

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
DO TRIÂNGULO MINEIRO – *CAMPUS* UBERABA
MESTRADO PROFISSIONAL EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE ALIMENTOS**

BRUNO ESPÍNDULA ROSA DE MORAES

**PREFERÊNCIA DO CONSUMIDOR SOBRE PRODUTOS DE ORIGEM ANIMAL
MANIPULADOS EM AÇOUGUE OU INDUSTRIALIZADOS NO MUNICÍPIO DE
UBERLÂNDIA-MG**

**UBERABA- MG
2025**

BRUNO ESPÍNDULA ROSA DE MORAES

**PREFERÊNCIA DO CONSUMIDOR SOBRE PRODUTOS DE ORIGEM ANIMAL
MANIPULADOS EM AÇOUGUE OU INDUSTRIALIZADOS NO MUNICÍPIO DE
UBERLÂNDIA-MG**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciência e Tecnologia de Alimentos, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Triângulo Mineiro, como requisito para obtenção do Título de Mestre em Ciência e Tecnologia de Alimentos.

Linha de Pesquisa: Segurança Alimentar

Orientadora: Profa. Dra. Elisa Norberto Ferreira Santos

**UBERABA- MG
2025**

Ficha Catalográfica elaborada pelo Setor de Referência do IFTM –
Campus Uberaba-MG

M791p Moraes, Bruno Espíndula Rosa de
Preferência do consumidor sobre produtos de origem animal manipu-
lados em açougue ou industrializados no município de Uberlândia-MG
/ Bruno Espíndula Rosa de Moraes- 2025.
59 f.: il.

Orientadora: Pro^a. Dr^a Elisa Norberto Ferreira Santos.
Dissertação (Mestrado Profissional em Ciência e Tecnologia de
Alimentos) – Instituto Federal do Triângulo Mineiro- *Campus* Uberaba-
MG, 2025.

1. Carnes. 2. Produtos manipulados. 3. Carnes industrializadas.
4. Hábitos de consumo. I. Santos, Elisa Norberto Ferreira. II. Título.

CDD 664.907

BRUNO ESPÍNDULA ROSA DE MORAES

**PREFERÊNCIA DO CONSUMIDOR SOBRE PRODUTOS DE ORIGEM ANIMAL
MANIPULADOS EM AÇOUGUE OU INDUSTRIALIZADOS NO MUNICÍPIO DE
UBERLÂNDIA-MG**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciência e Tecnologia de Alimentos, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Triângulo Mineiro, como requisito para obtenção do Título de Mestre em Ciência e Tecnologia de Alimentos

Linha de Pesquisa: Segurança Alimentar

Uberaba, 16 janeiro de 2025.

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª Dr^ª Elisa Norberto Ferreira Santos
(IFTM – Orientador)

Prof^ª Dr^ª Fernanda Barbosa Borges Jardim
(IFTM – Membro Interno)

Prof. Dr. Ricardo Tomaz da Silva
(PMU– Membro Externo)



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TRIÂNGULO MINEIRO

BRUNO ESPÍNDULA ROSA DE MORAES

Preferência do consumidor sobre produtos de origem animal manipulados em açougue ou industrializados no município de Uberlândia-MG

FOLHA DE APROVAÇÃO – DEFESA DE DISSERTAÇÃO

Data da aprovação: 16/01/2025

MEMBROS COMPONENTES DA BANCA EXAMINADORA:

**Presidente e
Orientador(a):**

Profª. Drª. Elisa Norberto Ferreira Santos

IFTM - Campus Uberaba - MG

Membro Titular

Profª. Drª. Fernanda Barbosa Borges Jardim

IFTM - Campus Uberaba

Membro Titular**Prof. Dr. Ricardo Tomaz da Silva**

PREFEITURA MUNICIPAL DE UBERLÂNDIA

Local: Google MeetELISA NORBERTO FERREIRA SANTOS
PROFESSOR DO ENSINO BÁSICO, TÉCNICO E TECNOLÓGICO

Documento assinado eletronicamente por ELISA NORBERTO FERREIRA SANTOS, PROFESSOR DO ENSINO BÁSICO, TÉCNICO E TECNOLÓGICO, em 16/01/2025, às 15:31, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º, § 3º, do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

FERNANDA BARBOSA BORGES JARDIM
PROFESSOR DO ENSINO BÁSICO, TÉCNICO E TECNOLÓGICO

Documento assinado eletronicamente por FERNANDA BARBOSA BORGES JARDIM, PROFESSOR DO ENSINO BÁSICO, TÉCNICO E TECNOLÓGICO, em 16/01/2025, às 15:34, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º, § 3º, do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

RICARDO TOMAZ DA SILVA
PREF. MUN. DE UBERLÂNDIA - MEMBRO EXTERNO DE BANCA DE QUALIFICAÇÃO/DEFESA DE MESTRADO/PÓS-GRADUAÇÃO

Documento assinado eletronicamente por RICARDO TOMAZ DA SILVA, PREF. MUN. DE UBERLÂNDIA - MEMBRO EXTERNO DE BANCA DE QUALIFICAÇÃO/DEFESA DE MESTRADO/PÓS-GRADUAÇÃO, em 17/01/2025, às 06:36, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º, § 3º, do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://iftm.edu.br/autenticacao/> informando o código verificador **EA9B26E** e o código CRC **5E0F8DC9**.

Referência: NUP: 23200.000630/2025-90

DOCS nº 0000674365

AGRADECIMENTOS

A Deus, pela minha vida, por me permitir ultrapassar todos os obstáculos ao longo da realização deste trabalho;

À minha namorada Stéphanie, por estar sempre ao meu lado me apoiando e pela ajuda que muito contribuiu na realização desse trabalho, incentivando-me na busca dos meus objetivos;

Aos meus pais e minhas irmãs, que sempre me incentivaram e me apoiaram na busca de mais uma etapa no meu crescimento acadêmico;

Aos amigos, que sempre estiveram ao meu lado, pela amizade incondicional e pelo apoio demonstrado ao longo de todo o período em que me dediquei a este trabalho;

Ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Triângulo Mineiro – *Campus* Uberaba e Uberlândia, pela oportunidade;

À Prof.^a Dra. Elisa Norberto Ferreira Santos, pela sua orientação durante todas as etapas deste trabalho, pelo apoio e confiança;

Aos meus colegas de trabalho pelo apoio e pelo conhecimento compartilhado e pelo auxílio prestado;

Aos professores do Programa de Pós- Graduação em Ciência e Tecnologia de Alimentos, pelas correções e ensinamentos que me permitiram apresentar um melhor desempenho no meu processo de formação profissional ao longo do curso;

Enfim, a todos que participaram, direta ou indiretamente do desenvolvimento deste trabalho de pesquisa, enriquecendo o meu processo de aprendizado.

Muito Obrigado!

“As nuvens mudam sempre de posição, mas são sempre nuvens no céu. Assim devemos ser todo dia, mutantes, porém leais com o que pensamos e sonhamos; lembre-se, tudo se desmancha no ar, menos os pensamentos” (Baleki, 2015).

RESUMO

A criação e o abate de animais para o consumo são umas das principais atividades econômicas no Brasil. Produtos cárneos manipulados/fabricados em açougue são considerados de transformação artesanal e têm validade de apenas 24 horas, como por exemplo almôndega; carnes temperadas; carnes recheadas e frango a passarinho, dentre outros. Em contrapartida, os alimentos industrializados têm validade maior e são produzidos em indústrias. Diante disso, o objetivo do presente estudo foi analisar o perfil e a preferência do consumidor de produtos manipulados em açougues e/ou industrializados no município de Uberlândia-MG. Foi utilizado um questionário online do Google Forms, disponibilizado nas redes sociais, para avaliação das características sociodemográficas, consumo de produtos manipulados e industrializados no comércio de Uberlândia. Foram obtidos 400 questionários e os dados foram analisados utilizando a estatística descritiva sob a forma de distribuição de frequência. Os resultados indicaram que os produtos manipulados em açougue mais consumidos foram a linguiça, almôndega e espetinhos em uma frequência de uma a três vezes na semana. Os produtos industrializados que mais se destacaram em relação ao consumo foram o bacon, o presunto e a linguiça sendo consumidos de uma a três vezes por semana também. Observou-se que em torno de 90% dos consumidores preferem comprar os produtos no supermercado ou no açougue. Portanto, estudar os hábitos de consumo é fundamental para a obtenção de um alimento seguro, padronizado, adotando as boas práticas de fabricação, alertando os estabelecimentos sobre as necessidades do consumidor, preferências por categorias de produtos cárneos, elaboração de novos produtos e formulações, buscando uma satisfação plena entre ambos.

Palavras-chave: carnes; produtos manipulados; carnes industrializadas; hábitos de consumo.

ABSTRACT

The creation and slaughter of animals for consumption are among the main economic activities in Brazil. Meat products handled/produced in butcher shops are considered artisanal and have a shelf life of only 24 hours, such as meatballs, seasoned meats, stuffed meats, and "frango a passarinho," among others. In contrast, industrialized foods have a longer shelf life and are produced in factories. Therefore, the objective of this study was to analyze the profile of consumers of butcher shop-handled and/or industrialized products in the municipality of Uberlândia-MG. An online questionnaire via Google Forms was used and shared on social media to evaluate the sociodemographic characteristics and the consumption of butcher-handled and industrialized products in Uberlândia. A total of 400 questionnaires were collected, and the data were analyzed using descriptive statistics in the form of frequency distribution. The results indicated that the most consumed butcher-handled products were sausage, meatballs, and skewers, with a consumption frequency of one to three times per week. The most consumed industrialized products were bacon, ham, and sausage, also consumed one to three times per week. It was observed that around 90% of consumers prefer to purchase products from supermarkets or butcher shops. Therefore, studying consumption habits is essential for ensuring safe and standardized food products, adopting good manufacturing practices, and informing establishments about consumer needs, aiming for full satisfaction on both sides.

Keywords: meats; handled products; processed meats; consumption habits.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Produtos cárneos fabricados e/ou transformados artesanalmente em açougue mais consumidos no município de Uberlândia.....	34
Figura 2 - – Frequência de consumo dos produtos manipulados em açougue no município de Uberlândia.....	34
Figura 3 - Produtos industrializados mais consumidos no município de Uberlândia	35
Figura 4- Frequência de consumo dos produtos industrializados no município de Uberlândia.....	35
Figura 5 - Locais de preferência dos consumidores no município de Uberlândia	36
Figura 6 - Motivos para escolha dos produtos cárneos manipulados em açougue.....	37
Figura 7 - Motivos para escolha de produtos industrializados.....	37
Figura 8 - Observação dos serviços de inspeção e alvará sanitário	38
Figura 9 - Critérios na escolha de um estabelecimento para compra de produtos cárneos	39
Figura 10 - Motivos para adquirir produtos cárneos fabricados e/ou transformados artesanalmente	40
Figura 11 - Motivos para adquirir produtos fabricados por grandes marcas inspecionados	41
Figura 12 - Critérios e/ou informações observados na aquisição do produto	42
Figura 13 - Critérios de Boas Práticas na aquisição de produtos	42

LISTA DE TABELA

Tabela 1 - Características sociodemográficas da pesquisa.....	33
---	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANVISA	Agência Nacional de Vigilância Sanitária
BPF	Boas Práticas de Fabricação
DIPOA	Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Animal
DITHA's	Doenças de Transmissão Hídrica e Alimentar
EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
SIF	Serviço de Inspeção Federal
SUASA	Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

SUMÁRIO

CAPÍTULO I.....	14
INTRODUÇÃO GERAL E REVISÃO DE LITERATUR.....	14
1 INTRODUÇÃO GERAL.....	14
2 REVISÃO DE LITERATURA.....	17
2.1 Produtos artesanais x produtos industrializados.....	17
2.2 Principais legislações aplicadas nos comércios varejistas de carnes e estabelecimentos industriais.....	19
2.3 Estudo de consumidores.....	20
REFERÊNCIAS.....	22
CAPÍTULO II.....	26
PREFERÊNCIA DO CONSUMIDOR SOBRE PRODUTOS DE ORIGEM ANIMAL MANIPULADOS EM AÇOUGUE OU INDUSTRIALIZADOS NO MUNICÍPIO DE UBERLÂNDIA – MG.....	26
1 INTRODUÇÃO.....	28
2 MATERIAL E MÉTODOS.....	30
2.1 População alvo.....	30
2.2. Questionário.....	31
2.3 Análise de dados.....	31
3 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	32
4 CONCLUSÃO.....	44
REFERÊNCIAS.....	45
APÊNDICE A – Preferência do consumidor do Município de Uberlândia- MG em relação à produtos cárneos de fabricação artesanal e industrializados.....	47
ANEXO A - PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP.....	54

CAPÍTULO I INTRODUÇÃO GERAL E REVISÃO DE LITERATURA

1 INTRODUÇÃO GERAL

A criação e o abate de animais para o consumo são umas das principais atividades econômicas no Brasil. Conforme a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), a definição de carnes engloba os tecidos comestíveis dos animais, como músculos e vísceras, as quais podem ser processados ou comercializadas *in natura* (Instituto Adolfo Lutz, 2005; Wojcichoski; Guerin; Salvagni, 2021).

O Brasil é considerado um dos maiores produtores de proteína animal ocupando a terceira posição mundial no mercado internacional e um dos maiores exportadores de carne no mundo chegando a ocupar a segunda colocação na exportação de carnes bovinas, de aves e suínas no ano de 2020 (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, 2021).

Assim, o Brasil é destaque na fabricação de produtos cárneos, reconhecimento obtido graças às modernas técnicas de produção, garantia de qualidade de produtos e investimentos em pesquisas e estudos, possibilitando ao país ser um dos maiores fornecedores mundiais de proteína animal (Aranda *et al.*, 2017).

Segundo a Resolução SES/MG 7123/2020, os produtos cárneos manipulados/fabricados em açougue são considerados de transformação artesanal e têm validade de apenas 24 horas, como por exemplo almôndega; carnes temperadas; carnes recheadas; frango a passarinho, entre outros. São considerados artesanais por não utilizarem aditivos ou substâncias que tenham por objetivo aumentar o tempo de comercialização.

Em contrapartida, os alimentos industrializados têm validade maior e são produzidos em indústrias. São definidos como aqueles produtos modificados, pré-prontos ou prontos para o consumo, pois em sua elaboração são utilizadas substâncias extraídas de alimentos, como: açúcares, óleos e gorduras, seus derivados constituintes (gorduras hidrogenadas e amido modificado) ou ainda sintetizados em laboratórios (corantes, aromatizantes, conservantes e outros aditivos) (Santos *et al.*, 2020).

Segundo Oshiiwa *et al.* (2017), as carnes são vistas pelos consumidores como alimentos nobres, de qualidade e que atendem às suas necessidades nutricionais, principalmente os que se preocupam em buscar maior expectativa de vida, com mais saúde.

Moreira *et al.* (2017) realçam que devido à grande importância da carne na alimentação humana é fundamental conhecer o perfil do consumidor para compreender seu comportamento na decisão de compra.

O processo decisório da compra da carne é composto por diversos fatores, como: riscos de malefícios à saúde, de transmissão de doenças, condições de processamento do alimento, saúde animal, embalagem a vácuo, aspectos visuais e de apresentação do produto, referência de origem e formadores de opinião (Barcellos, 2002; Teixeira, 2021). Assim, vêm sendo realizadas pesquisas para tentar entender os motivos do consumidor optar por certo tipo de alimento no momento da compra (Pessoa *et al.*, 2020).

