, p.25) os profissionais de Marketing buscam satisfazer as necessidades e desejos do Público-Alvo. Dessa forma deve-se atentar aos fatores que influenciam no comportamento de compra do consumidor.

Na aquisição do produto o consumidor pode ter a influência de fatores internos, como motivação, aprendizagem, percepção, atitude e personalidade e externos, como família, classe social, grupos de referência e cultura que influenciarão o consumidor a compra (TORRES et al, 2009, p.29).

Em um mercado globalizado onde consumidores tornam-se mais exigentes, o empreendedor tem que estar, constantemente atento a fatores que são perceptíveis aos seus clientes como: uma equipe treinada, preços competitivos, comodidade, agilidade e rapidez no atendimento, sempre buscando a alta produtividade, a qualidade nos serviços e baixos custos (MORALES, 2011, p.29).

Para satisfazer este índice de custo-benefício é necessário conhecer o consumidor. Na visão de Pereira (2017, p.30) é através da satisfação do cliente ou do consumidor que a organização conseguirá a fidelização deste comprador. É importante destacar que a satisfação da necessidade do cliente, pode ocorrer em uma única transação. Já a sua fidelização pode exigir um relacionamento à longo prazo com o cliente, Falleiros (2008, p.11) listou alguns fatores que influenciam o consumidor na escolha pelo local de compra: localização, existência de estacionamento, limpeza, variedade de produtos, ofertas e promoções, preços e formas de pagamento, layout e espaço físico, atendimento, organização e confiança no estabelecimento.

Marketing Digital influencia na eliminação de preconceitos da carne suína

O marketing digital é um dos assuntos mais abordados no atual momento, adotado pelos gestores e estudado por diversas empresas, ele visa atrair e fidelizar os seus consumidores. O marketing digital se torna importante para as percepções dos processos decisórios do consumidor, pois é a partir dele, que será gerado todas as sensações, desejos e até o reconhecimento do problema que impulsionará o indivíduo a realizar a compra ou não,

incluindo também o seu comportamento de pós-compra, onde esta etapa se torna relevante e poderá tornar o consumidor fiel à marca. A realização de um marketing digital eficiente é fundamental para delimitar e impulsionar seguidores e consumidores (DE OLIVEIRA, 2017, p.12).

O desenvolvimento de estratégias para conscientizar e divulgar aspectos do consumo de carne suína no país torna-se fundamental para o crescimento da produção. Para isso é necessária à realização de pesquisas que busquem identificar o perfil e as preferências do consumidor, no sentido de planejar campanhas educativas bem como estratégias de marketing para a população (RAIMUNDO et al., 2013, p.14).

De acordo com Amorim (2010, p.16) a expansão do consumo de carne suína requer investimentos em marketing estimulando e conscientizando a população quanto aos benefícios do consumo desta carne eliminando desta forma preconceitos modificando de forma positiva da imagem da carne suína.

CONCLUSÃO

Apesar dos avanços tecnológicos em sua produção, conceitos ultrapassados ainda influenciam negativamente a imagem do consumidor sobre a carne suína, muitas pessoas acreditam que a carne suína tem um grande potencial para transmissão de doenças e ainda que apresenta altos teores de gordura e difícil digestão. No Brasil, o suíno passou por mudanças significativas em sua composição física, racial e de criação.

Com um sistema de produção tecnificado e legislações que asseguram a carne de boa qualidade, o consumidor pode ficar consciente de que a carne suína é saudável. Existe muito a ser melhorado dentro da cadeia produtiva, e todos os envolvidos sabem disso, pois as exportações e demanda interna tendem a aumentar.

A carne suína atualmente disponível para o consumidor não merece os conceitos errôneos, nem com relação a perigos para a saúde, nem no que diz respeito à sua composição nutricional. O setor da carne suína necessita, portanto, do apoio dos grandes atores presentes no meio, para assim ter investimento em disseminação de informações corretas aos consumidores, visando desta forma conquistar a confiança do mesmo e promover o aumento do consumo.

REFERÊNCIAS

AGRINVEST. Periódicos de Carne: Proteína Animal: carne suína.p.9, 2020.Disponível em:<https://agrinvest2.azurewebsites.net//Anexos/19212/RELAT%C3%93RIO%20-%20CARNE%20SU%C3%8DNA%20-%20OUTUBRO%202020.pdf > Acesso em: 18 out. 2021.

AMORIM, Jayma et al. CARNE SUÍNA: MERCADO, BENEFÍCIOS E RISCOS. Ceres-GO,2021.

