



**Raquel Pontes Almeida**

Bacharel em Administração de Empresas

## **Consumo de enchidos portugueses no Ceará – Brasil: avaliação da aceitação, familiarização e disponibilidade**

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre

em Ciências Gastronómicas

Orientador: Prof. Doutora Maria Paulina Estorninho Neves da  
Mata, Professora Auxiliar, Faculdade de Ciências e Tecnologia  
(UNL)

Co-orientador: Prof. Doutor Paulo Henrique Machado de  
Sousa, Professor Associado, Universidade Federal do Ceará  
(UFC)

Júri:

Presidente: Prof. Doutora Ana Lourenço, Professora Auxiliar,  
Faculdade de Ciências e Tecnologia (UNL)

Arguente(s): Prof. Doutora Ana Luísa Fernando, Professora  
Auxiliar, Faculdade de Ciências e Tecnologia (UNL)

Vogal(ais): Prof. Doutora Maria Paulina Estorninho Neves da  
Mata, Professora Auxiliar, Faculdade de Ciências e Tecnologia  
(UNL)



**Raquel Pontes Almeida**

Bacharel em Administração de Empresas

**Consumo de enchidos portugueses no  
Ceará – Brasil: avaliação da aceitação,  
familiarização e disponibilidade**

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre  
em Ciências Gastronómicas

Orientador: Prof. Doutora Maria Paulina Estorninho Neves da  
Mata, Professora Auxiliar, Faculdade de Ciências e Tecnologia  
(UNL)

Co-orientador: Prof. Doutor Paulo Henrique Machado de  
Sousa, Professor Associado, Universidade Federal do Ceará  
(UFC)



FACULDADE DE  
CIÊNCIAS E TECNOLOGIA  
UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA

**Setembro, 2018**

**Consumo de enchidos portugueses no Ceará – Brasil: avaliação da aceitação, familiarização e disponibilidade**

Copyright © Raquel Pontes Almeida, Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Nova de Lisboa.

A Faculdade de Ciências e Tecnologia e a Universidade Nova de Lisboa têm o direito, perpétuo e sem limites geográficos, de arquivar e publicar esta dissertação através de exemplares impressos reproduzidos em papel ou de forma digital, ou por qualquer outro meio conhecido ou que venha a ser inventado, e de a divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição com objetivos educacionais ou de investigação, não comerciais, desde que seja dado crédito ao autor e editor.

## TOCANDO EM FRENTE

*“Ando devagar porque já tive pressa  
E levo esse sorriso porque já chorei demais.  
Hoje me sinto mais forte, mais feliz, quem sabe,  
Só levo a certeza de que muito pouco sei ou nada sei.  
Conhecer as manhas e as manhãs, o sabor das massas e das maçãs.  
É preciso amor pra poder pulsar, é preciso paz pra poder sorrir,  
É preciso a chuva para florir.  
Penso que cumprir a vida seja simplesmente compreender a marcha  
E ir tocando em frente.  
Como um velho boiadeiro levando a boiada, eu vou tocando os dias  
Pela longa estrada, eu vou, estrada eu sou.  
Conhecer as manhas e as manhãs, o sabor das massas e das maçãs.  
É preciso amor pra poder pulsar, é preciso paz pra poder sorrir,  
É preciso a chuva para florir.  
Todo mundo ama um dia, todo mundo chora.  
Um dia a gente chega e no outro, vai embora.  
Cada um de nós compõe a sua história.  
Cada ser em si carrega o dom de ser capaz e ser feliz...”*

Almir Sater

**Dedico este trabalho aos meus amados pais, Antônio e  
Zeíla, por todo amor e dedicação a mim.**



# Agradecimentos

---

Primeiramente, gostaria de agradecer à minha querida e admirável coordenadora, professora e orientadora Paulina, por todo carinho, paciência, atenção, compreensão, ensinamentos e dedicação a mim e a todos os seus alunos, durante esses dois anos de mestrado. Durante esse período mostrou-me que sou capaz de ir mais além do que eu mesma imaginava, abdicando muitas vezes de suas horas de lazer com a família, para me ensinar, orientar e nunca deixou que eu desistisse, sempre me motivando e acreditando na minha capacidade, me apoiando nos momentos mais difíceis da minha vida. Suas palavras de conforto, suas horas exaustivas de trabalho, sua amizade, sabedoria, conhecimento e profissionalismo ensinaram-me o verdadeiro significado de um mestre e serviram-me de incentivo e exemplo, para que eu me tornasse uma profissional melhor, mais competente e a superar todos os meus limites durante todos os dias. Hoje posso afirmar que tive e tenho uma mestre a qual muito admiro. À Paulina, minha gratidão eterna.

À Paulo Sousa pela co-orientação, colaboração, apoio e ajuda com meu projeto de estudo. À minha outra querida coordenadora e professora, Catarina, por seus ensinamentos, apoio, carinho e atenção a mim, durante esta minha trajetória e por contribuir para o meu crescimento profissional e pessoal.

Aos meus professores que contribuíram com seus ensinamentos e amigos que o mestrado me presenteou e que me receberam com tanto carinho e atenção.