De acordo com Santos *et al.* (2016) os hábitos alimentares da população sofreram alterações motivadas, especialmente, pelos processos de urbanização, industrialização, profissionalização das mulheres e diminuição do tempo disponível para a preparação de alimentos e/ou para seu consumo, o que contribuiu para o surgimento de produtos industrializados ou preparados fora do domicílio.

O consumidor adquire determinado produto ou serviço de acordo com suas necessidades diárias e preferências. Sendo assim, toda empresa deve buscar compreender as necessidades dos clientes para que possam atender às suas necessidades e expectativas. Diante disso, é importante que seja conhecido o perfil do consumidor, sendo necessária uma investigação sobre os fatores que influenciam o comportamento do consumidor na hora da compra (Schneider *et al.*, 2018).

Entender os consumidores e as tendências de consumo permite o planejamento e organização de um crescimento estruturado com sustentabilidade e, em pensamento oposto, impedir que matérias-primas, insumos e energia sejam gastos de maneira desnecessária (Horvat *et al.*, 2019).

Brown; Viriyavipart; Wang (2018) enfocam que em relação a um produto ou a um serviço colocados à disposição do consumidor deve-se levar em conta o conhecimento do comportamento humano para levá-lo a uma motivação de compra. Saber como pensa o consumidor e sua frequência de uso de um produto, assim como o uso e os hábitos de compra em relação ao local e à satisfação do produto adquirido é de grande relevância para se estudar o mercado (Farm, 2017).

O objetivo deste estudo é avaliar a preferência do consumidor sobre produtos de carnes manipulados/transformados em açougues ou industrializados no município de Uberlândia - MG, identificando os principais produtos carnes consumidos em açougues locais e a preferência

entre produtos manipulados/transformados ou produtos industrializados, bem como a frequência de consumo.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Produtos artesanais x produtos industrializados

Em Minas Gerais de acordo com a Resolução SES/MG N.º 7123/2020 (Minas Gerais, 2020a), carne é definida como massas musculares e demais tecidos que as acompanham, incluída ou não a base óssea correspondente, procedentes das diferentes espécies animais, julgadas aptas para o consumo humano pela inspeção dos órgãos oficiais da agricultura.

Os produtos cárneos de transformação artesanal que são normalmente comercializados em açougues são definidos como um processo de preparação, transformação e adição de condimentos e especiarias em carnes in natura resfriadas com atenção direta e específica dos responsáveis pela manipulação, ficando permitido o uso de corantes naturais. O produto final poderá ser carne preparada, transformada e/ou temperada. Só poderão ser adicionados como ingredientes aos produtos de transformação artesanal o sal – cloreto de sódio – o açúcar, o vinagre, especiarias e condimentos de origem vegetal e corantes naturais (Minas Gerais, 2020b).

Os produtos derivados do processo de transformação artesanal, com exceção das carnes de salga, deverão ser, imediatamente após o preparo, resfriados e acondicionados em recipientes adequados para exposição e venda a granel, sendo proibido o congelamento do produto de transformação artesanal (Minas Gerais, 2020a).

Segundo a Resolução SES/MG N.º 7123/2020, os produtos de transformação artesanal em açougues são: almôndega; carnes temperadas, carnes resfriadas, frango a passarinho, hambúrguer, linguiça de carne de frango frescal de transformação artesanal, linguiça de carne suína frescal de transformação artesanal, linguiça de carne bovina frescal de transformação artesanal, linguiça mista de carne bovina e suína frescal de transformação artesanal, espetinhos de carnes e carne de salga e medalhão de carnes.

O hambúrguer é definido como um produto cárneo industrializado obtido da carne moída dos animais, adicionado ou não de tecido adiposo e ingredientes, moldado e submetido a processo tecnológico adequado, devendo a textura, cor, sabor e odor serem característicos (Brasil, 2000). O hambúrguer se tornou um alimento popular pela praticidade que representa atualmente, pois possui nutrientes que alimentam e saciam a fome rapidamente, o que combina com o modo de vida que vem se instalando nos centros urbanos (Arisseto, 2003).

Já a almôndega é um produto cárneo que pode ser reestruturado. A obtenção da almôndega é feita através da moagem da carne, acrescentado de temperos e condimentos que

são levados ao misturador e depois enformados e armazenados (Venturini, Sarcinelli; Silva, 2007).

Tem-se também a linguiça que é um produto cárneo industrializado, obtido de carnes de animais de açougue, adicionados ou não de tecidos adiposos, ingredientes, embutido em envoltório natural ou artificial e submetido ao processo tecnológico adequado, sendo classificadas como produto fresco, seco, curado e/ou maturado, cozido entre outros (Sales; Santos, 2017).

A maia ou disco de carne é um bolinho de carne moída empanado e frito. Pode-se temperar a carne com cebola, salsinha, sal e pimenta, sendo o bolinho passado no ovo e na farinha de mandioca.

Já o frango temperado é o processo de agregar ao produto da ave condimentos e/ou especiarias, recebendo sal e temperos. O tempero é feito para agregar sabor e aroma ao produto da ave.

Vale ressaltar que esses produtos são artesanais e têm validade de apenas 24 horas (Minas Gerais, 2020a). Já os produtos industrializados possuem uma validade maior e normalmente são vendidos nos estabelecimentos, como supermercados e atacadistas. Os alimentos industrializados são produzidos em indústrias e são definidos como aqueles produtos modificados, pré-prontos ou prontos para o consumo, sendo que em sua elaboração são utilizadas substâncias extraídas de alimentos, como: açúcares, óleos e gorduras, seus derivados constituintes (gorduras hidrogenadas e amido modificado) ou ainda sintetizados em laboratórios (corantes, aromatizantes, conservantes e outros aditivos) e também, a partir de matérias orgânicas. Esse processamento industrial tem como objetivo prolongar a vida útil dos alimentos, bem como melhorar as características sensoriais e diversificar o consumo de matéria-prima (Santos *et. al*, 2020).

Durante a fabricação desses alimentos alguns ingredientes, como corantes artificiais, espessantes, aromatizantes e conservantes são adicionados. A indústria também processa alimentos com adição de ingredientes funcionais, tendo como objetivo enriquecer nutricionalmente o produto e, em alguns casos, conferir propriedades funcionais (Ferreira, *et al.*, 2015). Temos como produtos industrializados linguiça, bacon, salsicha, hambúrguer, mortadela, presunto, salame, copa e empanados.

2.2 Principais legislações aplicadas nos comércios varejistas de carnes e estabelecimentos industriais

De acordo com o artigo 6º da Resolução SES/MG 7123/2020, os estabelecimentos que realizam comércio varejista de carnes serão classificados de acordo com as atividades realizadas, sendo assim divididos em três categorias: A, B e C. O açougue classificação A pode transformar artesanalmente carnes, realizar desossa e atendimento de balcão; o açougue categoria B possui apenas desossa e atendimento de balcão e o açougue categoria C realiza apenas atendimento de balcão (Minas Gerais, 2020a).

Para o comércio varejista de carnes ser considerado de categoria A o mesmo deverá possuir uma sala de manipulação com a estrutura e equipamentos adequados, sistema de climatização que mantenha o ambiente com temperatura de 16º C. Os produtos manipulados/fabricados em açougue são considerados de transformação artesanal e têm validade de apenas 24 horas, sendo eles: almôndega; carnes temperadas; carnes recheadas; frango a passarinho; hambúrguer; linguiça de carne de frango frescal de transformação artesanal; linguiça de carne suína frescal de transformação artesanal; linguiça de carne bovina frescal de transformação artesanal; linguiça mista de carne suína e bovina frescal de transformação artesanal; espetinho de carnes; carnes de salga e medalhão de carne (Minas Gerais, 2020a).

O Decreto 9013/2017 dispõe sobre o regulamento da inspeção industrial e sanitária de produtos de origem animal, o qual disciplina a fiscalização e a inspeção industrial e sanitária de produtos de origem animal, instituídas pela Lei nº 1.283, de 18 de dezembro de 1950 e pela Lei nº 7.889, de 23 de novembro de 1989 (Brasil, 2017).

A inspeção e a fiscalização de estabelecimentos de produtos de origem animal que realizem o comércio interestadual ou internacional, de que trata este Decreto, são de competência do Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Animal - DIPOA e do Serviço de Inspeção Federal - SIF, vinculado ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

A inspeção e a fiscalização do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento se estendem às casas atacadistas que recebem e armazenam produtos de origem animal, em caráter supletivo às atividades de fiscalização sanitária local, conforme estabelecido na Lei nº 7.889, de 1989, e têm por objetivo reinspecionar produtos de origem animal procedentes do comércio interestadual ou internacional.

A inspeção e a fiscalização nos estabelecimentos de produtos de origem animal que realizem comércio interestadual poderão ser executadas pelos serviços de inspeção dos Estados,

do Distrito Federal e dos Municípios, desde que haja reconhecimento da equivalência dos respectivos serviços junto ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, conforme o disposto na legislação específica do Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária-SUASA, de acordo com o disposto na Lei nº 8.171, de 17 de janeiro de 1991, e na Lei nº 9.712, de 20 de novembro de 1998.

A Instrução Normativa nº 4, de 31 de março de 2000 do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento estabelece o regulamento técnico de identidade e qualidade de linguiça com o objetivo de fixar a identidade e as características mínimas de qualidade que deverá apresentar o produto cárneo denominado Linguiça e o âmbito de aplicação destinado ao comércio nacional e/ou internacional.

A Instrução Normativa n.º 89, de 17 de dezembro de 2003 do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento tem como objetivo fixar a identidade e as características mínimas de qualidade que deverá apresentar o produto denominado Aves Temperadas e refere-se ao produto Aves Temperadas destinado ao mercado nacional e internacional.

A Instrução Normativa n.º 17, de 29 de maio de 2018 do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento aprova o Regulamento Técnico sobre a identidade e requisitos de qualidade que deve atender o produto cárneo temperado. Para os fins deste Regulamento Técnico, produto cárneo temperado é todo o produto obtido de carnes, miúdos ou de partes comestíveis das diferentes espécies animais, seguida da especificação que couber, condimentado, com adição ou não de outros ingredientes, com ou sem recheio, resfriado ou congelado

2.3 Estudo de consumidores

Segundo Rachmi *et al.* (2018), consumidor é a pessoa que tem uma necessidade ou desejo, realiza uma compra e depois descarta o produto ao longo do processo de consumo.

Uma necessidade do consumidor é buscar informações, avaliar alternativas até chegar à compra. Estudar a decisão do consumidor tem o foco na satisfação do consumidor (Ceribeli; Merlo, 2014).

Babutsidze (2012) procura entender “como os consumidores fazem suas escolhas?” Para o autor as decisões podem ser influenciadas por fatores internos (personalidade) e externos (meio social). Os tipos de escolhas são compreendidos por dois fatores: a) a experiência do consumidor com a escolha em questão (pouca/muita experiência) e (b) a dificuldade da escolha (fácil/difícil); dessa forma, se diferenciam as escolhas conforme a vivência dos consumidores.

Já Farm (2017) ressalta que saber como pensa o consumidor e sua frequência de uso de um produto, assim como o uso e os hábitos de compra em relação ao local e à satisfação com o produto adquirido é de grande relevância para se estudar o mercado. Em relação a um produto ou a um serviço colocados à disposição do consumidor, deve-se levar em conta o conhecimento do comportamento humano para levá-lo a uma motivação de compra (Brown; Viriyavipart; Wang, 2018).

Em relação ao consumo de alimentos, Pollonio (2005) enfoca que algumas tendências mundiais influenciam o consumo de alimentos, como: envelhecimento da população, o papel da mulher, o valor do tempo e conveniência de produtos. Amparados nestas tendências, o comportamento do consumidor vem sofrendo mudanças que alteram seus hábitos alimentares.

Assim, estudar os hábitos dos consumidores tem uma relevância na área de alimentos, pois ela busca identificar as preferências e comportamentos deles (Solomon, 2016).

REFERÊNCIAS

- ARANDA, M. A.; GARCIA, R. G.; DOMINGUES, C. H. de F.; SGAVIOLI, S. Panorama da avicultura: balanço do comércio brasileiro e internacional. **Revista Espacios**, Caracas, v. 38, n. 21, p. 1- 9, 2017. Disponível em: <https://www.revistaespacios.com/a17v38n21/17382108.html>. Acesso em: 25 jan. 2022.
- ARISSETO, A. P. **Avaliação da qualidade global do hambúrguer tipo calabresa com reduzidos teores de nitrato**. 2003. 145 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologia de Alimentos) - Faculdade de Engenharia de Alimentos, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2003. Disponível em: <https://repositorio.unicamp.br/acervo/detalhe/290967>. Acesso em: 10 jan. 2022
- BABUTSIDZE, Z. How do consumers make choices? A survey of evidence. **Journal of Economic Surveys**, New Jersey, v. 26, n. 4, p. 752-762, Sep. 2012. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-6419.2011.00693.x>. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-6419.2011.00693.x>. Acesso em: 25 jan. 2022.
- BALEKI, P. **O poder o otimismo**: pensamentos que podem mudar uma vida. São Paulo: Navegar, 2015.
- BARBETTA, P. A. Técnicas de amostragem. In: BARBETTA, P. A. **Estatística aplicada às ciências sociais**. 7. ed. Florianópolis: UFSC, 2008. cap. 3. p. 41-66.
- BARCELLOS, M. D. de. **Processo decisório de compra de carne bovina na cidade de Porto Alegre**. 2002. 169 f. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2002. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/5188>. Acesso em: 25 jan. 2022.
- BRASIL. Decreto nº 9.013, de 29 março de 2017. Regulamenta a Lei nº 1.283, de 18 de dezembro de 1950, e a Lei nº 7.889, de 23 de novembro de 1989, que dispõem sobre a inspeção industrial e sanitária de produtos de origem animal. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF: seção 1, p. 3, 29 mar. 2017.
- BRASIL. Ministério da Agricultura e Abastecimento. Instrução Normativa nº 4, de 31 de março de 2000. Aprovar os Regulamentos Técnicos de Identidade e Qualidade de Carne Mecanicamente Separada, de Mortadela, de Linguiça e de Salsicha [...]. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, n. 66, p. 54, 05 abr. 2000.
- BRASIL. Ministério da Agricultura e Abastecimento. Instrução Normativa nº 89. de 17 de dezembro de 2003. Estabelece o Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade de Aves Temperadas [...]. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, 18 dez. 2003.
- BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Instrução Normativa nº 17, de 29 de maio de 2018. Estabelece o Regulamento Técnico sobre a identidade e requisitos de qualidade que deve atender o produto cárneo temperado, [...]. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, n. 104, p. 5, 01 jun. 2018.

BROWN, A. L.; VIRIYAVIPART, A.; WANG, X. Search deterrence in experimental consumer goods markets. **European Economic Review**, Amsterdã, v. 104, p. 167-184, May, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2018.03.001>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0014292118300345>. Acesso em: 22 maio 2022.

CERIBELI, H. B.; MERLO, E. M. Antecedentes mais relevantes da satisfação dos consumidores no varejo supermercadista. **Revista Gestão Org.**, Recife, v. 12, n. 2, p. 147-152, jul./ dez. 2014. Disponível em: 22 maio 2022.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA. **Brasil é o quarto maior produtor de grãos e o maior exportador de carne bovina do mundo, diz estudo**. Brasília, DF: Embrapa, 2021. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/62619259/brasil-e-o-quarto-maior-produtor-de-graos-e-o-maior-exportador-de-carne-bovina-do-mundo-diz-estudo>. Acesso em: 14 dez. 2022

FARM, A. Pricing and production in consumer markets where sales depend on production. **Economics Letters**, Amsterdã, v. 154, n. 1, p.17-19, May, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2017.02.021>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0165176517300666?via%3Dihub>. Acesso em: 14 dez. 2022.