ANJOS, C. M., Gois, F. D., & Pereira, C. M. C. Desmistificando a carne suína. PUBVET, 2018. Disponível em:< https://doi.org/10.31533/pubvet.v12n12a227.1-9> Acesso em: 18 out. 2021.

AZEVEDO, P. F. P.; BANKUTI, F. F. I. Na clandestinidade: o mercado informal de carne bovina. International Conference on Agri-food chain/Networks Economics and Management, v. 3, n. 1, p. 1–12, 2018.

BRAGAGNOLO, N. Carne suína faz bem ou mal? Saiba mais sobre ela, 2013.

CORREA, JA, Torrey S, Devillers N, Laforest JP, Gonyou HW, Faucitano L. Effects of different moving devices at loading on stress response and meat quality in pigs. J. anim. sci. 2010;88(12): 4086–4093.

DE OLIVEIRA ROSA, Renato; CASAGRANDA, Yasmin Gomes; SPINELLI, Fernando Elias. A importância do marketing digital utilizando a influência do comportamento do consumidor. Revista de tecnologia aplicada, v. 6, n. 2, 2017.

DIEHL, G. N. Mitos e Verdades da suína. Informativo técnico DPA. 2011.Disponível:<https://www.agricultura.rs.gov.br/upload/arquivos/201612/02101256-inftec-13-mitoseverdades-carne-suina-n13.pdf>. Acesso em 18 out. 2021.

EMBRAPA. Embrapa Suínos e aves. Disponível em:< https://www.embrapa.br/suinos-e-aves/cias/estatisticas/suinos/mundo>. Acesso em: 8 out. 2021.

FALLEIROS, F. T.; MIGUEL, W. C.; GAMEIRO, A. H. A desinformação como obstáculo ao consumo da carne suína in natura. In: Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,

Administração e Sociologia Rural, 46, 2008, Acre. Anais do XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. Acre: SOBER, 2008.

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, p. 251-256, 2006.

FERREIRA, R. A.. Suinocultura: Manual Prático de Criação. 1º Edição Viçosa: Aprenda Fácil, 2012. 433 p.

HEINEN, SM. Principais aspectos considerados por consumidores na aquisição de carne suína. [TCC]. Medianeira: Paraná :Universidade Tecnológica Federal do Paraná,2013.

IBGE- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Produção agropecuária. Disponível em < https://www.ibge.gov.br/explica/producao-agropecuaria/br> Acesso em: 8 out. 2021.

Instituto Federal Sul-rio-grandense. Guerrero, A., Rivaroli, D. C., Sañudo, C., Campo, M. M., Valero, M. V., Jorge, A. M., & Prado, I. N. Consumer acceptability of beef from two sexes supplemented with essential oil mix. Rio Grande do Sul: Animal Production Science, 2018.

LEMOS, R. L. Fatores que influenciam o comportamento do consumidor de carne suína. Brasilia: Universidade de Brasília,2016.

LIMA, D. C. de. Aceitabilidade da carne suína em Salvador e região metropolitana. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Medicina Veterinária e Zootecnia da Universidade Federal da Bahia. 2019.

MAGNONI, D.; PIMENTEL, I. A importância da carne suína na nutrição humana. UNIFEST. 2007. Disponível em: <http://www.acsurs.com.br/Daniel%20Magnoni.pdf> Acesso em: 18 out 2021.

MORALES, F. G.; FERREIRA, F. S. A excelência em qualidade no atendimento das organizações. Porto Ferreira: Revista Hórus, Ourinhos, v. 6, n. 2 p. 39-59, 2011. Disponível em: <http://revistaadmmade.estacio.br/index.php/revistahorus/article/view/4074>Acesso em: 15 dez. 2021.

PARDI, M. C.; SANTOS, I. F.; SOUZA, E. R.; PARDI, H. S. Ciência, Higiene e Tecnologia da Carne: Tecnologia da sua obtenção e transformação. Goiânia: UFG, 624p, 2006.

PEREIRA, M. D.; CAPELLI, R. B. Estudo de caso: a excelência no atendimento ao cliente da empresa Tio Bákinas, Goiânia: Qualla: a ciência em movimento,v. 3, n.2, p. 123-151, jul./dez. 2017. Disponível em:<http://revistas.unifan.edu.br/index.php/RevistalCSA/article/view/307>. Acesso em: 15 dez. 2021.

PORTELA, C. O.Marketing e o Comportamento do Consumidor. São Paulo: PUC – MBA em marketing,2016.

RAIMUNDO, L. M. B. Comportamento do consumidor de alimentos: uma análise do consumo de carnes em são Paulo. Porto Ferreira,2013.