Aos meus amigos Ana, Rui, Joana e Vanessa, pela amizade e carinho. Ao Alex, pela amizade, apoio, carinho e ajuda que me destes; Em especial à Joana e Rui, meus amigos fiéis e leais, que nunca me abandonaram, que vou levar para vida toda, que sempre estiveram presentes nesta caminhada, me apoiando, me levantando todas as vezes em que eu caía, me enchendo de amor, carinho e atenção, sempre tão prestativos, com paciência e presentes nos momentos mais difíceis e de solidão. Com vocês, recordei os três “mosqueteiros”, fazendo valer sempre o lema: “Um por todos e todos por um!”. Vocês foram imprescindíveis para que eu chegasse até aqui, sempre torcendo pela minha vitória.

À Teresa Vivas pela contribuição e ajuda com a tese e à Fátima Rebelo pela oportunidade de trabalhar na Manchete, que muito contribuiu para o meu crescimento profissional. Aos meus colegas e amigos da Manchete, que me receberam tão calorosamente e foram sempre tão amáveis e prestativos comigo. Ao meu querido e admirável chefe João Andrade, pelo carinho, apoio, atenção, generosidade, compreensão, paciência e oportunidade, me mostrando o verdadeiro significado de um líder, permitindo que eu estivesse junto à minha família quando mais precisei. Ao meu amigo Afonso, por toda imensa ajuda, carinho, atenção e torcida.

À minha querida tia Dora, pela ideia e incentivo em fazer este mestrado, por todo apoio e carinho e por ter me ajudado a realizar mais este projeto profissional e aos meus tios e primos que torceram pelo meu sucesso.

À um dos meus anjos da guarda, minha querida amiga Grazi, pela sua ajuda, generosidade, apoio, carinho, atenção, responsável por eu ter “um lar” em Portugal.

À minha amiga Betinha, pela sua lealdade, ajuda e apoio. À Marianinha, sempre tão presente, mesmo estando tão longe, mas que nunca me abandonou; Às minhas amigas que tanto amo e que mesmo longe, torcem pelo meu sucesso.

Aos meus irmãos, que tanto amo, que sempre me deram suporte, me protegeram e me apoiaram em tudo, torcendo para a minha felicidade e ao meu cunhado, pelo apoio.

Em especial, aos maiores responsáveis por eu chegar até aqui, ao meu pai e minha mãe, por todo o sacrifício que fazem e que fizeram todos os dias da minha vida, para que eu sempre tivesse o melhor e me tornasse uma pessoa do bem; para que eu tivesse um bom futuro e por todos os ensinamentos e valores que me passaram; por todo amor e por sempre acreditarem em mim; por todas as vezes em que me apoiaram e permitiram que eu crescesse; por todas as oportunidades que me deram, sempre torcendo para que eu seja feliz. Eu nunca teria conseguido ser quem hoje sou, sem o amor e apoio de vocês. Vocês são o que tenho de maior valor, os meus pilares, o meu porto-seguro.

Por fim, à minha maior gratidão ao mais importante de todos, ao meu querido Deus, pelo seu amor incondicional, por todas as portas que me abriu, por todas as vezes que me ajudou quando eu achava que não tinha mais forças, pelo consolo e companhia nos momentos de maior solidão que já tive na vida, por todas as vezes em que me capacitou e alimentou a minha fé, e principalmente, por nunca, mas nunca mesmo, ter deixado eu desistir e me abandonado.

A todos que contribuíram para que eu concluísse mais um projeto de vida, mais um desafio, muito obrigada!

## Resumo

---

Os enchidos (ou, na denominação brasileira, embutidos) são considerados produtos tradicionais em Portugal, onde existe uma grande variedade. Alguns apresentam características sensoriais semelhantes a produtos consumidos no Brasil, já outros, diferem muito daqueles. No entanto, o consumo de enchidos portugueses no Brasil é reduzido.

O objetivo principal do presente trabalho foi uma análise do consumo de enchidos/embutidos portugueses no Ceará - Brasil, sob três vertentes: a aceitação, a familiarização e a disponibilidade no mercado. Como forma de atingir o objetivo do estudo, desenvolveram-se coletas de dados através de pesquisas bibliográficas, questionários para entrevistas, análise sensorial e grupos de foco, o que permitiu caracterizar o cenário atual de consumo de enchidos portugueses na região, detetar possíveis causas que dificultam a evolução da exportação destes produtos, e contribuiu ainda para detetar oportunidades de mercado.

Foram realizados estudos de análise sensorial através de um Grupo de Foco (15 consumidores, divididos por duas sessões) usando como material quatro amostras diferentes de chouriço, uma de farinheira, uma de morcela e uma de linguiça para assar, todos produtos Continente. Foram ainda realizados Testes de Aceitação e *Check-All-That-Apply* (Marque Tudo Que se Aplique), com um conjunto de 100 provadores locais, usando amostras de 4 chouriços distintos. Constatou-se um grande desconhecimento do produto, mas uma boa aceitação, em particular das amostras com características organolépticas mais aproximadas dos enchidos consumidos na região, como é o caso da amostra 2 de chouriço (Chouriço de Carne Corrente Fumado Regional) e a Linguiça Extra. Outro resultado obtido e que pode ser importante na eventual escolha de produtos a vender neste mercado, está relacionado com a percepção dos atributos que os consumidores consideram ideais e que gostariam que estivessem presentes nas amostras.

Como forma de complementar essas análises e reforçar os resultados, foram aplicados questionários de entrevistas em empresas exportadoras e importadoras de enchidos portugueses, restaurantes de comida portuguesa na cidade de Fortaleza e consumidores da região, estes comprovam a falta de conhecimento existente sobre os enchidos portugueses e a escassa disponibilidade destes produtos no mercado.