FERREIRA, J. S. G.; SILVA, Y. da.; MORAES, O. M. G. de; TANCREDI, R. P. Marketing de alimentos industrializados destinados ao público infantil na perspectiva da rotulagem. **Revista Visa em Debate**. Rio de Janeiro, v. 3, n. 2, p. 75- 84, maio 2015. DOI: 10.3395/2317-269x.00293. Disponível em: <https://visaemdebate.incqs.fiocruz.br/index.php/visaemdebate/article/view/293>. Acesso em: 14 dez. 2022.

HORVAT, A.; GRANATO, G.; FOGLIANO, V.; LUNING, P. A. Understanding consumer data use in new product development and the product life cycle in European food firms. An empirical study. **Food Quality and Preference**, Amsterdã, v. 76, p. 20–32, Sep. 2019. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2019.03.008>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329318307225?via%3Dihub>. Acesso em: 14 dez. 2022.

INSTITUTO ADOLFO LUTZ. **Métodos físico-químicos para análise de alimentos**. 4. ed. São Paulo: Instituto Adolfo Lutz, 2008. Disponível em: https://www.ial.sp.gov.br/resources/editorinplace/ial/2016_3_19/analisedealimentosial_2008.pdf. Acesso em: 14 dez. 2022

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Conheça cidades e estados do Brasil**. Brasília, DF: IBGE, 2022. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/uberlandia/panorama>. Acesso em: 28 maio 2023.

MINAS GERAIS. Secretária de Agricultura Pecuária e Abastecimento. **Balanco do agronegócio de Minas Gerais 2020**. Belo Horizonte: Seapa, 2020. Disponível em: <https://www.mg.gov.br/agricultura/noticias/seapa-divulga-o-balanco-do-agronegocio-mineiro-de->

2020#:~:text=O%20agroneg%C3%B3cio%20foi%20respons%C3%A1vel%20por,4%2C7%25%20na%20produtividade. Acesso em: 28 maio 2023.

MINAS GERAIS. Secretaria do Estado da Saúde. **Resolução SES/MG n.º 7123, de 27 de maio de 2020**. Divulga o Regulamento Técnico de Boas Práticas para estabelecimentos que realizam comércio varejista de carnes, no âmbito do Estado de Minas Gerais. Belo Horizonte: SES, 2020. Disponível em: <https://www.saude.mg.gov.br/images/documentos/RESOLU%C3%87%C3%83O%20SES%207123%20PDF.pdf>. 28 maio 2023.

MOREIRA, S. M.; SILVEIRA, I. D. B.; CONTO, L de; RIBEIRO, L. A.; KUHLMANN, F. N. Perfil do consumidor de carne bovina e seu conhecimento do bem-estar animal na cidade de Pelotas - RS. **Revista Científica Rural**, Bagé, v. 19, n. 1, p. 51-59, 2017. Disponível em: <http://revista.urcamp.tche.br/index.php/RCR/article/view/173/122>. Acesso em: 28 maio. 2023.

OSHIIWA, M.; REPETTI, L.; TEMOTEO, M. M.; LABATE, B. Y.; PEREIRA, A. B.; NUNIS, J. B. Perfil e atributos que influenciam na decisão de compra dos consumidores de carnes em dois supermercados de médio porte na cidade de Marília/SP. **Unimar Ciências**, Marília, SP, v. 26, n. 1-2, p. 95-113, 2017. Disponível em: <https://ojs.unimar.br/index.php/ciencias/article/view/517>. Acesso em; 28 maio 2023.

PESSOA, R. M. dos S.; COSTA, D. C. da C. C.; RAMOS, G. G. B.; RODRIGUES, R. M. dos A.; FERREIRA, J. M. de S. Diagnóstico do perfil do consumidor de carne suína no município de Olho d'Água – PB. **Pubvet**, Maringá, v. 14, n. 6, a. 587, p. 1-8, jun. 2020. DOI: <https://doi.org/10.31533/pubvet.v14n6a587.1-8>. Disponível em: <https://ojs.pubvet.com.br/index.php/revista/article/view/432>. Acesso em: 28 maio. 2023.

POLLONIO, M. A. R. **Impactos da globalização na segurança de alimentos**. Universidade Estadual de Campinas. Campinas, 2005.

RACHMI, C. N.; HUNTER, C. L.; LI, Mu.; BAUR, L. A. Food choices made by primary carers (mothers/ grandmothers) in West Java, Indonesia. **Appetite**, Amsterdã, v. 130, p. 84-92, Nov. 2018. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.08.005>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0195666317308401>. Acesso em: 28 maio 2023.

SALES, W. B.; SANTOS, A. G. dos. Determinação de coliformes totais e coliformes a 45°C (Termotolerantes) em linguiça artesanal comercializada em feira na cidade de Colombo – Paraná. In: EVENTO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 12., 2017, Curitiba. **Anais [...]**. Curitiba: UniBrasil, 2017. p. 258. Disponível em: <https://portaldeperiodicos.unibrasil.com.br/index.php/anaisvinci/article/view/3236>. Acesso em: 28 maio 2023.

SANTOS, G. C.; COELHO, C. S.; SANCHES, F. A. D.; POPOLIN, W. D. Avaliação higienicossanitária de açougues de rede atacadista do município de Guarulhos. **Higiene Alimentar**, São Paulo, v. 30, n. 254/255, p. 56-60, mar./ abr. 2016. Disponível em: <https://docs.bvsalud.org/biblioref/2017/06/834171/separata-56-60.pdf>. Acesso em: 28 maio 2023.

SANTOS, C. N.; BORGES, K. F.; PIGANATA-VIANA, M. C.; LIMA, D. H. N. Perfil do consumidor de alimentos industrializados da cidade de Guanambi BA. **Uniciências**,

Londrina, v. 24, n. 1, p. 7-13, 2020. DOI: <https://doi.org/10.17921/1415-5141.2020v24n1p07-13>. Disponível em: <https://uniciencias.pgsscogna.com.br/uniciencias/article/view/8807>. Acesso em: 28 maio 2023.

SCHNEIDER, W. A.; TEZZA, R.; SALLES, L. de O.; DIAS, J. da S. Adoção do m-commerce: uma análise da percepção de usuários e não usuários. **Revista ADM. MADE**, Rio de Janeiro, v. 21, n. 3, p. 60- 77, mar. 2018. Disponível em; <https://mestradoedoutoradoestacio.periodicoscientificos.com.br/index.php/admmade/article/view/1256>. Acesso em: 28 maio 2023.

SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor**: comprando, possuindo e sendo. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2016.

TEIXEIRA, K. A. **Percepção dos consumidores e profissionais de saúde sobre a produção de suínos e pesquisa de *Salmonella sp.* em carne suína no estado de Goiás**. 2021, 161 f. Tese (Doutorado em Zootecnia) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2021. Disponível em: <https://repositorio.bc.ufg.br/tede/items/b9a545da-76ff-4eec-87e4-bb1add1d6d95/full>. Acesso em: 28 maio 2023.

VENTURINI, K. S.; SARCINELLI, M. F.; SILVA, L C da. Processamento da carne bovina. **Boletim Técnico**, Espírito Santo: Universidade Federal do Espírito Santo Espírito Santo, n. 02007 p. 1- 8, out. 2007. Disponível em: https://www.agais.com/telomc/b02007_processamento_bovinocorte.pdf. Acesso em: 28 maio 2023.

WOJCICHOSKI, N. S.; GUERIN, M.; SALVAGNI, J. As corporações do setor agropecuário: uma análise dos impactos ambientais na produção e consumo de animais. In: CALGRO, C. (org.) **Constitucionalismo e meio ambiente**. Tomo 4: diretrizes de políticas públicas socioambientais. Porto Alegre: Editora Fi, 2021. cap. 32, p. 697- 717. *E-book*. Disponível em: https://drive.google.com/file/d/1ini8Ajr9OIMMJ3FZPGUtD_6BJH7VOmhG/view. Acesso em: 28 maio 2023.

CAPÍTULO II

PREFERÊNCIA DO CONSUMIDOR SOBRE PRODUTOS DE ORIGEM ANIMAL MANIPULADOS EM AÇOUGUE OU INDUSTRIALIZADOS NO MUNICÍPIO DE UBERLÂNDIA – MG

RESUMO

A criação e o abate de animais são pilares fundamentais da economia brasileira, tanto no mercado interno quanto no cenário global. O Brasil ocupa posição de destaque como um dos maiores produtores de proteína animal, impulsionado por técnicas modernas de produção, investimentos em pesquisa e rigorosos padrões de qualidade. Em Uberlândia, o mercado de carnes divide-se entre produtos manipulados artesanalmente, com validade reduzida, e produtos industrializados, que possuem maior durabilidade devido ao uso de conservantes e processos industriais. A escolha entre essas opções é influenciada por fatores como tradição, distância da residência, origem, apresentação e opinião pública. Mudanças nos hábitos alimentares, impulsionadas pela urbanização e industrialização geraram maior demanda por alimentos prontos e refeições fora do lar. Assim, compreender o perfil e o comportamento do consumidor é essencial para empresas do setor planejarem estratégias eficazes e sustentáveis. O estudo foi realizado entre o segundo semestre de 2023 e o primeiro de 2024, com consumidores de carne em Uberlândia, cidade com população de 713.224 habitantes. A amostra foi determinada com erro de 5% e confiança de 95%, totalizando 400 consumidores. A coleta de dados ocorreu via questionário online no Google Forms, divulgado em redes sociais e direcionado apenas a residentes que consomem carne e aceitaram o TCLE. O questionário, com 21 perguntas, abordou dados socioeconômicos e hábitos de consumo de carnes artesanais e industrializadas. Os dados foram analisados por estatística descritiva, com apresentação em gráficos e tabelas. Foram obtidas 401 respostas, distribuídas regionalmente pela cidade de Uberlândia. A maioria dos participantes eram mulheres, com faixa etária predominante entre 36 e 45 anos. Quanto à escolaridade, 98,5% possuíam pelo menos ensino médio completo, sendo que 38,3% tinham pós-graduação. A renda familiar predominante foi superior a R\$ 5.001,00. O estado civil mais frequente foi casado. O estudo evidenciou características demográficas e econômicas relevantes do consumidor de carne em Uberlândia, destacando fatores que influenciam suas preferências por produtos cárneos artesanais ou industrializados. Essas informações são fundamentais para que as empresas do setor desenvolvam estratégias alinhadas às necessidades do mercado e às tendências de consumo.

Palavras-chave: carnes; produtos manipulados; carnes industrializadas; hábitos alimentares.

ABSTRACT

The raising and slaughter of animals are fundamental pillars of the Brazilian economy, both in the domestic market and on the global stage. Brazil holds a prominent position as one of the largest producers of animal protein, driven by modern production techniques, research investments, and strict quality standards. In Uberlândia, the meat market is divided between artisanally processed products, which have a shorter shelf life, and industrialized products, which last longer due to the use of preservatives and industrial processes. The choice between these options is influenced by factors such as tradition, distance from home, origin, presentation, and public opinion. Changes in eating habits, driven by urbanization and industrialization, have generated increased demand for ready-to-eat foods and meals consumed outside the home. Thus, understanding the profile and behavior of consumers is essential for companies in the sector to plan effective and sustainable strategies. The study was conducted between the second half of 2023 and the first half of 2024, with meat consumers in Uberlândia, a city with a population of 713,224 inhabitants. The sample was determined with a 5% margin of error and a 95% confidence level, totaling 400 consumers. Data collection was carried out through an online questionnaire via Google Forms, shared on social media, and directed exclusively to residents who consume meat and agreed to the Informed Consent Form (ICF). The questionnaire, consisting of 21 questions, addressed socioeconomic data and consumption habits of artisanal and industrialized meats. The data were analyzed using descriptive statistics, presented in graphs and tables. A total of 401 responses were obtained, distributed regionally across Uberlândia. Most participants were women, with the predominant age group between 36 and 45 years. Regarding education, 98.5% had at least completed high school, with 38.3% holding a postgraduate degree. The predominant family income was above R\$ 5,001.00, and the most frequent marital status was married. The study highlighted significant demographic and economic characteristics of meat consumers in Uberlândia, emphasizing factors that influence their preferences for artisanal or industrialized meat products. This information is essential for companies in the sector to develop strategies aligned with market needs and consumption trends.

Keywords: meats; processed products; industrialized meats; eating habits.

1 INTRODUÇÃO

A carne é uma importante fonte de alimento e energia, desde a pré-história, sendo essencial para a evolução da espécie humana. Com alta biodisponibilidade de nutrientes indispensáveis para o bom funcionamento do organismo seu consumo evoluiu com o tempo, surgindo novas formas de obtenção, preparos e consumo (Eller, 2020).

O Brasil se destaca como um dos maiores produtores de proteína animal do mundo, ocupando consistentemente uma posição de liderança no mercado internacional. Em 2020, o país conquistou a segunda colocação na exportação de carnes bovinas, de aves e suínas, consolidando sua importância como um dos principais players do setor (EMBRAPA, 2021).

Esse reconhecimento na indústria de produtos cárneos não é apenas fruto da grande extensão territorial do Brasil, mas também resulta das modernas técnicas de produção, dos rigorosos padrões de qualidade e dos significativos investimentos em pesquisa e desenvolvimento. Esses elementos combinados permitem que o país se posicione como um dos maiores fornecedores globais de proteína animal (Aranda *et al.*, 2017).

No entanto, é importante destacar que o mercado de carne não se limita apenas à produção em larga escala. Uma parte significativa do consumo de carne ocorre por meio de produtos manipulados artesanalmente, especialmente em açougues locais. Segundo a Resolução SES/MG 7123/2020, esses produtos têm uma validade limitada de 24 horas e incluem itens como almôndegas, carnes temperadas e frango a passarinho. Eles são caracterizados por não conterem aditivos ou substâncias que prolongam o tempo de comercialização, o que os torna produtos artesanais.

Em contrapartida, os produtos cárneos industrializados oferecem uma alternativa com uma vida útil mais longa. Produzidos em larga escala em instalações industriais, esses alimentos passam por processos de modificação e são frequentemente embalados para facilitar o armazenamento e o transporte. Substâncias como açúcares, óleos, gorduras, corantes, aromatizantes e conservantes são comumente utilizadas em sua fabricação (Santos *et al.*, 2020).

A percepção da carne como um alimento nobre e de alta qualidade é generalizada entre os consumidores. Essa percepção é especialmente forte entre aqueles que valorizam uma dieta equilibrada e buscam uma vida saudável e longa (Oshiiwa *et al.*, 2017).

No entanto, a escolha entre produtos cárneos manipulados artesanalmente e produtos industrializados é influenciada por uma série de fatores. Questões relacionadas à saúde, origem do produto, embalagem, aspecto visual e influência de opiniões externas desempenham um

papel importante no processo de decisão de compra dos consumidores (Moreira *et al.*, 2017; Barcellos, 2002; Teixeira, 2021).

Os hábitos alimentares da população brasileira têm passado por transformações significativas nas últimas décadas. A urbanização, a industrialização, a entrada das mulheres no mercado de trabalho e a mudança nos padrões de vida contribuíram para uma maior demanda por alimentos prontos para consumo e refeições fora do lar (Santos *et al.*, 2016).