ROPPA, L. Carne suína: mitos e verdades. Não paginado, 2001. Disponível em:< http://abcs.org.br/attachments/099_5.pdf>. Acesso em 18 out. 2021.

SAAB, M. S. B. L. M. Comportamento do consumidor de alimentos no Brasil: um estudo sobre a carne suína. Tese (Doutorado). São Paulo: Universidade de São Paulo. 2018, 243 p. Disponível em:<https://teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-31052011.../es.php> Acesso em 18 out 2021.

TORRES, C. V.; ALLEN, M. W. Influência da cultura, dos valores humanos e do significado do produto na predição de consumo: síntese de dois estudos multiculturais na Austrália e no Brasil. São Paulo: RAM – Revista de Administração da Mackenzie, v. 10, n. 3, 2009.

NORMAS PARA SUBMISSÂO

Ética e Direitos Autorais

A Nutritime Revista Eletrônica (NRE) é uma publicação online de livre acesso a todos os usuários, não cobrando atualmente nenhum valor pelos processos de submissão ou acesso dos seus artigos científicos, revisões de literatura, notas técnicas, teses dissertações, e monografias (doravante designados apenas como manuscritos). Assim, solicitamos a todos os autores e leitores, assim como de outros usuários que eventualmente se apoiem nesse conteúdo como referencial para outros trabalhos, que o façam segundo um comportamento ético, respeitando os direitos de propriedade intelectual das obras referenciadas, tanto no que diz respeito às obras que serão aqui submetidas, quanto àquelas que serão referências para outros trabalhos.

É-nos importante contribuir para a preservação com a ética na ciência de uma forma geral, e com os interesses dos autores, leitores e apoiadores, de forma particular, a fim de continuar construindo uma trajetória como um veículo de divulgação científica que se aprimora e evolui a cada dia

Autorização de Publicação e Cessão de Direitos Autorais

A submissão de um manuscrito implica na sua transferência imediata de direitos exclusivos de publicação, assim como a cessão de direitos autorais. Para tal, no momento da submissão, será também necessário o envio do termo de confirmação de autoria e cessão de direitos autorais.

Dessa forma, o(s) autor(es) deverá(ão) baixar o documento acima relacionado, ler atentamente, assinar e enviar à NRE junto ao manuscrito submetido. A publicação desse manuscrito submetido estará condicionada à observância das regras de submissão aqui elencadas e ao envio do termo de confirmação de autoria e cessão de direitos autorais.

O termo de confirmação de autoria e cessão de direitos autorais foi redigido sob a égide da lei nº 9.610/1998, que altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais no Brasil. Observe que neste mesmo documento há a declaração de ausência de conflito de interesses que também será confirmada pela assinatura de todos os demais autores do manuscrito submetido, se houverem.

Política de privacidade

Os dados informados pelos autores no processo de submissão de seu manuscrito serão mantidos em sigilo e utilizados apenas para fins exclusivos e de interesse da própria NRE, não sendo repassados de maneira alguma a terceiros.

A NRE se reserva o direito de manter o trabalho disponível em seu site enquanto durarem duas atividades, republicá-lo em qualquer outro meio impresso ou virtual, todavia sempre comunicando aos autores cada uma de suas modificações e, ou, implementações. Se eventualmente ocorram modificações estruturais que impliquem na mudança dos endereços eletrônicos dos trabalhos, a NRE se compromete a comunicar aos autores para que não haja perda da referência.

É vedada a reprodução total ou parcial do conteúdo da NRE da em qualquer meio de comunicação, seja eletrônico ou impresso, sem a sua devida citação.

Regras para submissão

A NRE recebe manuscritos em português, espanhol ou inglês, mas seu idioma oficial é o português. Entretanto, os artigos serão publicados na língua em que foram escritos. Inicialmente, o autor deve cadastrar-se no site da Nutritime e então enviar seu material em formato texto.

Para garantir a lisura do processo de revisão, o texto deverá ser enviado aos pareceristas sem nenhum tipo de indicação que denuncie a sua autoria. Dessa forma solicitamos aos autores a submissão de duas cópias do material: uma delas completa, e a outra sem a relação de autores ou filiação (além desses documentos, é preciso enviar o termo de confirmação de autoria e cessão de direitos autorais, como acima mencionado).

Caso o texto submetido seja resultado de pesquisa financiada, os dados relacionados ao seu período de realização e o financiador deverão ser citados no corpo do texto ou na filiação.