**Palavras-chave:** Enchidos; Exportação; Importação; Análise Sensorial;

---



# Abstract

---

Sausages are considered traditional products in Portugal, where there is a great variety. Some sausages have sensory characteristics similar to those of products consumed in Brazil, while others have different characteristics. However, the consumption of Portuguese sausages in Brazil is reduced.

The main objective of the present work was an analysis of the consumption of Portuguese sausages in Ceará - Brazil, under three aspects: acceptance, familiarization and availability in the market. To reach the objective of the study, data collections were developed through bibliographical research, questionnaires for interviews, sensory analysis tests and focus groups, which allowed characterizing the current scenario of consumption of Portuguese sausages in the region, detect possible causes that hinder the evolution of the export of these products, and also contributed to detect market opportunities.

Sensory analysis studies were performed through Focus Group (15 consumers, divided into two sessions) using as a material four different samples of chorizo, one of *farinheira*, one of black pudding and one of sausage for barbecue, all products are sold under the Continente brand. Acceptance and *Check-All-That-Apply*, tests were also performed with a group of 100 local tasters, using samples of 4 different chorizos. A great lack of knowledge of the product was observed, but a good acceptance, in particular of the samples with organoleptic characteristics similar to those of the sausages consumed in the region, as is the case of sample 2 of Chorizo (Chouriço de Carne Corrente Fumado Regional) and the barbecue sausage Linguiça Extra. Another result, which may be important in the eventual choice of products to be sold in this market, is related to the perception of the attributes that consumers consider ideal and that they would like to see in the this products.

As a way of complementing these analyses and reinforcing the results, interview questionnaires were applied to Portuguese sausage exporting companies. Brazilian importing companies, Portuguese food restaurants in the city of Fortaleza - Ceará and consumers in the region, which demonstrate the lack of knowledge about Portuguese sausages and the low availability of these products in the market.

**Keywords:** Sausages; Export; Import; Sensory analysis;

---



# Índice

Agradecimentos .....	iii
Resumo .....	v
Abstract .....	vii
Índice de Figuras .....	xi
Índice de Tabelas .....	xiii
Lista de Símbolos e Abreviaturas .....	xv
1. Introdução e Justificativa .....	1
Objetivo Geral .....	2
Objetivos Específicos.....	2
2. Revisão Bibliográfica.....	3
2.1. Origem.....	3
2.2. Enchidos Portugueses.....	3
2.2.1. Raça do porco.....	5
2.2.2. Processo de Fabricação.....	7
2.3. Mercado Brasileiro.....	12
2.3.1. Consumo de Carnes e Enchidos/Embutidos no Brasil.....	14
2.3.2. Tendências no mercado brasileiro.....	17
2.4. Grupo de Foco, Análise Sensorial (informações gerais e diferentes técnicas) ...	18
3. Materiais e Métodos .....	21
3.1. Materiais utilizados .....	21
3.2. Métodos utilizados.....	24
3.2.1. Feiras.....	24
3.2.2. Grupo de Foco .....	24
3.2.3. Teste de Aceitação Sensorial, Intenção de Compra e <i>Check-All-That-Apply</i> (CATA) 26	
3.2.4. Questionários e Entrevistas .....	28
3.2.5. Análise Estatística dos dados.....	28
4. Resultados e Discussão .....	31
4.1. Grupo de Foco .....	31
4.2. Teste de Aceitação Sensorial, Intenção de Compra e <i>Check-All-That-Apply</i> (CATA).....	40
4.3. Análise CATA.....	43
4.4. Questionários e Entrevistas .....	47
4.4.1. Questionários a Empresas Exportadoras e Importadoras .....	47
4.4.2. Questionários a Restaurantes de Comida Portuguesa em Fortaleza .....	49

4.4.3. Questionários a Consumidores .....	53
4.4.4. Entrevista à Empresa Primor .....	58
5. Conclusão .....	61
6. Bibliografia .....	63
ANEXOS .....	67