Nesse contexto, compreender o perfil do consumidor é essencial para as empresas do setor de carne. A análise dos hábitos de consumo, preferências e motivações dos clientes fornece insights valiosos para o desenvolvimento de estratégias de marketing e lançamento de novos produtos (Schneider *et al.*, 2018). Entender quais os fatores que determinam os processos de escolha dos alimentos por parte dos consumidores são essenciais para atender a demanda e aceitação do consumidor por produtos à base de carne (Miller, 2020).

Além disso, a compreensão das tendências de consumo permite que as empresas planejem seu crescimento de forma sustentável, evitando desperdícios de recursos e adaptando-se às demandas do mercado (Horvat *et al.*, 2019).

Em resumo, o mercado de carne no Brasil é caracterizado por uma ampla variedade de produtos, que vão desde opções artesanais vendidas em açougues locais até produtos industrializados produzidos em escala industrial. A escolha entre essas opções é influenciada por uma série de fatores, e entender o comportamento do consumidor é fundamental para o sucesso das empresas do setor.

2 MATERIAL E MÉTODOS

2.1 População alvo

Para a realização deste trabalho foi feita uma pesquisa a partir do segundo semestre de 2023 até o primeiro semestre de 2024, com consumidores de carnes de diferentes regiões da cidade de Uberlândia que possui uma população atual estimada de 713.224 habitantes (IBGE, 2022), com área territorial de 4.115,206 km².

Para definir o tamanho da amostra será estabelecido um erro amostral de 5% com 95% de confiança e será utilizada a fórmula descrita por Barbetta (2008):

$$n = \frac{N \cdot n_0}{N + n_0}$$

Sendo:

- n é o número de indivíduos da amostra,
- N é o tamanho da população,
- n_0 é a primeira aproximação do tamanho da amostra $n_0 = 1/E^2$ e
- E^2 é o erro amostral tolerável

Considerando os padrões estatísticos acima definidos, o valor da amostra encontrado pela fórmula foi de no mínimo 400 consumidores.

Foi realizada a pesquisa de levantamento, que segundo Babetta (2008), consiste na coleta de dados, por entrevistas ou questionários projetados para esse fim e é indicada quando se deseja responder questões que expressem opiniões, costumes ou características de uma determinada população.

O estudo foi previamente submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa – CEP da UFTM, porque envolveu a participação de seres humanos e aprovada conforme parecer número 6.437.554, emitido em 20 de outubro de 2023. Somente participaram da pesquisa os consumidores que aceitaram o TCLE (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido), eram moradores de Uberlândia e possuíam o hábito de consumo de algum tipo de carne de açougue.

2.2. Questionário

O questionário foi elaborado a partir da plataforma Google Forms e divulgado nas redes sociais, Facebook e Instagram, e disponibilizado um link https://docs.google.com/forms/d/18Zm4_riFUd1RcY6n0l3WTMl2hJmj5GsZgdcMk9Syok4/edit?usp=forms_home&ths=true para direcionar as informações sobre a pesquisa. Aos que tiveram interesse no convite, foi apresentado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) para aceite ou não do participante. Os participantes que aceitaram o TCLE iniciaram a pesquisa.

O questionário foi composto por vinte e três perguntas divididas em três seções. A primeira seção, uma pergunta aberta para o registro do e-mail; a segunda seção com pergunta fechada sobre o aceite do convite e do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE); terceira seção: identificar se o respondente era consumidor de carne ou não (nessa etapa, caso fosse uma resposta negativa, a pesquisa era encerrada). As demais seções, com as vinte e uma perguntas restantes, eram para registro do bairro que o respondente residia e questões de múltipla escolha abordando os seguintes pontos: informações socioeconômicas (sexo, faixa etária, escolaridade e renda familiar), produtos de origem animal fabricados e/ou transformados em açougue que consome, locais de preferência, motivos para adquirir produtos manipulados em açougues e/ou industrializados; observação dos órgãos de inspeção e critérios de Boas Práticas (**APÊNDICE A**).

2.3 Análise de dados

Os dados obtidos nos questionários foram tabulados e submetidos à análise estatística descritiva sob a forma de distribuição de frequência e apresentados em gráficos e tabelas para melhor interpretação dos resultados percentuais das respostas obtidas.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foram obtidas 401 respostas, distribuídas pelas seguintes regiões da cidade de Uberlândia: Sul (29,76%), Oeste (23,59%), Central (12,87%), Leste (19,84%) e Norte (13,94%). Observou-se pela Tabela 1, que 58,8% eram do sexo feminino, 38 % do sexo masculino e 3,3 % preferiram não dizer o gênero. A faixa etária dos respondentes que preponderou tinha idade entre 36 e 45 anos (35,3%). Quanto ao nível de escolaridade, 38,3 % possuíam pós-graduação e 34,6 % nível médio completo. A maioria tinha renda familiar mensal acima de R\$ 5.001,00 (52,5%) e entre R\$ 3.001,00 e R\$ 4.000,00 (15,3 %). Estado civil da população entrevistada teve a predominância de casados (54,8 %), seguidos por solteiros (34,9 %), divorciados (8,5%), viúvos (1,3%) e separados (0,8 %).

Em relação à escolaridade, 98,5 % dos entrevistados tinham pelo menos o ensino médio completo. Segundo Fanalli (2018), o grau de escolaridade pode estar relacionado com o nível de informação dos consumidores, pois em geral, as pessoas com nível de graduação possuem uma maior fonte de informações sobre os alimentos consumidos, além de saber identificar notícias verídicas as quais influenciam o interesse pelo cuidado com a saúde através da alimentação.

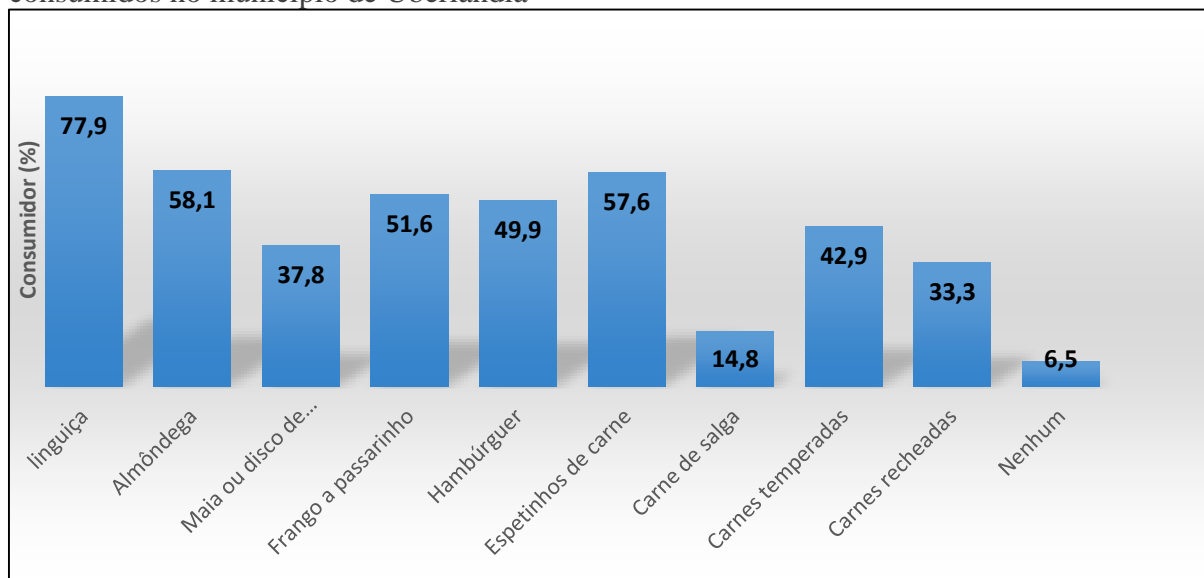
Tabela 1 - Características sociodemográficas da pesquisa

Variável	Categorias	%
Gênero	Feminino	58,8
	Masculino	38,0
	Preferiram não responder	3,3
Faixa Etária	Entre 18 a 25	7,8
	Entre 26 a 35	26,1
	Entre 36 a 45	35,3
	Entre 46 a 60	27,6
	Acima de 60	3,3
Escolaridade	Alfabetizado	0,0
	Ensino Fundamental Incompleto	1,5
	Ensino Médio Completo	25,6
	Ensino Superior Completo	34,6
	Pós- Graduação Completa	38,3
Renda Familiar	Até R\$ 1.000,00	0,8
	Entre R\$ 1.0001,00 e R\$ 2.000,00	6,0
	Entre R\$ 2.001,00 e R\$ 3.000,00	11,1
	Entre R\$ 3.001,00 e R\$ 4.000,00	15,3
	Entre R\$ 4.001,00 e R\$ 5.000,00	14,3
	Acima de R\$ 5.000,00	52,5
Estado Civil	Casado (a)	54,5
	Solteiro (a)	34,9
	Divorciado (a)	8,5
	Viúvo (a)	1,3
	Separado (a)	0,8

Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Os produtos de transformação fabricados no açougue mais consumidos foram linguiça (77,9 %), seguido por almôndega (58,1 %) e em terceiro lugar por espetinhos de carne (57,6 %), conforme Figura 1.

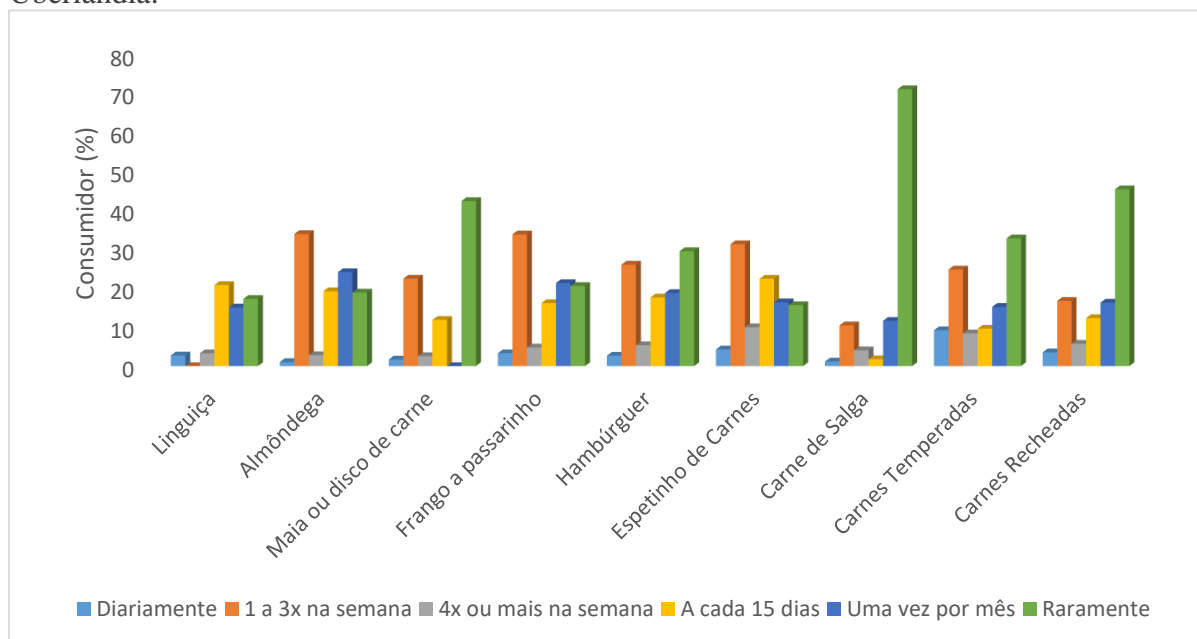
Figura 1 - Produtos cárneos fabricados e/ou transformados artesanalmente em açougue mais consumidos no município de Uberlândia



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Entre os produtos manipulados em açougues podemos observar que os mais consumidos foram a linguiça (77,9%), almôndega (58,1%) e espetinhos (57,6%), com a frequência de uma a três vezes por semana. Já as carnes salgadas se destacaram por serem as mais raramente consumidas. (Figura 2).

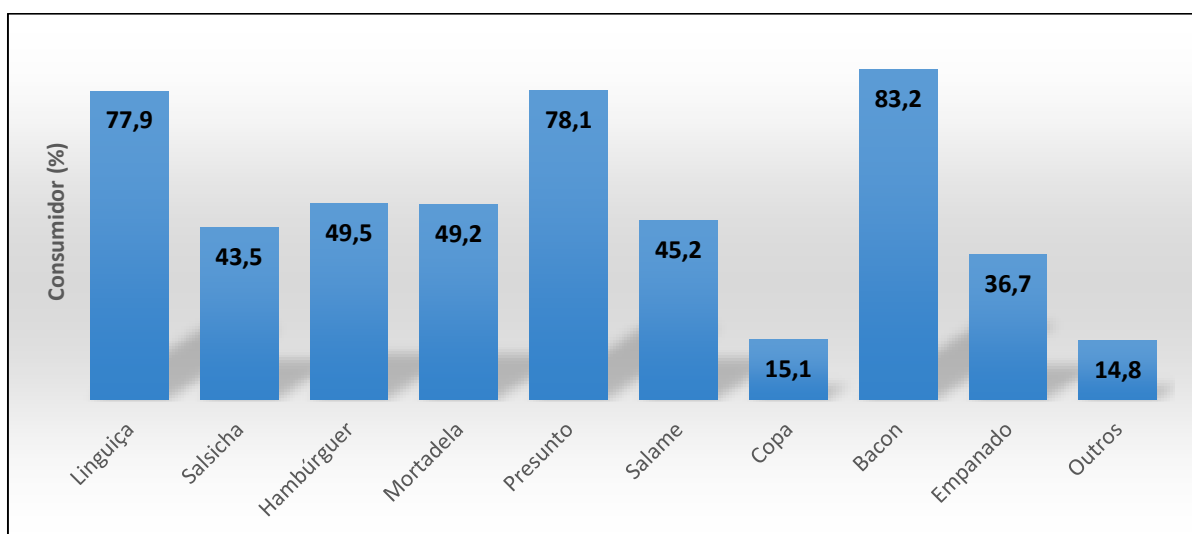
Figura 2 - – Frequência de consumo dos produtos manipulados em açougue no município de Uberlândia.