As normas para submissão de artigos originais ou revisões de literatura na NRE são as seguintes:

- **Título:** deverá ter até 125 caracteres contando com os espaços;
- **Autores:** serão aceitos até o máximo de 5 autores por manuscrito. Seus nomes deverão ser completos e sem abreviaturas;
- **Submissão:** serão aceitos até o máximo de 3 manuscritos para cada primeiro autor por ano;
- **Filiação:** para o primeiro autor, a filiação deverá conter a sua titulação máxima, incluindo aí o grau que esteja eventualmente cursando (mestrando, doutorando, pós-doutorando), o nome completo da instituição e sua sigla, assim como o seu email de contato; idem para os outros autores, excetuando-se os emails de contato;
- **Resumo:** O resumo deverá conter obrigatoriamente até 1.250 caracteres, incluindo espaços, e deverá ser acompanhado de até 5 palavras-chave;
- **Abstract:** Idem acima, e deverá constar também o título do artigo vertido para o inglês;
- **Corpo do texto:** O corpo do texto deverá conter entre 25.000 e 45.000 caracteres, incluindo espaços.
- **Citações:** serão aceitas no esquema "autor, ano: página" (BECK, 2012:53) para citação direta ou literal, entre aspas (observe a necessidade de se destacar em novo parágrafo com recuo, se possuir mais de 3 linhas); e no esquema "autor, ano", para citação indireta, onde não se utiliza o texto em sua literalidade, mas se apresenta a ideia geral ou resumo da ideia com as próprias palavras (BECK, 2012). Citação de trabalhos com dois autores deverão ser apresentadas com os sobrenomes separados pelo símbolo "&" (BECK & LASH, 2013). Citações com mais de 2 autores deverão se utilizar do recurso "et al" (BECK et al., 2015);
- **Elementos gráficos:** Até 6 (entre figuras, mapas, imagens, desenhos, fotografias, gravuras, tabelas e gráficos), acompanhadas das respectivas legendas e fontes. Atenção: referencie o elemento se utilizando de numeração (por exemplo, Tabela 1, Figura 3, Gráfico 1) – jamais utilize referências de localização como "a figura a seguir", ou o "gráfico anterior" ou "a tabela da página anterior", uma vez que na diagramação do material para a publicação, os elementos gráficos podem não ficar localizados nos mesmos locais do documento original. Todos os elementos gráficos deverão ser enviados anexos ao documento principal. Figuras com pelo menos 300dpi nos formatos "jpg", "bmp", "tif" ou "png". A NRE poderá contatar o autor para solicitar substituição ou adequação de quaisquer materiais que forem incompatíveis com o seu projeto gráfico;
- **Uso de siglas:** na sua primeira aparição no texto deverá estar por extenso, seguida de sua sigla entre parênteses. A partir daí usar apenas a sigla;

- **Notas de rodapé:** deverão ser sucintas, prezando pela objetividade e conveniência em se elucidar determinada informação do corpo do texto ou indicar referências correlatas;
- **Referências bibliográficas:** todas as referências bibliográficas apresentadas no corpo do texto deverão figurar, obrigatoriamente, de forma completa e em ordem alfabética, ao final do documento, observando as normas da ABNT NBR6023.
- **Revisão ortográfica e gramatical:** o autor deverá se responsabilizar pela revisão do material a ser submetido, adequando-o às normas da escrita da língua portuguesa, especialmente no que diz respeito à ortografia e gramática, assim como ao Acordo da Língua Portuguesa (em vigor desde 2009).
- **Formato do arquivo (extensão):** a NRE aceitará arquivos nas versões "doc", "docx" ou "rtf".

IMPORTANTE:

1. Os manuscritos que não observarem as regras acima listadas não serão aceitos pela NRE;
2. Visando divulgar a IN 30 de 05/08/2009 do MAPA, todos os dados de composição de rações, premix e outros que forem apresentados nos artigos deverão ser expressos em mg/Kg ou g/Kg e não mais em porcentagem.
3. Ainda a respeito dos aspectos éticos e legais, a NRE sugere a leitura dos seguintes textos: – Aspectos Éticos, Legais e Morais Relacionados à Autoria na Produção – Científica Autoria, direitos autorais e produção científica: aspectos éticos e legais
4. Para os manuscritos aceitos para publicação é cobrada uma taxa de R$24,70/página, já a assinatura da NRE e a submissão dos manuscritos são gratuitos. Esse valor pode sofrer alteração de acordo com a disponibilidade de recursos de nossos patrocinadores, dessa forma seu manuscrito pode chegar a ter 100% de desconto.

Ressaltamos que todos os materiais recebidos são submetidos a avaliação técnica por amostragem de texto para verificação de autoria do mesmo.