# Índice de Figuras

Figura 2.1 Classificação dos Enchidos Tradicionais Portugueses de acordo com a sua área geográfica de produção.....	5
Figura 2.2 Porco da raça Bísaro .....	6
Figura 2.3 Porco da raça Alentejano.....	6
Figura 2.4 Processo de fabricação de chouriça e salpicão de Vinhais.....	7
Figura 2.5 Efeito inibitório de diversas especiarias e ervas sobre determinados microrganismos ...	8
Figura 2.6 Processo de Maturação de enchidos/embutidos portugueses .....	10
Figura 2.7 Processo de Enchimento de enchidos/embutidos portugueses.....	11
Figura 2.8. Representação do consumo de carne suína no Brasil.....	15
Figura 2.9. Gráfico de ranking mundial de produção de carne suína.....	15
Figura 2.10. gráfico de ranking mundial de exportação de carne suína.....	16
Figura 2.11. Gráfico de ranking mundial de importação de carne suína.....	16
Figura 2.12 Resultado do teste <i>check-all-that-apply</i> (CATA). Frequência (%) para cada atributo e amostra avaliada.....	19
Figura 3.1 Grupo de Foco - Sessão 1.....	25
Figura 3.2 grupo de Foco - Sessão 2.....	25
Figura 3.3 Gráficos de sexo e idade dos participantes nos testes de Análise Sensorial.....	27
Figura 3.4 Prato com as quatro amostras de chouriços para análise sensorial.....	27
Figura 4.1. Hábito de consumo de enchidos/embutidos do Grupo 1 e Grupo 2 (Grupo de Foco).....	31
Figura 4.2. Frequência de consumo de enchidos/embutidos do Grupo 1 e Grupo 2.....	32
Figura 4.3 Atributos que levam ao consumo de enchidos/embutidos do Grupo 1.....	32
Figura 4.4 Atributos que levam ao consumo de enchidos/embutidos do Grupo 2.....	32
Figura 4.5 Consumo de enchidos/embutidos portugueses do Grupo 1 e Grupo 2.....	33
Figura 4.6 Frequência de consumo de enchidos/embutidos .....	40
Figura 4.7 Atributos relevantes no consumo de enchidos/embutidos.....	41
Figura 4.8 Consumo de enchidos/embutidos portugueses.....	41
Figura 4.9 Valores médios e resultados dos testes de médias de Tukey ao nível de 5% de probabilidade de amostras de chouriços: 1; 2; 3 e 4.....	42
Figura 4.10 Gráfico de valores médios dos Atributos e Intenção de Compra.....	43
Figura 4.11. Gráfico de Análise de Componentes Principais (ACP) da avaliação CATA para as amostras de chouriços.....	45
Figura 4.12. Associação entre o atributo “Impressão Global” e os termos da Avaliação CATA.....	46
Figura 4.13. Gráficos de Mapa de Preferência Interno das amostras de chouriço 1, 2, 3 e 4.....	47
Figura 4.14 Embutidos portugueses exportados.....	48
Figura 4.15 Países para qual as empresas portuguesas exportam enchidos/embutidos.....	48
Figura 4.16 Atividade de exportação para o Brasil.....	49
Figura 4.17 Gráfico de enchidos/embutidos ofertados em restaurantes de comida portuguesa em Fortaleza.....	50
Figura 4.18 . Proveniência dos enchidos/embutidos ofertados em restaurantes de comida portuguesa em Fortaleza.....	51
Figura 4.19 Facilidade na aquisição dos enchidos/embutidos no mercado de Fortaleza.....	51
Figura 4.20 Fator com maior peso na decisão de compra de enchidos/embutidos portugueses.....	52
Figura 4.21 Aceitação de enchidos/embutidos portugueses em restaurantes de comida portuguesa em Fortaleza.....	52
Figura 4.22 Perfil de consumidores de enchidos/embutidos portugueses nos restaurantes de comida portuguesa em Fortaleza.....	52
Figura 4.23 Consumo de enchidos/embutidos por consumidores do Ceará.....	53
Figura 4.24 Enchidos/embutidos consumidos no Ceará.....	54
Figura 4.25 Conhecimento de enchidos/embutidos portugueses pelos consumidores do Ceará.....	54
Figura 4.26 Conhecimento dos consumidores do Ceará sobre enchidos/embutidos portugueses.....	55

Figura 4.27 Razões para não consumirem ou deixarem de consumir enchidos/embutidos portugueses. ....	55
Figura 4.28 Enchidos/embutidos portugueses mais consumidos. ....	55
Figura 4.29 Gráfico com lugares onde ocorre o consumo enchidos/embutidos portugueses. ....	56
Figura 4.30 Proveniência dos enchidos/embutidos portugueses consumidos. ....	56
Figura 4.31 Grau de dificuldade na aquisição de enchidos/embutidos portugueses nos supermercados ou lojas importadoras. ....	57
Figura 4.32 Atributos considerados importantes na hora da compra/consumo de enchidos/embutidos portugueses. ....	57

# Índice de Tabelas

Tabela 2.1 Descrição das linguiças mais consumidas no Brasil (Governo do Estado de São Paulo, 1970).....	14
Tabela 3.1 Quadro comparativo das características das amostras de chouriços. ....	22
Tabela 3.2. Descrição das características das amostras de farinheira, morcela e linguiça. ....	23
Tabela 3.3 Roteiro elaborado para.....	26
Tabela 4.1. Descrição dos termos sugeridos na Lista Livre pelo Grupo 1 e Grupo 2, agrupados por atributos, relativamente às amostras de chouriços. ....	34
Tabela 4.2. Descrição dos termos sugeridos na Lista Livre pelo Grupo 1 e Grupo 2, agrupados por atributos, relativamente às amostras de farinheira, morcela e linguiça. ....	35
Tabela 4.3. Descrição das sugestões de aplicação na cozinha e/ou consumo das amostras de enchidos portugueses pelo Grupo 1 e Grupo 2. ....	38
Tabela 4.4. Número de seleções dos termos associados aos enchidos/embutidos que caracterizam as amostras avaliadas. ....	39
Tabela 4.5. Resultado do Teste de Cochran Q ao nível de 5% de significância para cada atributo. ....	44



# Lista de Símbolos e Abreviaturas

a.C	Antes de Cristo
AICEP	Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal
ANOVA	Análise de Variância
ANVISA	Agência Nacional de Vigilância Sanitária
APIC	Associação Portuguesa dos Industriais de Carnes
CAH	<i>Cluster Aglomerativa Hierárquica</i>
CATA	<i>Check-All-That-Apply</i> (Marque Tudo Que se Aplique)
CTN	Código Tributário Nacional
DEPEC	Departamento de Pesquisas e Estudos Económicos
DOP	Denominação de Origem Protegida
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICA	Instituto de Cultura e Arte
IGP	Indicação Geográfica Protegida
INCA	Instituto Nacional do Câncer José Alencar Gomes da Silva
INE	Instituto Nacional de Estatística
Mb	Mioglobina
NP	Norma Portuguesa
OMS	Organização Mundial de Saúde
PIB	Produto Interno Bruto
PCA	Análise dos Componentes Principais
SEF	Serviço de Estrangeiros e Fronteiras
SISCOMEX	Sistema Integrado de Comércio Exterior