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

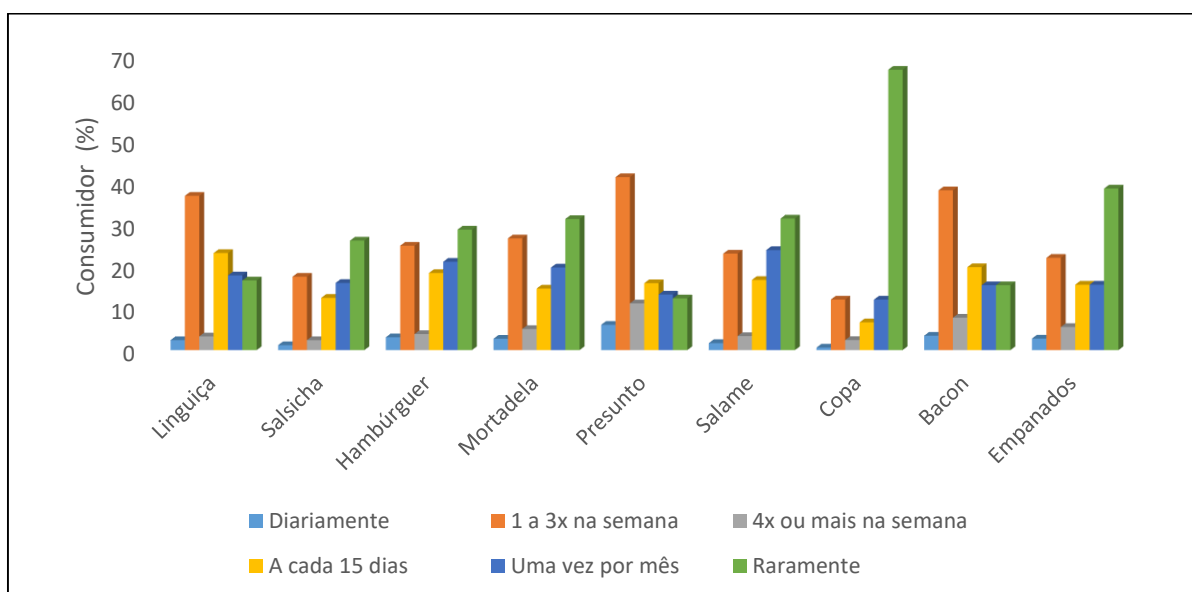
Os produtos industrializados que mais se destacaram em relação ao consumo foram o bacon (83,2%), o presunto (78,1 %) e a linguiça (77,9%) (Figura 3), sendo consumidos de uma a três vezes por semana (Figura 4), o que pode ser explicado pelo uso versátil de bacon e linguiça em pratos típicos brasileiros, além do sabor característico e agradável. Já o presunto pode estar associado à presença regular em sanduíches e refeições rápidas. De acordo com Silva (2015), no mercado interno cerca de 78% do consumo de carne suína ocorre através de produtos industrializados como embutidos e defumados, como por exemplo, o bacon

Figura 3 - Produtos industrializados mais consumidos no município de Uberlândia



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

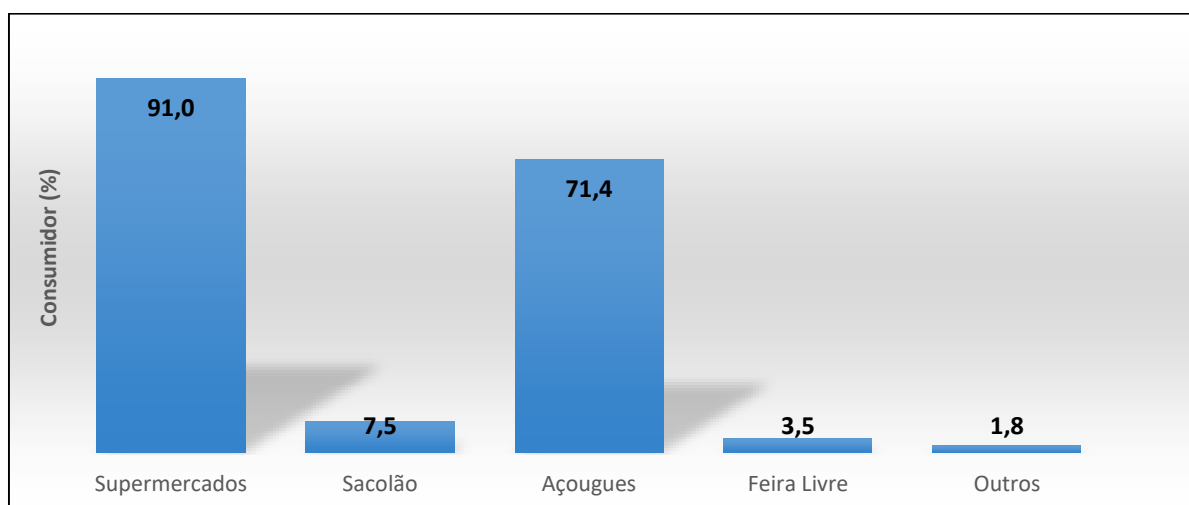
Figura 4- Frequência de consumo dos produtos industrializados no município de Uberlândia



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Observou-se que em torno de 90% dos consumidores preferem comprar os produtos no supermercado ou no açougue. A preferência por supermercados sugere uma maior conveniência devido à oferta de vários produtos em um mesmo lugar, maiores quantidades e preços competitivos. Já nos açougues os consumidores buscam produtos de qualidade superior ou especializados que talvez não sejam encontrados em supermercados convencionais. Segundo Nunes *et al.* (2022), os consumidores têm preferência por esses dois locais devido à segurança, limpeza e higiene dos mesmos.

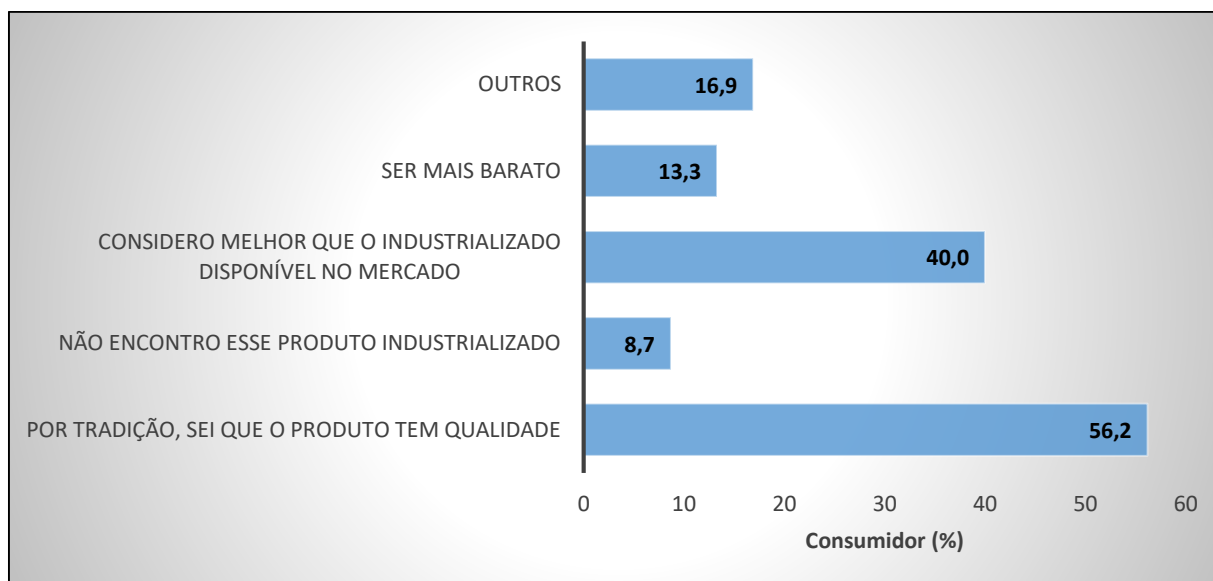
Figura 5 - Locais de preferência dos consumidores no município de Uberlândia



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

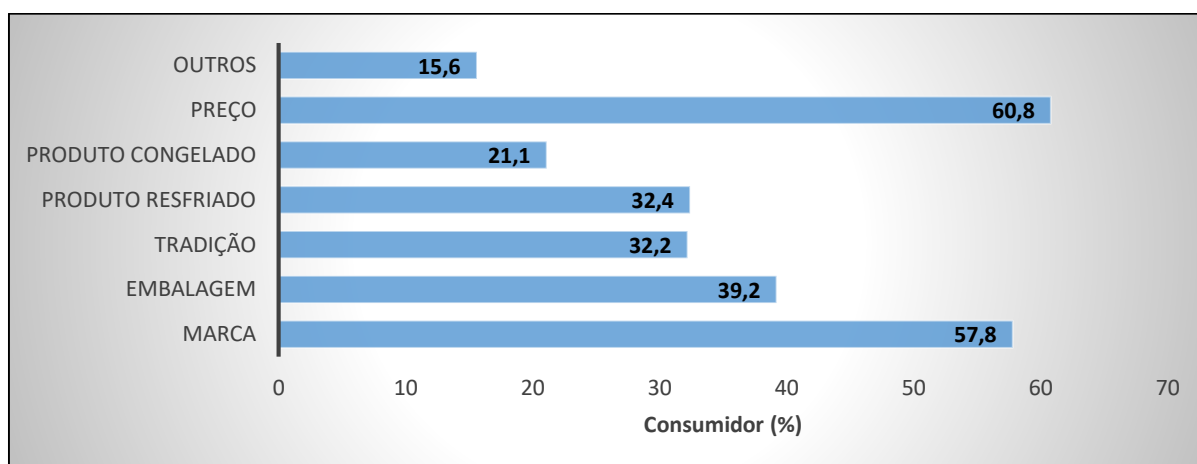
Quando questionados quanto aos motivos para escolha dos produtos cárneos manipulados em açougue, 56,2 % responderam que por tradição e por saber que o produto tem qualidade e 40,0 % alegaram que os produtos cárneos de açougue são melhores que os industrializados (Figura 6). Ao serem questionados sobre o motivo para escolha de produtos industrializados, 60,8% alegaram serem motivados pelo preço, seguindo pela marca e embalagem (Figura 7). Enquanto o preço domina as decisões de compra, fatores como marca e embalagem desempenham papéis importantes, influenciando como diferentes produtos de carne são incorporados na dieta dos consumidores. A análise destes dados pode ser útil para fabricantes e varejistas ajustarem suas estratégias de marketing e desenvolvimento de produtos para melhor atender às preferências e necessidades do consumidor (Las Casas & Garcia, 2007; Martinez, *et al* 2018).

Figura 6 - Motivos para escolha dos produtos cárneos manipulados em açougue



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Figura 7 - Motivos para escolha de produtos industrializados

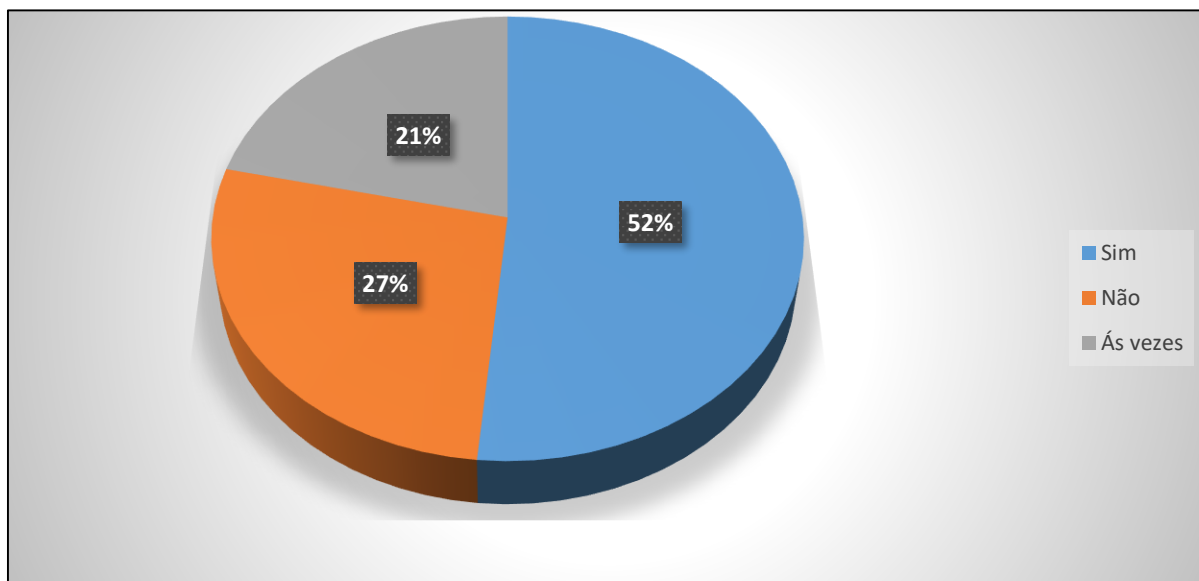


Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Ao adquirir produtos cárneos, o selo de inspeção (SIF, IMA ou SIM) é um critério importante para garantir a segurança alimentar e a qualidade do produto. Esses selos indicam que o produto passou por inspeção sanitária e está apto para o consumo. O Alvará Sanitário do estabelecimento também é relevante, pois indica que o local segue as normas de higiene e segurança para o armazenamento e manipulação dos alimentos. 27,1 % dos entrevistados disseram não observar o selo de inspeção no momento da compra e 21,4 % disseram prestar atenção dependendo do produto. Em geral, consumidores conscientes tendem a observar esses selos e o alvará para garantir a procedência e qualidade do que estão comprando. Conforme Cruz, Schneider (2010); Lopes *et al.* (2017) e Goodman (2003) cresce o interesse pela

rotulagem e rastreabilidade de alimentos; nesse caso, a rastreabilidade bovina está cada vez mais atrelada à noção de segurança alimentar. O que se observou dos consumidores, foi que apenas 51,5% afirmaram verificar o selo de inspeção dos produtos no momento da compra (Figura 8). O que se assemelha com os resultados encontrados por Rosanova *et al.* (2021) e Magalhães *et al.* (2021).

Figura 8 - Observação dos serviços de inspeção e alvará sanitário



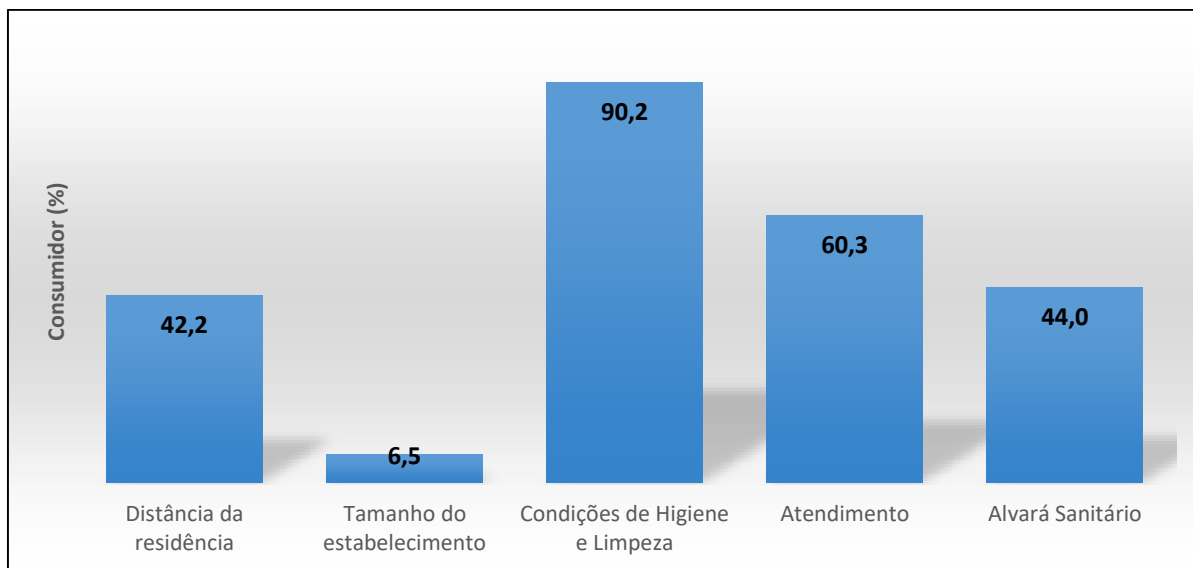
Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Segundo Rosanova *et al.* (2021), apenas 22% dos consumidores verificam o selo de inspeção nas carnes que estão sendo adquiridas. Magalhães *et al.* (2021), relatam que a maioria dos consumidores (60,4%) não procura saber a origem das carnes adquiridas, não sabem ou nunca se interessaram em saber se o produto é inspecionado ou não. Já uma pequena parcela (39,6%) procura saber a origem desses alimentos.

