PERFIL DEL CONSUMIDOR DE CARNE DE CERDOS EN CAMPINAS - BRASIL

Lugnani, C., Felicio, P. E. y Silveira, E.T. F.
Departamento de Tecnología de los Alimentos, Facultad de Ingeniería de Alimentos, Cidade Universitária Zeferino Vaz, Campinas, Brasil. carolinalugnani@gmail.com

INTRODUCCIÓN

En todo el mundo, el consumo per cápita de carne de cerdo llega a 16kg/año, y supera el consumo de carne de pollo y la carne de vacuno. Sin embargo, el consumo per cápita de carne de cerdo en el Brasil en los últimos años fue de alrededor 14kg/año, aunque Brasil es el cuarto mayor productor y cuarto mayor exportador de carne de cerdo en el mundo (FAO, 2007). El consumo brasileño es pequeño debido a la fuerte expansión de las exportaciones y también debido al aumento de oferta de carne substitutas a precios más atractivos para los consumidores. Mientras que los países con altas tasas de IDH consumen medias de más de 40kg/año – la media europea es de 45kg/año – esta es la mayoría de las proteínas animales consumidas en el mundo – en 2007 del 39,9% de las ventas mundiales de proteínas de origen animal (FAO, 2007).
La producción industrial de cerdos en los últimos tres años aumentó en 19,8% de 26,4 millones de cabezas a finales de 2004 a 31,8 millones de cabezas en 2007. Las exportaciones, después del record de 2005 y el declive de 2006 debido al resurgimiento de la fiebre aftosa, volvieron a batir la marca de 600 mil toneladas de 2007. Según Abipecs (2007) recientemente, las exportaciones brasileñas se mantuvieron en el 20% de la producción total, la excepción fue 2005 cuando representó un 23,0% de toda la producción. Los principales países importadores siguen siendo Rusia, Hong Kong y Ucrania. La encuesta pretende entrevistar varias personas y evaluar la frecuencia con que consumen carne de cerdo.

MATERIAL Y MÉTODOS

Se realizó un análisis de perfil del consumo de carne de cerdos con 135 personas. La entrevista fue individual y fueron preguntadas algunas características que están en la Figura 1. El estudio fue desarrollado en un gran supermercado en Campinas, una ciudad situada en el estado de São Paulo – Brasil, con personas procedentes de esta ciudad.

Ficha: p*erfil del consumidor de carne de cerdo* "in natura"
Consumidor indicar con **x** las alternativas abajo:
Género: (__) Hombre / (__) Mujer
Idad: (__) ≤ 25 años / (__) 26 - 40 años / (__) 41 - 55 años / (__) ≥ 56 años
Clase social: (__) A2 / (__) B1 / (__) B2 / (__) C / (__) D
Conocimiento: (__) Primario incompleto / (__) Primário completo / (__) Ginasial completo
(__) Colegial completo / (__) Universitario completo
Frecuencia de el consumo de carne de cerdo::
(__) Todo el dia / (__) Una vez a la semana / (__) Una vez cada quinze días
(__) Una vez al mês / (__) Una vez cada dos meses / (__) Una vez cada seis meses

Figura 1*. Ficha para descripción el perfil de los consumidores de carne de cerdo "in natura"*

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados se presentan en las Tablas 1 y 2. En la Tabla 1 se muestra la descripción de los encuestados. La investigación se llevó con más hombres que mujeres. Y la gran mayoría de los encuestados fueron de 41 a 55 años. Ségun la clase social, la mayoría son de la clase C, y considera un poco baja para los estándares. Y de acuerdo a la escuela, las personas que tienen colegial completo son la mayoría y a continuación tenemos los universitarios.

Tabla 1. *Descripción de los encuestados por sexo, edad, clase social y conocimiento.*

	(n)	(%)		(n)	(%)
Género			Edad		
Hombres	78	57,8	≤ 25 años	26	19,3
			26 - 40 años	41	30,4
Mujeres	57	42,2	41 - 55 años	47	34,8
			≥ 56 años	21	15,6
Clase Social			Conocimiento		
A2	05	3,70	Primario incompleto	06	4,40
B1	24	17,8	Primario completo	16	11,9
B2	40	29,6	Medio completo	27	20,0
C	61	45,2	Colegial completo	52	38,5
D	05	3,70	Universitario completo	34	25,2

En la Tabla 2 se muestra la frecuencia de consumo de los encuestados. La mayoría consumen carne de cerdo fresco una vez a la semana, y el segundo es el consumo una vez cada 15 días, seguido de una vez al mes.

Tabla 2. *Frecuencia general de consumo de carne de cerdos de los 135 encuestados.*

	(n)	(%)
Todos los días	18	13,3
Una vez a la semana	61	45,2
Una vez cada quince días	23	17,0
Una vez al mes	22	16,3
Una vez cada dos meses	05	3,70
Una vez cada seis meses	06	4,40

El consumo interno de carne de cerdo en Brasil todavía tiene una demanda baja en relación a los otros países. Esto se debe a varios factores: la falta de productos apropiados y prácticos, los prejuicios y la falta de una adecuada campaña de información y difusión. La falta de información, es decir, el consumidor todavía ve el cerdo que se esta criando en condiciones de falta de higiene y cree que la carne tiene mucha grasa y hace daño a la salud. Otro hecho es que el producto que se presenta en la tienda no responde a las expectativas de los consumidores, ya sea por formato, por el volumen, la falta de practicidad y conveniencia.