# 1. Introdução e Justificativa

Os enchidos são considerados alimentos universais e versáteis, atendem a todas as classes sociais, e a todos os gostos dos mais básicos aos mais sofisticados e exigentes. Hoje, são consumidos, sobretudo, pelas suas características organolépticas e pelo hábito, ao contrário de antigamente, em que constituíam uma forma de conservação do alimento, sendo esta a razão que levou ao seu desenvolvimento. Podem ser consumidos de uma variedade de formas, por si só ou acompanhados, ou incluídos em pratos, enriquecendo a gastronomia.

Segundo o Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo 2017 do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF) em Portugal, a principal comunidade estrangeira residente em Portugal é a brasileira, com 85.426 cidadãos, tendo um crescimento de 64%. Considerando o grande interesse dos brasileiros por Portugal, não só para residir, mas também como lugar escolhido para passeio ou passar as férias em busca de várias experiências, dentre elas, a gastronómica, e ainda a influência da cozinha portuguesa em vários aspetos da cozinha brasileira, decidiu-se analisar o grau de conhecimento, aceitação, consumo e a disponibilidade de enchidos portugueses, um produto tradicional português, na região nordeste do Brasil, voltada para o turismo e com uma gastronomia bastante diversificada. O estudo foi realizado tanto no mercado português como no mercado brasileiro. No Brasil, a região escolhida o Estado do Ceará, tendo sido centrado essencialmente na sua capital - Fortaleza. A escolha de Fortaleza está associada ao fato de, além desta ser a 5ª maior capital do Brasil e a cidade mais próxima da Europa, estando a aproximadamente 5.608 km ou 7 horas de voo de Lisboa, Esta cidade litorânea, e a região em que se situa, rica em praias e opções de entretenimento, é muito procurada pelo turismo, representando este, em 2017, 25% do seu Produto Interno Bruto (PIB), e prevendo-se que este valor chegue a cerca de 33% em 2018. Outro fator considerado foi o número de portugueses que procuram a cidade não só para turismo, mas para morar, sendo estes, aproximadamente 3.798 dos 674.309 portugueses vivendo no Brasil (Diário de Notícias, 2017).

Pelo fato do Ceará proporcionar três ambientes diferentes representados pelo sertão, litoral e serra, o Estado contribui para um diferencial na oferta de produtos turísticos o qual inclui - se a gastronomia cearense (Saraiva, 2002).

De acordo com o IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, a população de Fortaleza está estimada em 2.643.247 pessoas, numa área de 313,140 km<sup>2</sup>. O clima da cidade é definido como tropical semi-úmido, com temperatura média anual de 26°C. (IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2018).

Finalmente, uma outra razão para a escolha desta região, foi a maior facilidade de recolha de dados por ser o Estado de origem da autora.

Para mensurar e qualificar a aceitação, a familiarização e a disponibilidade de enchidos portugueses no mercado cearense, proporcionado através da exportação/importação do produto, recorreu-se a um grupo de foco e a um estudo de análise sensorial aplicada com 7 amostras de enchidos portugueses, dentre estes, quatro amostras de chouriço, por este ser considerado o enchido mais próximo do que se é habitualmente consumido no Brasil. Recorreu-se ainda a

questionários de entrevistas aplicados a profissionais do segmento de gastronomia, consumidores cearenses, restaurantes especializados em cozinha portuguesa na região, empresas exportadoras e importadoras de enchidos portugueses. Apresentam-se em seguida, de forma mais detalhada, os objetivos gerais e específicos do trabalho descrito nesta dissertação.

### Objetivo Geral

O objetivo deste estudo é avaliar a aceitação, a familiaridade, o consumo e a disponibilidade de enchidos/embutidos portugueses na região onde se situa a cidade de Fortaleza podendo constituir uma contribuição para ampliar a oferta e sua diversidade na região.

### Objetivos Específicos

- Avaliar o padrão de consumo atual de enchidos/embutidos no Ceará, e em particular na região de Fortaleza, seja para comer ou cozinhar;
- Determinar a familiarização de consumidores domésticos e profissionais com os enchidos/embutidos portugueses, a sua aceitação, seus usos potenciais e quais se adaptam melhor ao gosto e tipo de cozinha dos habitantes do Ceará;
- Verificar a disponibilidade de enchidos/embutidos portugueses no mercado do Ceará, e em particular da região de Fortaleza e sua procedência;
- Identificar os consumidores de enchidos/embutidos portugueses na região de Fortaleza;
- Identificar empresas que exportam enchidos/embutidos portugueses para o Brasil, quais são os enchidos/embutidos que exportam e quais dificuldades que encontram para exportar;
- Averiguar que empresas importam enchidos/embutidos portugueses e sua proveniência e dificuldades na importação.
- Identificar se há oportunidade de mercado de enchidos/embutidos portugueses no Ceará e em particular na região da cidade de Fortaleza.