A inspeção sanitária dos alimentos e ao longo de toda a cadeia produtiva é importante para garantir uma carne segura e de qualidade para o consumidor (Medeiros, 2020). O produto clandestino não é regido por leis sanitárias, tendo, portanto, uma grande chance de transmitir doenças. A carne com selo de inspeção (Federal, Estadual ou Municipal) indica ao consumidor brasileiro que o alimento tem origem conhecida e a forma de obtê-lo foi seguindo normas e padrões estabelecidos pelos órgãos responsáveis (Groot, 2021).

Na pesquisa realizada na cidade de Juiz de Fora - MG, 42,9% dos consumidores não sabem o que é carne inspecionada. A divulgação de informações sobre os selos de inspeção da carne suína, poderia esclarecer os consumidores sobre uma maior garantia dos alimentos e assim, eles teriam mais confiança em aumentar seu consumo (Souza, 2021)

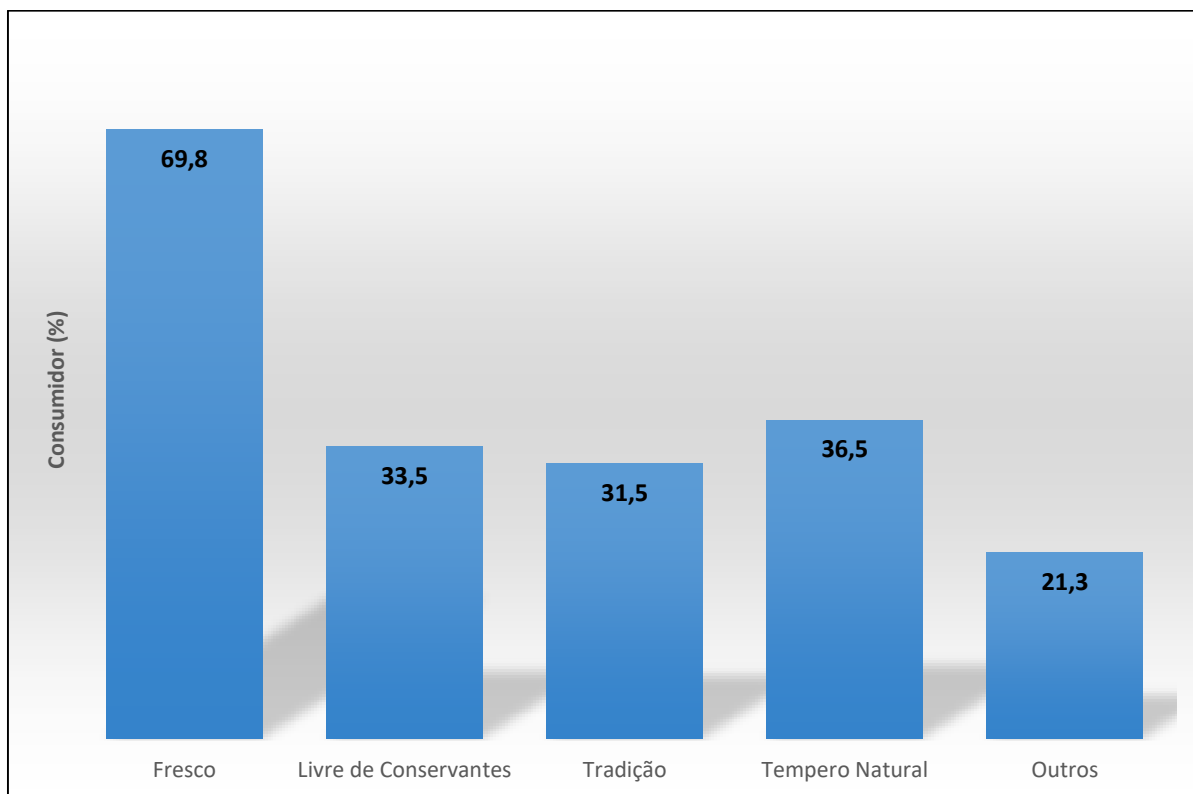
Figura 9 - Critérios na escolha de um estabelecimento para compra de produtos cárneos



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Embora 51,5% tenham afirmado que observam o selo de inspeção no momento da compra, 90,2% alegaram que as condições de higiene e limpeza são critérios na escolha de um estabelecimento para compra de produtos cárneos (Figura 9). A higiene é um dos critérios mais importantes para qualquer estabelecimento que lida com alimentos, e em especial para produtos cárneos, que são mais suscetíveis à contaminação. O atendimento foi o segundo critério mais apontado pelos consumidores (60,3 %). Um bom atendimento faz toda a diferença na hora de adquirir produtos artesanais. Funcionários bem treinados devem ser capazes de fornecer informações sobre a procedência da carne, o processo de produção e dicas de conservação e preparo; também gera confiança no consumidor, especialmente quando há abertura para responder perguntas e esclarecer dúvidas, o que é essencial ao lidar com produtos artesanais, em que cada detalhe da produção pode impactar a qualidade. Em terceiro lugar de critério de escolha do estabelecimento, está a distância da residência (42,2 %) o que pode ser justificado pela comodidade e a facilidade de acesso, além de o produto chegar ao local de destino mais rápido, não comprometendo a qualidade. Quando os consumidores detêm informações necessárias acerca das corretas medidas higiênico-sanitárias a serem adotadas pelos manipuladores, bem como dos riscos de doenças que a ausência da adoção dessas práticas pode trazer, eles podem assumir importante papel como agentes de saúde pública, auxiliando os órgãos fiscalizadores (Fanalli, 2018).

Figura 10 - Motivos para adquirir produtos cárneos fabricados e/ou transformados artesanalmente



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

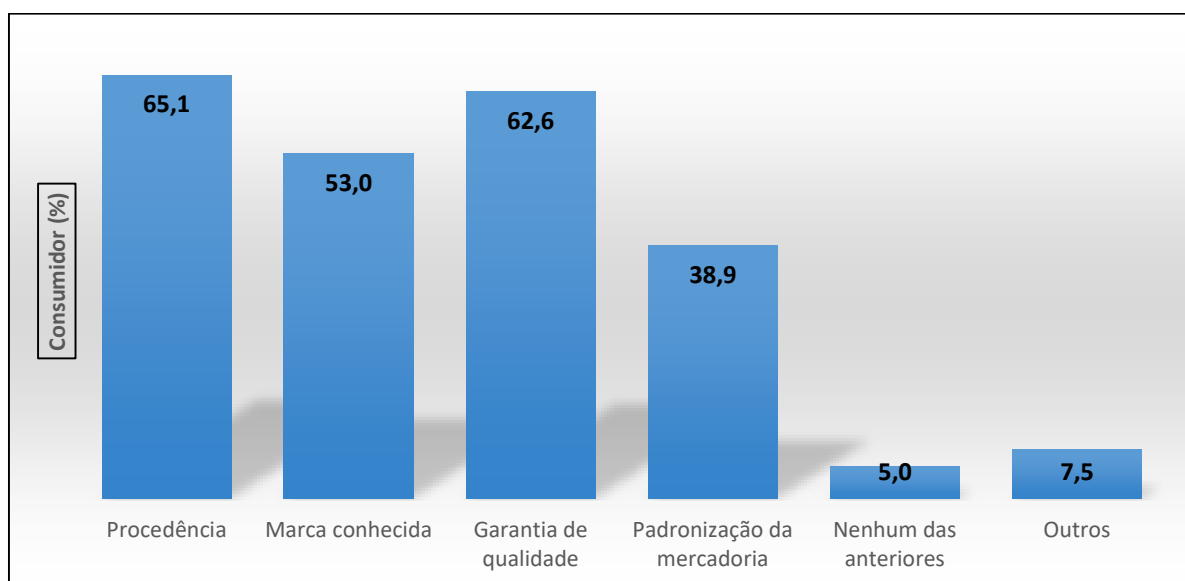
Dentre os vários motivos para adquirir produtos cárneos fabricados e/ou transformados artesanalmente, 69,8% alegaram preferir produtos frescos. Essa preferência se justifica pelo fato de que os produtos artesanais costumam ser feitos em menor escala, resultando em produtos mais frescos e saborosos. Já 36,5% responderam tempero natural, pois o uso de temperos naturais em vez de misturas prontas ou artificiais, proporciona um sabor mais genuíno e personalizado aos produtos cárneos. Um percentual de 33,5% respondeu acreditar que estes produtos artesanais são livres de conservantes, uma vez que temperos naturais podem ter propriedades benéficas para a saúde, como antioxidantes e anti-inflamatórios, que não estão presentes em temperos processados. (Figura 10).

É no tempero que se desenvolve a criatividade, para abusar na inovação e elaborar novos sabores personalizados. (Mello, 2020). Para a produção de linguiças também é essencial ter a boa combinação de ervas e especiarias, harmonizando com determinadas carnes, como por exemplo, frango vai muito bem com coentro, salsa e páprica defumada; a carne suína combina perfeitamente com alecrim, sálvia e tomilho. (Mello, 2020).

Em relação aos motivos para adquirir produtos fabricados por grandes marcas inspecionados, 65,1% buscam procedência, 62,6% garantia de qualidade, 53% marca

conhecida e 38,9 % padronização da mercadoria (Figura 11), visto que grandes marcas geralmente têm sistemas robustos de rastreamento que permitem acompanhar a procedência dos produtos desde a origem dos ingredientes até o ponto de venda. Isso ajuda a garantir que os produtos atendam aos padrões de qualidade e segurança. A garantia da qualidade instaura-se dentro das empresas como um setor que busca a inspeção, teste ou auditoria dos requisitos de qualidade do produto fabricado, bem como, dos testes de controle de qualidade (Malafaia, Biscola e Dias, 2021).

Figura 11 - Motivos para adquirir produtos fabricados por grandes marcas inspecionados



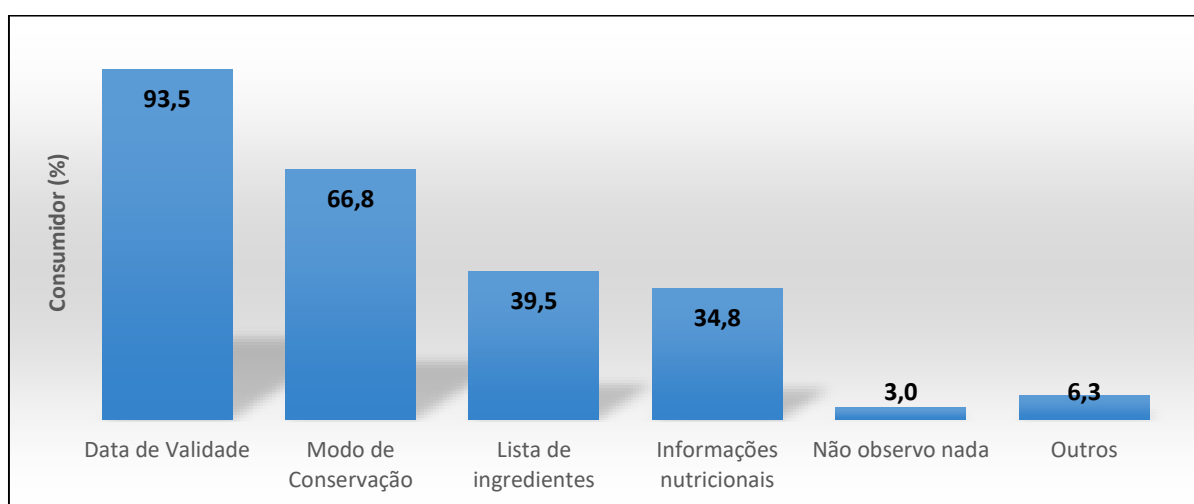
Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Sobre a aquisição dos produtos foi observado que a maioria verifica a data de validade (93,5%), seguido pelo modo de conservação (66,8%), lista de ingredientes (39,5 %) e informações nutricionais (34,8%), conforme figura 12. A data de validade é crucial para evitar o consumo de alimentos que possam ter passado do prazo e estarem deteriorados. Verificar as instruções de conservação é fundamental para manter a qualidade e a segurança do produto. Isso inclui informações sobre a temperatura de armazenamento (refrigerado ou congelado) e se o produto deve ser consumido dentro de um determinado período após a abertura. A segurança alimentar se dá pelo consumo de alimentos dentro do tempo de vida útil, ou seja, período em que o alimento se garante seguro, mantendo suas características físicas, químicas, sensoriais e microbiológicas (Schneider *et. al.*, 2018).

A lista de ingredientes permite saber exatamente o que está incluído no produto, o que é essencial para identificar possíveis alérgenos e aditivos que você pode querer evitar. Para produtos cárneos artesanais, a lista pode fornecer informações sobre o tipo de carne e quaisquer outros ingredientes adicionados, como temperos e conservantes. As informações nutricionais

ajudam a avaliar o valor nutritivo do produto, incluindo calorias, proteínas, gorduras, sódio e outros nutrientes. Isso é útil para aqueles que estão monitorando sua dieta ou têm necessidades dietéticas específicas. Barros *et al.* (2020), afirmam que a rotulagem nutricional de um alimento é definida como a descrição de informação acerca das propriedades nutricionais do produto, que compreende desde o valor energético até os principais nutrientes, especificando as quantidades, a qualidade do produto e a composição correta. A linguagem de informação deve ser clara e os riscos também devem ser informados.

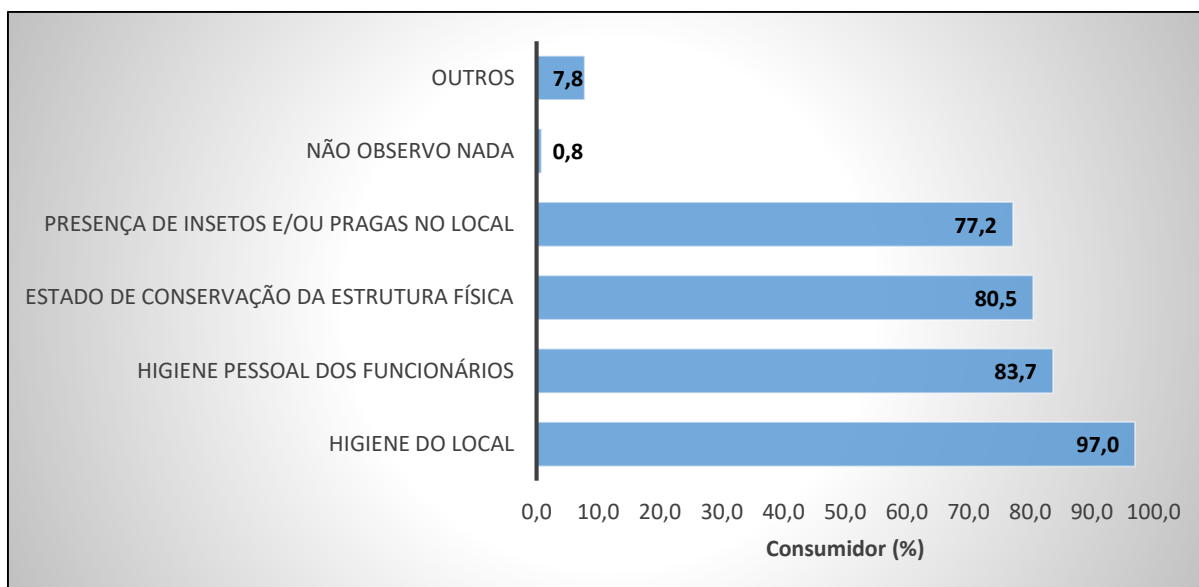
Figura 12 - Critérios e/ou informações observados na aquisição do produto



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Sobre os critérios de boas práticas na aquisição de produtos, 97 % observam a limpeza do local, 83,7% higiene pessoal dos funcionários, 80,5 % estado de conservação da estrutura física e 77,2% a presença de insetos e/ou pragas no local, conforme apresentado na Figura 13. O estabelecimento deve ser visualmente limpo, com pisos, bancadas, utensílios e equipamentos higienizados adequadamente. A sujeira acumulada, restos de alimentos e desorganização podem ser indicativos de práticas inadequadas de manuseio e armazenamento. Um ambiente limpo reduz o risco de contaminação cruzada e proliferação de bactérias que podem comprometer a segurança dos alimentos. Portanto, para a prevenção das doenças de transmissão hídrica e alimentar (DTHA's) é inexorável a manutenção higiênico-sanitária e de boas práticas de fabricação (BPF) exercidos na recepção, armazenamento, manipulação, exposição à venda e entrega dos produtos alimentares em estabelecimentos de açougues (Gallo *et al.*, 2020).