En la Figura 2 (a) que representa la relación de edad y la frecuencia del consumo, puede observarse que la personas de edades mayores consumen más carne de cerdo fresca en relación a los jóvenes, porque antiguamente se consumía mucha carne de cerdo más específicamente de subsistencia. En la Figura 2 (b) se representa la clase social en comparación con la frecuencia e las personas que tienen una clase superior (A2, B1) consumen más carne de cerdo, debido al precio de mercado interno y disponer de más información sobre el manejo actual de los cerdos. Y, por último, la Figura 2 (c) representa la proporción de hombres y mujeres con la frecuencia. Con los datos presentados en el cuadro 2, la mayoría consumen la carne de cerdo una vez por semana y de este 45,2% la mayoría son hombres.

En este caso la razón por la cual las mujeres optan por otros tipos de carne es que la mayoría cree que la carne de cerdo sigue siendo grasa y es perjudicial para la salud. El reto es aumentar el consumo de carne in natura en Brasil como, el aumento de la información y la sensibilización acerca de la carne que es criticada por ser demasiado grasa, que transmite enfermedades que causan el cambio en la percepción del consumidor el producto.

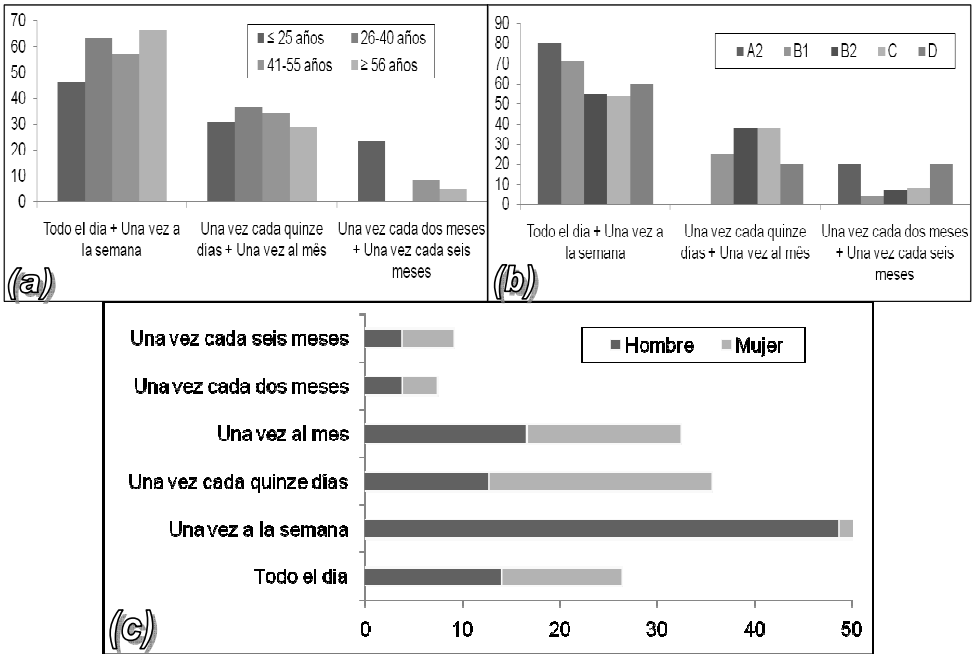


Figura 2. *Frecuencia (%) de consumo de carne de cerdo en relación a la edad (a), clase social (b) e sexo (c).*

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

•FAO. Food and Agriculture Organization of the United Nations. FAOSTAT FAO Statistical Database. http://apps.fao.org, 2007. •ABIPECS. Associação Brasileira Ind Prod Exp de Carne Suína. http://www.abipecs.org.br, 2007.

Agradecimientos: A los consumidores participantes en el estudio. El supermercado donde se realizó el estudio y la Capes por la beca de maestría.

PROFILE OF THE CONSUMER OF MEAT PORK IN CAMPINAS - BRAZIL

ABSTRACT. Worldwide, per capita consumption of pork reaches 16kg/year, and exceeds the consumption of chicken meat and beef. But the per capita consumption of pork in Brazil in the last two years was about 14kg/year, even Brazil is the fourth largest producer and fourth largest exporter of pork in the world. The survey aimed to interview a number of people and evaluate how frequently they consume pork during the year. the majority of respondents to consume fresh pork once a week, and second is the consumption once every 15 days followed by once a month. This is due to several factors: lack of appropriate and practical products, the existing bias and the lack of an information campaign and appropriate dissemination. The lack of information, ie, the consumer still see the pig being reared in conditions of poor hygiene and believes that the meat is fatty and do harm to health. Another fact is that the product is presented to the retailer does not meet the expectations of consumers, either by format, by volume, lack of practicality and convenience.

Keywords: *consumer, meat pork, frequency of consumption.*