## 2. Revisão Bibliográfica

### 2.1. Origem

Os enchidos são usados em muitas regiões do planeta, tendo sido inicialmente desenvolvidos como uma forma de conservar a carne. Na ausência de sistemas de frio, e em épocas em que a disponibilidade de carne era menor, o sal e o fumo funcionaram como conservantes, permitindo ainda a obtenção de produtos com características organolépticas agradáveis. Estes produtos de transformação obtidos pela mistura de carnes picadas ou moídas e gordura, tirados sob o lombo do porco, mais precisamente, e outros ingredientes, são introduzidos em tripa e bem apertados, para não se separarem (McGee, 2014).

A linguiça, uma das formas mais antigas de carne processada, já no século IX a.C. havia sido mencionada na “Odisseia” de Homero. Também da Roma Antiga, há registos da produção de enchidos, onde se cortavam as carnes em pedaços, misturavam-nas com gordura e especiarias, embutindo-as na tripa do animal, de forma a conservar a carne por mais tempo, evitando o desperdício e constituindo ainda um meio de obter dinheiro (“Breve história do Enchido,” n.d.).

Considerada como importante componente da dieta das populações rurais, a salsicharia em Portugal surgiu de uma contribuição dos Celtas, procedentes da Gália, no século VI a.C., que permaneceram em território português (Gomes, 2017). Com estes, vieram o porcos, importante ingrediente na culinária portuguesa, dos quais se utilizavam os lombos, os pernis para a produção de presuntos, sangue, tripas e carnes para o preparo de enchidos como o chouriço e outros produtos derivados do porco (Costa, 2011).

O consumo de carne de animais não ruminantes, ou seja, monogástricos, era proibido pela Bíblia no Antigo Médio Oriente, incluindo-se assim o porco, também considerado impuro por judeus e muçulmanos. Por esta razão, o porco foi banido da dieta alentejana com as invasões islâmicas, mas com a expulsão dos mouros e a reconquista cristã, não só voltou a integrar a gastronomia alentejana, como a suinicultura se tornou uma importante atividade económica para a região (Carvalho, 2010). Não só para a produção de enchidos, como também para todas as carnes curadas, como é o caso do presunto (Patarata, Saraiva, & Martins, 1998).

*“A carne de porco é sem dúvida, com o pão, o alimento mais importante da população alentejana (Modesto, 2015)”.*

### 2.2. Enchidos Portugueses

A Norma Portuguesa (NP 588, 2008), define enchidos como produtos curados cuja característica principal é a de estarem contidos em tripas comestíveis, natural ou não, podendo estes serem curados ou não. Tal norma descreve como enchidos curados os que passam pela

fumagem, processo predominante no seu fabrico, de tal forma que esta confere ao produto cor e “flavour” característicos. Os enchidos em que a fumagem está ausente ou não é processo predominante, classificam-se como enchidos não fumados.

O mercado de enchidos em Portugal é formado por uma diversidade de produtos ofertados (Almeida, 2009), sendo os usados no presente estudo assim caracterizados:

- Chouriço de carne – trata-se de um enchido fumado e/ou curado de calibre estreito e de formato variável constituído por carne de suíno e gordura rija de suíno, em fragmentos macroscopicamente visíveis, adicionados de condimentos e aditivos (NP 589, 2008).
- Farinheira – enchido curado pelo fumo, granuloso, produzido com gordura de porco (no mínimo 45% da massa total dos ingredientes adicionados), com adição de farinha de trigo, condimentos tradicionais e aditivos, sendo frescas ou tratadas pelo frio (NP 597, 2009).
- Morcela - enchido tratado por escaldão e/ou fumo, produzido com gorduras de porco macias e picadas, finamente fragmentadas, com adição de sangue de porco, condimentos e aditivos (NP 593, 2009).
- Linguença - enchido fumado, preparado exclusivamente com carne e gordura de porco picadas, acrescidas de condimentos e aditivos em sua composição (NP 590, 2009).

A designação de Linguença é, contudo, controversa, para a engenheira agrónoma Ana Soeiro (2017), especialista em qualificar produtos tradicionais portugueses, a definição de Linguença muitas vezes se assemelha à de Chouriço ou Chouriça, não somente pela forma, mas também pelos ingredientes. Esta acrescenta ainda que os enchidos se diferenciam de região para região. Ana Soeiro destaca que na região Norte, no fabrico de linguenças/chouriços tradicionais, não é adicionado em seus ingredientes o pimentão doce. Já nos nalguns enchidos transmontanos, há adição de carne de vaca nas linguenças/chouriços. Segundo Maria de Lourdes Modesto (2015), no Alentejo dá-se o nome de linguença aos chouriços de carne, em oposição aos de sangue, que nesta região se designam simplesmente chouriços.

A produção artesanal de enchidos em Portugal diminuiu a partir dos anos sessenta do século XX, com o êxodo rural para a cidade ou estrangeiro. Foram então desenvolvidas estratégias utilizadas para proteger os produtos regionais ligados às suas origens geográficas, através das certificações Denominação de Origem Protegida (DOP) e Indicação Geográfica Protegida (IGP), assegurando a rastreabilidade do produto (Soeiro, 1998).

Um artigo publicado no *Journal of Ethnic Foods* (2016) sobre enchidos portugueses tradicionais, aponta que os tipos mais comuns de enchidos portugueses são os que são secos ao ar, preparados com especiarias e com longo período de maturação, diferentemente dos países da Europa Central, cuja fermentação é geralmente acompanhada por um processo de defumação ou processo de secagem menos intenso. Mesmo existindo uma grande variedade de enchidos produzidos em Portugal (**Figura 2.1**), sobressaem os fabricados nas regiões Norte, mais

precisamente nos distritos de Bragança e Vila Real, e na região Sul, nos distritos de Beja, Évora, Alentejo e Portalegre (Marcos, Viegas, de Almeida, & Guerra, 2016).