Figura 13 - Critérios de Boas Práticas na aquisição de produtos



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Portanto, funcionários que manipulam alimentos devem usar uniformes limpos, luvas, toucas ou redes para cabelo e máscaras, quando necessário, para evitar a contaminação dos produtos, devendo ser bem treinados sobre práticas de higiene e manipulação segura de alimentos. Sabe-se que os manipuladores de alimentos exercem papel importante no controle higiênico sanitário dos alimentos, dessa forma, destaca-se a necessidade de maior cuidado por parte destes, quanto à higiene na produção dos alimentos, haja vista que os perigos microbianos são considerados como a principal causa de contaminação dos alimentos (Rocha *et al.*, 2019)

A estrutura física do local deve estar em boas condições, com paredes, pisos e tetos sem rachaduras, infiltrações ou mofo. Instalações precárias podem indicar problemas de higiene e conservação dos alimentos. Um dos aspectos críticos das Boas Práticas é a ausência de insetos, roedores ou outros tipos de pragas no local. A presença desses animais pode ser um sinal de falhas no controle sanitário e na segurança alimentar.

Observar esses critérios de Boas Práticas é fundamental para garantir que os alimentos sejam manipulados e armazenados de forma segura. Um estabelecimento que segue essas diretrizes reduz significativamente o risco de contaminação e doenças alimentares, além de demonstrar profissionalismo e comprometimento com a qualidade dos produtos oferecidos.

4 CONCLUSÃO

Após o estudo sobre os consumidores de produtos manipulados em açougue e industrializados em Uberlândia (MG), verificou-se que os produtos manipulados favoritos adquiridos em açougue foram linguiça, almôndega e espetinhos, com a frequência de uma a três vezes por semana e bacon, presunto e linguiça sendo consumidos também de uma a três vezes na semana, entre os industrializados.

A maioria dos consumidores preferem realizar suas compras em supermercados, onde encontram conveniência, diversidade de produtos e preços mais competitivos, enquanto o açougue se destaca como opção para aqueles que buscam qualidade superior ou produtos específicos.

Na aquisição de produtos cárneos o selo de inspeção e o Alvará Sanitário do estabelecimento desempenham um papel essencial para assegurar a qualidade e a segurança alimentar. No entanto, há uma parcela significativa de consumidores que não verifica essas certificações. Esses dados sugerem a necessidade de uma maior conscientização sobre a importância desses critérios para proteger a saúde dos consumidores, promovendo escolhas mais seguras no momento da compra.

Conclui-se que a observância de critérios de boas práticas e informações presentes nos rótulos é fundamental para assegurar a qualidade e a segurança de produtos cárneos. A maioria dos consumidores verifica a data de validade e o modo de conservação, além de se atentar à limpeza do local e à higiene dos manipuladores, o que demonstra uma preocupação com a segurança alimentar. A adoção dessas práticas, tanto pelos consumidores quanto pelos estabelecimentos, fortalece a confiança na qualidade dos produtos oferecidos.

REFERÊNCIAS

- BARROS, L. da S.; RÊGO, M. da C.; MONTEL, D. da C.; SANTOS, G. de F. F. de S.; PAIVA, T. V. Rotulagem nutricional de alimentos: utilização e compreensão entre estudantes. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 6, n. 11, p. 90688-90699, nov. 2020. DOI: <https://doi.org/10.34117/bjdv6n11-469>. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/20279>. Acesso em: 10 abr. 2023.
- CRUZ, F. T. da.; SCHNEIDER, S. Qualidade dos alimentos, escalas de produção e valorização de produtos tradicionais. **Revista Brasileira de Agroecologia**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, p. 22-38, 2010. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/rbagroecologia/article/view/49093/37273>. Acesso em: 10 abr. 2023.
- ELLER, F. **Tomando consciência da história e consumo da carne bovina**. 2020.
- FANALLI, S. L. Perfil de consumo e percepção dos consumidores de carne: consequências sobre a saúde pública. **Revista Científica Eletrônica de Medicina Veterinária**, São Paulo, v.15, n.31, p.1-13, jul. 2018. Disponível em: https://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/7YgU5DLnagIDsVr_2018-9-19-8-41-24.pdf. Acesso em: 10 abr. 2023.
- GALLO, M.; FERRARA, L.; CALOGERO, A.; MONTESANO, D.; NAVIGLIO, D. Relationships between food and diseases: what to know to ensure food safety. **Food Research International**, Amsterdã, v. 137, e.109414, p. 1- 16, Nov. 2020. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2020.109414>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0963996920304397>. Acesso em: 10 abr. 2023.
- GOODMAN, D. The quality ‘turn’ and alternative food practices: reflections and agenda. **Journal of Rural Studies**, Amsterdã, v. 19, n. 1, p. 1-7, Jan. 2003. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(02\)00043-8](https://doi.org/10.1016/S0743-0167(02)00043-8). Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0743016702000438>. Acesso em: 22 out. 2024.
- LAS CASAS, A. L; GARCIA, M. T. (org.). **Estratégias de marketing para o varejo: inovações e diferenciações estratégicas que fazem a diferença no marketing de varejo** São Paulo: Novatec, 2007.
- LOPES, M. A.; MAIA, E. M.; BRUHN, F. R. P.; CUSTÓDIO, I. A.; ROCHA, C. M. B. M. da; FARIA, P. B. Fatores associados à percepção e atitude de consumidores de carne bovina com certificação de origem em Uberlândia, Minas Gerais. **Revista Ceres**, Viçosa, v. 64, n. 1, p. 31-39, jan./ fev. 2017. DOI: <https://doi.org/10.1590/0034-737X201764010005>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rceres/a/FX5yFkJXdjH83Z7mzXSdqgG/?lang=pt>. Acesso: 10 abr. 2023.
- MALAFIA, G. C.; BISCOLA, P. H. N.; DIAS, F. R. T. Projeções para o mercado de carne bovina do Brasil–2029/2030. **Boletim CiCarne**. Brasília, DF: Embrapa, p.1-3, 2021.

Disponível em:

<https://www.embrapa.br/documents/1355108/51748908/BoletimCiCarne020.pdf/df10a41a-b09a-d460-2455-4717b738a03c>. Acesso em: 10 abr. 2023.

MARTINEZ, O.; RODRIGUEZ, N.; MERCURIO, A.; BRAGG, M.; ELBEL, B. Supermarket retailers' perspectives on healthy food retail strategies: In-depth interviews. **BMC Public Health**, London, v. 18, e1019, p. 1- 16, Aug. 2018. DOI: <https://doi.org/10.1186/s12889-018-5917-4>. Disponível em: <https://bmcpublikealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12889-018-5917-4>. Acesso em: 10 abr. 2023.

MELLO, A. G. **Linguíça artesanal: guia completo**, [2020]. Disponível em: *Linguia Artesanal Guia Completo V2 | PDF | Colágeno | Carne*. Acesso em: 22 out. 2024.

MILLER, R. Drivers of consumer liking for beef, pork, and lamb: a review. **Foods** Switzerland, v. 9, n. 4, e428, p. 1- 25, Apr. 2020. DOI: <https://doi.org/10.3390/foods9040428>. Disponível em; <https://www.mdpi.com/2304-8158/9/4/428>. Acesso em: 22 out. 2024.

NUNES, F.C, MENDES, A. C.; SOARES, C. A.; SILVA, E. A. da; SILVA. M. O.; LARCERDA, J. D. A. Consumption of pork meat and its derivatives in the southeastern mesoregion of Pará in the period of the Covid-19 pandemic. **Reserach Society and Development**, Vargem Grande Paulista, v. 11, n. 6, p. 1-10, 2022. DOI: 10.33448/rsd-v11i6.28937. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/28937/25035>. Acesso em: 22 out. 2024.

ROCHA, L. de A.; RODRIGUES, L. M.; ARAUJO, M. C.; SOARES, T. da C.; GOMES, S. A. B.; OLIVEIRA, E. S. de. Análise do controle de temperatura dos alimentos servidos em Unidade de Alimentação e Nutrição universitária na cidade de Picos- PI, Brasil. *Research, Society and Development*, v. 8, n. 2, e882563, 2019. DOI: <https://doi.org/10.33448/rsd-v8i2.563>. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/5606/560662193008/html/>. Acesso em: 22 out. 2024.

SILVA, L. C. C. e. **Efeitos da ractopamina e da imunocastração de suínos nas características da barriga e na qualidade do bacon**. 2015. 204 f. Tese (Doutorado em Engenharia e Ciência dos Alimentos) - Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, São José do Rio Preto, 2015. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/entities/publication/4d9e80dd-8710-43c7-b26d-aeeb99a5c273>. Acesso em: 28 out. 2024.

APÊNDICE A – Preferência do consumidor do Município de Uberlândia- MG em relação à produtos cárneos de fabricação artesanal e industrializados

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Convidamos você a participar da pesquisa: Preferência do consumidor sobre produtos de origem animal manipulados em açougue ou industrializados no município de Uberlândia – MG. O objetivo desta pesquisa é caracterizar a preferência do consumidor sobre produtos de origem animal manipulados em açougue ou industrializados no município de Uberlândia – MG. Sua participação é importante, pois assim, conseguiremos identificar quais os produtos manipulados são preferidos pelos consumidores.

Caso você aceite participar desta pesquisa será necessário responder a um questionário online do Google Forms ou presencial, com perguntas sociodemográficas e sobre a preferência de produtos de origem animal manipulados, com tempo estimado de 5 a 10 minutos, até o início de maio/2024.

O risco desta pesquisa é a perda de confidencialidade e para minimizar esses riscos serão tomadas as seguintes providências: os dados coletados durante a pesquisa serão confidenciais e terão acesso aos documentos somente os pesquisadores.

Você poderá obter quaisquer informações relacionadas a sua participação nesta pesquisa, a qualquer momento que desejar, por meio dos pesquisadores do estudo. Sua participação é voluntária e em decorrência dela você não receberá qualquer valor em dinheiro. Você não terá nenhum gasto por participar desse estudo, pois qualquer gasto que você tenha por causa dessa pesquisa lhe será ressarcido. Você poderá não participar do estudo, ou se retirar a qualquer momento, sem que haja qualquer constrangimento junto aos pesquisadores ou prejuízo quanto a qualquer atividade particular que esteja executando, bastando você dizer ao pesquisador que lhe enviou este documento. Você não será identificado neste estudo, pois a sua identidade será de conhecimento apenas dos autores da pesquisa, sendo garantido o seu sigilo e privacidade.

Contato dos pesquisadores:

Pesquisador(es):

Nome: Profa. Dra. Elisa Norberto Ferreira Santos

Endereço: Rua João Batista Ribeiro, 4000. Distrito Industrial 2 – Uberaba/MG

Nome: Bruno Espíndula Rosa De Moraes

Endereço: Rua João Batista Ribeiro, 4000. Distrito Industrial 2 – Uberaba/MG

Eu li o esclarecimento acima e compreendi para que serve o estudo e a quais procedimentos serei submetido. A explicação que recebi esclarece os riscos e benefícios do estudo. Eu entendi que sou livre para interromper minha participação a qualquer momento, sem justificar minha decisão. Sei que meu nome não será divulgado, que não terei despesas e não receberei dinheiro para participar do estudo. Concordo em participar do estudo Preferência do consumidor sobre produtos de origem animal manipulados em açougue ou industrializados no município de Uberlândia – MG, e receberei uma cópia de minhas respostas pelo e-mail fornecido para respostas ao questionário.

1 -Você tem o hábito de consumir produtos cárneos, tais como carnes em geral (bovina, suína, caprina, aves e pescados)? Caso você não consuma produtos cárneos, sua participação acabará aqui.

☐ sim ☐ não

2- Gênero*

☐ Feminino

☐ Masculino

☐ Outro

☐ Prefiro não dizer

3- Faixa etária*

☐ Entre 18 a 25

☐ Entre 26 a 35

☐ Entre 36 a 45

☐ Entre 46 a 60

☐ Mais de 60

4 - Escolaridade*

☐ Alfabetizado

☐ Ensino fundamental completo

☐ Ensino médio completo

☐ Ensino Superior completo

☐ Pós-graduação completa

5- Qual cidade você mora?

- ☐ Uberlândia
- ☐ Distrito de Uberlândia
- ☐ Outra

6 - Qual bairro você mora? *

7- Qual sua renda familiar mensal? *

- ☐ até R\$ 1.000,00
- ☐ entre R\$ 1.001,00 e R\$ 2.000,00
- ☐ entre R\$ 2.001,00 e R\$ 3.000,00
- ☐ entre R\$ 3.001,00 e R\$ 4.000,00
- ☐ entre R\$ 4.000,00 e R\$ 5.000,00
- ☐ acima de R\$ 5.001,00

8 - Estado Civil?

- ☐ solteiro (a)
- ☐ casado (a)
- ☐ separado (a)
- ☐ divorciado (a)
- ☐ viúvo (a)

9- Quais produtos cárneos fabricados e/ou transformados artesanalmente em açougue que você consome? (permitidas múltiplas escolhas)

- ☐ Linguiça
- ☐ Almôndega
- ☐ Maia ou disco de carne
- ☐ Frango a passarinho
- ☐ Hambúrguer
- ☐ Espetinho de carnes
- ☐ Carnes de salga

- ☐ Carnes temperadas
- ☐ Carnes recheadas
- ☐ Nenhum

10- Com que frequência costuma consumir produtos cárneos fabricados/transformados artesanalmente?

	Diariamente	1 a 3 vezes na semana	4 vezes ou mais na semana	A cada 15 dias	Uma vez por mês	Raramente
Linguiça	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Almôndega	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maia ou disco de carne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Frango a passarinho	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hambúrguer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Espetinho de carnes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Carnes de salga	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Carnes temperadas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Carnes recheadas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11 – Quais os tipos de produtos cárneos industrializados que você consome? (permitidas múltiplas respostas)

- ☐ Linguiça
- ☐ Salsicha
- ☐ Hambúrguer
- ☐ Mortadela
- ☐ Presunto
- ☐ Salame
- ☐ Copa
- ☐ Bacon
- ☐ Empanados

() Outros _____

12- Com que frequência costuma consumir produtos cárneos industrializados?