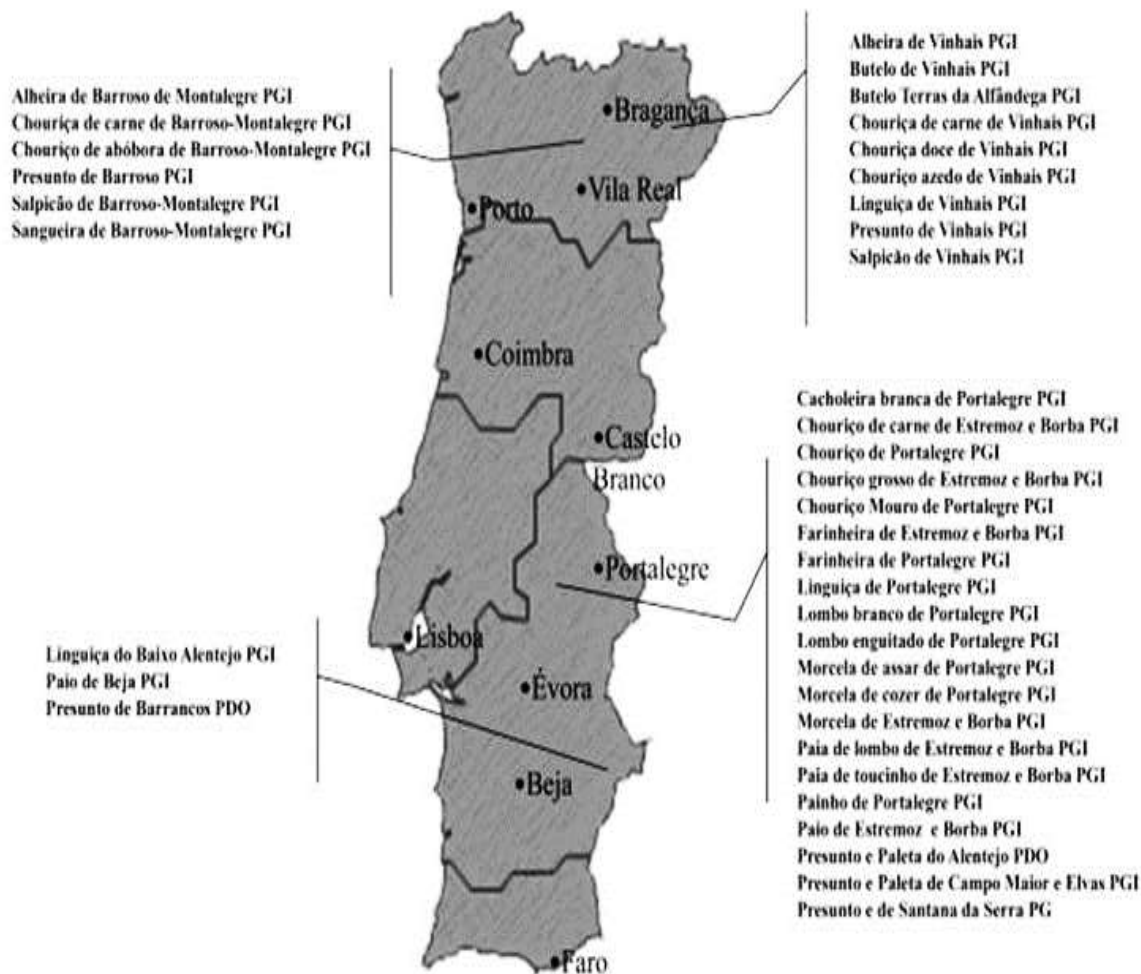


FIGURA 2.1 CLASSIFICAÇÃO DOS ENCHIDOS TRADICIONAIS PORTUGUESES DE ACORDO COM A SUA ÁREA GEOGRÁFICA DE PRODUÇÃO.

Um estudo do INE de 2015 (Inovcluster, 2017), apontou Angola como o principal importador de enchidos portugueses, representando 75% do total das exportações desse setor, ficando o segundo lugar para a Espanha.

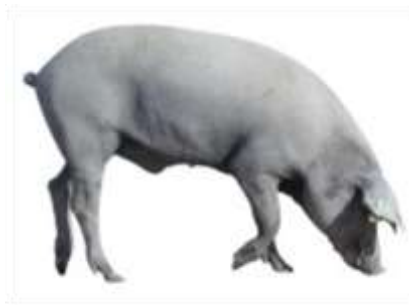
### 2.2.1. Raça do porco

Em Portugal, destacam-se duas raças de porcos que dão origem a alguns enchidos/embutidos portugueses, a raça Bísaro (Figura 2.2), no Norte e Centro do país e a raça Alentejano (Figura 2.3), na região Sul, também conhecido por “porco preto” ou “porco de montado” (Moura, 2016), sendo esta a principal raça da produção de enchidos tradicionais portugueses (Marcos et al., 2016).