	Diariamente	1 a 3 vezes na semana	4 vezes ou mais na semana	A cada 15 dias	Uma vez por mês	Raramente
Linguiça	()	()	()	()	()	()
Salsicha	()	()	()	()	()	()
Hambúrguer	()	()	()	()	()	()
Mortadela	()	()	()	()	()	()
Presunto	()	()	()	()	()	()
Salame	()	()	()	()	()	()
Copa	()	()	()	()	()	()
Bacon	()	()	()	()	()	()
Empanados	()	()	()	()	()	()

13- Locais de preferência para adquirir os produtos (permitidas múltiplas escolhas)

- () Supermercados
 () Sacolão
 () Açougues
 () Feiras livres
 () Outros _____

14- Quais motivos te levam na escolha dos produtos cárneos nos estabelecimentos? (permitidas múltiplas escolhas)

- () Marca
 () Embalagem
 () Tradição
 () Produto resfriado

- ☐ Produto congelado
- ☐ Preço
- ☐ Outros _____

15- Quais os motivos levam você a adquirir produto fabricados e/ou transformados artesanalmente em açougues? (permitidas múltiplas escolhas)

- ☐ Por tradição, sei que o produto tem qualidade
- ☐ Não encontro esse produto industrializado
- ☐ Considero-o melhor que o industrializado disponível no mercado
- ☐ Ser mais barato
- ☐ Outros _____

16- Quando adquire produtos cárneos você busca pelo selo (SIF, IMA ou SIM) nas embalagens como critério para compra e/ ou Alvará Sanitário do estabelecimento?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Às vezes, a depender do produto

17 - Quais os critérios na escolha de um estabelecimento para a compra de produtos cárneos fabricados e/ou transformados artesanalmente? (permitidas múltiplas escolhas)

- ☐ distância da residência
- ☐ tamanho do estabelecimento
- ☐ Condições de higiene e limpeza
- ☐ Atendimento
- ☐ Alvará Sanitário

18- Quais os motivos para adquirir produtos cárneos fabricados e/ou transformados artesanalmente? (permitidas múltiplas escolhas)

- ☐ Fresco
- ☐ Acreditar ser livre de conservantes
- ☐ Tradição
- ☐ Tempero natural
- ☐ Outros _____

19- Quais os motivos para adquirir produtos fabricados por grandes marcas inspecionados?

(permitidas múltiplas escolhas)

- ☐ Procedência
- ☐ Marca conhecida
- ☐ Garantia de qualidade
- ☐ Padronização da mercadoria
- ☐ Nenhuma das anteriores
- ☐ Outros _____

20 . Na aquisição do produto, você observa quais informações da mercadoria? (permitidas múltiplas escolhas)

- ☐ Data de Validade
- ☐ Modo de conservação
- ☐ Lista de ingredientes
- ☐ Informações nutricionais
- ☐ Não observo nada
- ☐ Outros _____

21. Na aquisição de produtos você observa quais critérios de Boas Práticas? (permitidas múltiplas escolhas)

- ☐ Higiene do local
- ☐ Higiene pessoal dos funcionários
- ☐ Estado de Conservação da Estrutura física
- ☐ Presença de insetos e/ou pragas no local
- ☐ Não observo nada
- ☐ Outros _____

ANEXO A- PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP**PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP****DADOS DO PROJETO DE PESQUISA**

Título da Pesquisa: Preferência do consumidor do Município de Uberlândia MG em relação a produtos cárneos de fabricação artesanal e industrializados.

Pesquisador: ELISA NORBERTO FERREIRA SANTOS

Área Temática:

Versão: 2

CAAE: 74505523.3.0000.5154

Instituição Proponente: INSTITUTO FEDERAL DE EDUCACAO, CIENCIA E TECNOLOGIA DO

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 6.529.494

Apresentação do Projeto:

O projeto está sendo reapresentado com o objetivo de atender pendência(s) apontada(s) no parecer nº 6.437.554.

As informações elencadas nos campos "Apresentação do Projeto", "Objetivo da Pesquisa" e "Avaliação dos Riscos e Benefícios" foram retiradas do arquivo Informações Básicas da Pesquisa (PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_2220702.pdf, de 31/10/2023) e do Projeto Detalhado (Projeto_Brochura_Bruno.docx, de 30/10/2023).

Segundo os pesquisadores:

"INTRODUÇÃO: A criação e o abate de animais para o consumo são umas das principais atividades econômicas no Brasil. Conforme a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), a definição de carnes engloba os tecidos comestíveis dos animais, como músculos e vísceras, as quais podem ser processados ou comercializadas in natura (BRASIL 2005; WOJCICHOSKI; GUERIN; SALVAGNI, 2021).

O Brasil é considerado um dos maiores produtores de proteína animal ocupando a terceira posição mundial no mercado internacional, e um dos maiores exportadores de carne no mundo chegando a ocupar a segunda colocação na exportação de carnes bovinas, de aves e suínas no ano de 2020 (EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA - EMBRAPA, 2022a).

Sendo destaque na fabricação de produtos cárneos, reconhecimento obtido graças às modernas

Endereço: Av. Getúlio Guaritá, nº 159, Casa das Comissões

Bairro: Abadia

CEP: 38.025-440

UF: MG

Município: UBERABA

Telefone: (34)3700-6803

E-mail: cep@uftm.edu.br



UNIVERSIDADE FEDERAL DO
TRIÂNGULO MINEIRO - UFTM



Continuação do Parecer: 6.529.494

técnicas de produção, garantia de qualidade de produtos e investimentos em pesquisas e estudos, possibilitando ao país, ser um dos maiores fornecedores mundiais de proteína animal (ARANDA et al., 2017).

Segundo a Resolução SES/MG 7123/2020, os produtos cárneos manipulados/fabricados em açougue são considerados de transformação artesanal e tem validade de apenas 24 horas, como por exemplo almôndega; carnes temperadas; carnes recheadas; frango a passarinho dentre outros. São considerados artesanais por não utilizarem aditivos ou substâncias que tenham por objetivo aumentar o tempo de comercialização.

Em contrapartida, os alimentos industrializados têm validade maior e são produzidos em indústrias. São definidos como aqueles produtos modificados, pré-prontos ou prontos para o consumo, onde em sua elaboração são utilizadas substâncias extraídas de alimentos, como: açúcares, óleos e gorduras, seus derivados constituintes (gorduras hidrogenadas e amido modificado) ou ainda sintetizados em laboratórios (corantes, aromatizantes, conservantes e outros aditivos) (NEVES SANTOS et. al, 2020).

Segundo Oshiiwa et al. (2017), as carnes são vistas pelos consumidores como alimentos nobres, de qualidade e que atendem às suas necessidades nutricionais, principalmente os que se preocupam em buscar maior expectativa de vida, com mais saúde.

Moreira et al. (2017) realça que devido à grande importância da carne na alimentação humana, é fundamental conhecer o perfil do consumidor para compreender seu comportamento na decisão de compra. O processo decisório da compra da carne é composto por diversos fatores, como: riscos de malefícios à saúde, de transmissão de doenças, condições de processamento do alimento, saúde animal, embalagem a vácuo, aspectos visuais e de apresentação do produto, referência de origem e formadores de opinião (BARCELLOS, 2002, TEIXEIRA, 2021). Diferentes autores vêm realizando pesquisas para tentar entender os motivos do consumidor optar por certo tipo de alimento no momento da compra (PESSOA et al., 2020). De acordo com Santos (2016) os hábitos alimentares da população sofreram alterações motivadas, especialmente, pelos processos de urbanização, industrialização, profissionalização das mulheres e diminuição do tempo disponível para a preparação de alimentos e/ou para seu consumo, o que contribuiu para o surgimento de produtos industrializados ou preparados fora do domicílio.

O consumidor adquire determinado produto ou serviço, de acordo com suas necessidades diárias e preferências. Sendo assim toda empresa deve buscar compreender as necessidades dos clientes, para que possam atender suas necessidades e expectativas. Diante disso é importante que seja

Endereço: Av. Getúlio Guaritá, nº 159, Casa das Comissões

Bairro: Abadia

CEP: 38.025-440

UF: MG

Município: UBERABA

Telefone: (34)3700-6803

E-mail: cep@uftm.edu.br



UNIVERSIDADE FEDERAL DO
TRIÂNGULO MINEIRO - UFTM



Continuação do Parecer: 6.529.494

conhecido o perfil do consumidor, sendo necessária uma investigação sobre os fatores que influenciam o comportamento do consumidor na hora da compra (SCHNEIDER et al., 2018).

Entender os consumidores e as tendências de consumo permite o planejamento e organização de um crescimento estruturado com sustentabilidade e, em pensamento oposto, impedir que matérias-primas, insumos e energia sejam gastos de maneira desnecessária (HORVAT et al., 2019).

Brown et al (2018) enfoca que em relação a um produto ou a um serviço colocados à disposição do consumidor, deve-se levar em conta o conhecimento do comportamento humano para levá-lo a uma motivação de compra. Saber como pensa o consumidor e sua frequência de uso de um produto, assim como o uso e os hábitos de compra em relação ao local e a satisfação do produto adquirido é de grande relevância para se estudar o mercado (FARM, 2017).

Mediante isso, o objetivo desse estudo será avaliar a preferência do consumidor sobre produtos de carnes manipulados/transformados em açougue ou industrializados no município de Uberlândia - MG, identificando os principais produtos carnes consumidos em açougues locais e a preferência entre produtos manipulados/transformados ou produtos industrializados, bem como a frequência de consumo. Proporcionando assim subsídios para traçar estratégias para futuras ações que poderão ser desenvolvidas para novos produtos e para o mercado varejista."

"MÉTODO(S) A SER(EM) UTILIZADO(S): Será realizada a pesquisa de levantamento, que segundo Babetta (2008), consiste na coleta de dados, por entrevistas ou questionários projetados para esse fim e é indicada quando se deseja responder questões que expressem opiniões, costumes ou características de uma determinada população. A amostra estimada, com erro amostral de 5% e 95% de confiança, será de no mínimo 400 consumidores.

O questionário será elaborado a partir da plataforma Google Forms https://docs.google.com/forms/d/18Zm4_riFUd1RcY6n0I3WTMI2hJmj5GsZgdcMk9Syok4/edit e será divulgado por email. Também será impresso (está em anexo) e aplicado presencialmente em açougues e supermercados. Se ele tiver interesse no convite, será apresentado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) para aceite ou não do participante. Os participantes que aceitarem o TCLE poderão iniciar a pesquisa.

O questionário terá 23 perguntas, sendo 2 sobre o aceite do convite e do TCLE, e as 21 restantes serão questões relativas as informações socioeconômicas e referentes aos hábitos de consumo de produtos manipulados em açougues e ou industrializados.

Os dados obtidos nos questionários serão tabulados e submetidos à análise estatística descritiva

Endereço: Av. Getúlio Guaritá, nº 159, Casa das Comissões

Bairro: Abadia

CEP: 38.025-440

UF: MG

Município: UBERABA

Telefone: (34)3700-6803

E-mail: cep@uftm.edu.br



UNIVERSIDADE FEDERAL DO
TRIÂNGULO MINEIRO - UFTM



Continuação do Parecer: 6.529.494

sob a forma de distribuição de frequência e apresentados em gráficos e/ou tabelas para melhor interpretação dos resultados percentuais das respostas obtidas."

"CRITÉRIOS DE INCLUSÃO E EXCLUSÃO DOS PARTICIPANTES: Os participantes serão moradores de Uberlândia, adultos (idade superior a 18 anos), de ambos os sexos, alfabetizados e que sejam consumidores de carne.

Serão excluídos participantes menores de 18 anos e/ou não alfabetizados e/ou que não consumam nenhum tipo de carne."

Objetivo da Pesquisa:

Segundo os pesquisadores:

"O objetivo geral do presente estudo será avaliar a preferência do consumidor sobre produtos cárneos manipulados em açougue ou industrializados no município de Uberlândia - MG."

"Os objetivos específicos serão:

1. Identificar os principais produtos carnes;
2. Determinar a frequência de consumo dos produtos cárneos;
3. Identificar o local de compra;
4. Identificar se a preferência é por produto artesanal ou industrial."

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Segundo os pesquisadores:

"São previstos riscos de perda de confidencialidade. Para prevenir os riscos de confidencialidade, os dados coletados durante a pesquisa serão confidenciais e terão acesso aos documentos somente os pesquisadores. As informações obtidas serão utilizadas única e exclusivamente para execução do presente projeto e para divulgação em eventos ou publicações, garantindo-se sempre o anonimato dos participantes. Os dados coletados serão mantidos sob responsabilidade dos pesquisadores por um período de 5 anos, sendo que após este período, serão destruídos.

Endereço: Av. Getúlio Guaritá, nº 159, Casa das Comissões

Bairro: Abadia

CEP: 38.025-440

UF: MG

Município: UBERABA

Telefone: (34)3700-6803

E-mail: cep@uftm.edu.br



UNIVERSIDADE FEDERAL DO
TRIÂNGULO MINEIRO - UFTM



Continuação do Parecer: 6.529.494

Os participantes terão como benefícios o conhecimento de todos os resultados do trabalho que poderão ser publicados em revistas ou congressos, na forma de artigo."

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Trata-se de retorno de parecer anterior (6.437.554), em que os pesquisadores atenderam todas as solicitações do CEP-UFTM.

Os pesquisadores propõem realizar uma pesquisa de levantamento, que segundo Babetta (2008), consiste na coleta de dados, por entrevistas ou questionários projetados para esse fim e é indicada quando se deseja responder questões que expressem opiniões, costumes ou características de uma determinada população. A temática consiste na preferência do consumidor do Município de Uberlândia MG em relação a produtos cárneos de fabricação artesanal e industrializados. Os participantes serão moradores de Uberlândia, adultos (idade superior a 18 anos), de ambos os sexos, alfabetizados e que sejam consumidores de carne. Serão realizados: questionários via Google Forms.

Equipe de pesquisadores vinculada na Plataforma Brasil:

Elisa Norberto Ferreira Santos (Graduação em Matemática; Doutora em Estatística e Experimentação; Docente da IFTM-Campus Uberaba);

Bruno Espindula Rosa De Moraes (Mestranda do curso de Mestrado em Ciência e Tecnologia de Alimentos; Especialização em Produção de Ruminantes, Graduação em Medicina Veterinária).

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Termos de apresentação obrigatória adequados.

Recomendações:

Não há.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

De acordo com as atribuições definidas na Resolução CNS 466/12 ou CNS 510/16 e Norma Operacional 001/2013, o Colegiado do CEP-UFTM manifesta-se pela aprovação do protocolo de pesquisa proposto.

O CEP-UFTM informa que de acordo com as orientações da CONEP, o pesquisador deve notificar na página da Plataforma Brasil, o início do projeto. A partir desta data de aprovação, é necessário o

Endereço: Av. Getúlio Guaritá, nº 159, Casa das Comissões

Bairro: Abadia

CEP: 38.025-440

UF: MG

Município: UBERABA

Telefone: (34)3700-6803

E-mail: cep@uftm.edu.br



Continuação do Parecer: 6.529.494

envio de relatórios parciais (semestrais), assim como também é obrigatória, a apresentação do relatório final, quando do término do estudo.

Considerações Finais a critério do CEP:

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_2220702.pdf	31/10/2023 13:15:14		Aceito
Outros	Questionario.pdf	31/10/2023 13:14:55	ELISA NORBERTO FERREIRA SANTOS	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_Brochura_Bruno.docx	30/10/2023 09:57:56	ELISA NORBERTO FERREIRA SANTOS	Aceito
Folha de Rosto	folhaDeRosto.pdf	26/09/2023 15:51:40	ELISA NORBERTO FERREIRA SANTOS	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_Bruno.docx	26/09/2023 14:10:18	ELISA NORBERTO FERREIRA SANTOS	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

UBERABA, 24 de Novembro de 2023

Assinado por:

Alessandra Cavalcanti de Albuquerque e Souza
(Coordenador(a))

Endereço: Av. Getúlio Guaritá, nº 159, Casa das Comissões

Bairro: Abadia

CEP: 38.025-440

UF: MG

Município: UBERABA

Telefone: (34)3700-6803

E-mail: cep@uftm.edu.br