Crédito: Bísaro Salsicharia Tradicional

**FIGURA 2.2 PORCO DA RAÇA BÍSARO**



Crédito: AIM CIALA - Centro de Inseminação Artificial do Litoral Alentejano

**FIGURA 2.3 PORCO DA RAÇA ALENTEJANO**

O Centro interpretativo Porco e Fumeiro de Vinhais qualifica a raça Bísaro como uma raça autóctone de Portugal, considerando este como um património biológico, económico e cultural (Centro Interpretativo do Porco e do Fumeiro, 2015). Bísaro é o nome que se dá ao porco esgalgado de orelhas frouxas e, mais ou menos pernalto (Ministério das Obras Públicas, 1873). A alimentação tradicional do porco Bísaro - à base de bolotas, favas e de cevadas ou de quaisquer outros grãos, contribui para que este tenha uma carne superior, succulenta e saborosa.

O porco da raça Alentejana é também considerada autóctone de Portugal, explorada em sistema de regime extensivo, cuja alimentação é a base de produtos agrícolas como cereais, bolota, erva, etc. Todo o processo de acabamento e engorda é realizado no montado. A gordura intramuscular saudável é originada através do repasto de bolotas. Dela originam produtos tradicionais qualificados (DOP's e IGP's) (Centro Interpretativo do Porco e do Fumeiro, 2015).

A raça do porco é o principal agente influenciador na qualidade dos enchidos/embutidos, mas o tratamento do animal, a conservação, a manutenção, a forma como este é criado (se livremente ou em pocilga), sua alimentação, época da matança, se o animal está sujeito a stress e o clima, também são fatores que influenciam diretamente na qualidade (Moura, 2016).

De acordo com a engenheira agrónoma Ana Soeiro (2017), a região define não só a raça, mas diferencia as receitas de enchidos, a forma como são preparados, e até mesmo como são classificados.

## 2.2.2. Processo de Fabricação

Na elaboração dos enchidos/embutidos portugueses são aspetos importantes, e que caracterizam cada tipo de enchido, a seleção da gordura, a miga, o preparo dos temperos e condimentos, a maturação, o enchimento, a atadura, o amadurecimento (através da cura, fumo ou secos ao ar) e/ou tratamento térmico (Incze, 1998). Observe-se o exemplo de uma receita tradicional alentejana de chouriço (chouriço de sangue) no **Anexo 1**, segundo Modesto (2015).

A **Figura 2.4** demonstra o processo de fabricação de chouriça e salpicão de Vinhais, da região Norte de Portugal (Vieira da Silva, Teixeira, Couto, & Hogg, 2003)

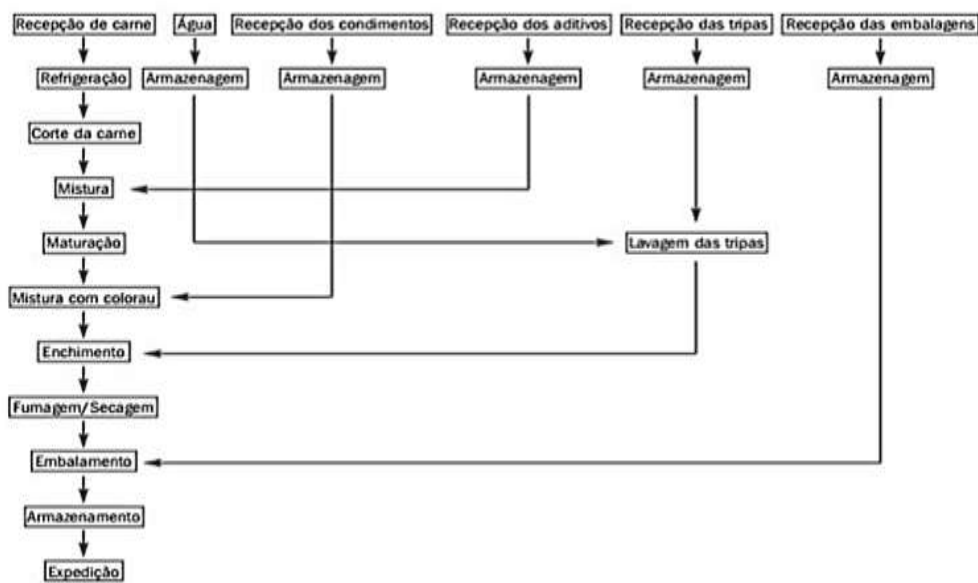


FIGURA 2.4 PROCESSO DE FABRICAÇÃO DE CHOURIÇA E SALPICÃO DE VINHAIS.

### 2.2.2.1. Carnes, Gordura e Tripa

Os enchidos portugueses, em sua maioria, têm como principais ingredientes carne de porco e gordura (com exceção da farinheira e da alheira). As diferenças do porco (mencionadas no capítulo anterior, 2.2.1), a forma como estes são alimentados, tem forte influência no sabor (Marcos et al., 2016).

Nos enchidos nobres como linguiça, chouriço, salpicões, são geralmente usadas a carne magra da perna e as cabeças do lombo. Na região do Alentejo, os lombos inteiros, parte nobre do porco, são separados para a produção dos paios do lombo e paio branco. As vísceras quando picadas, fazem parte do recheio, mas quando inteiras, servem de invólucro (Moura, 2016)

Nesta fase é importante separar as partes que não são incluídas nos enchidos/embutidos, bem como a quantidade de gordura que fará parte, que afeta diretamente na qualidade dos

enchidos/embutidos curados, influenciando no sabor, maciez e suculência, sendo por isso importante a seleção da carne e o corte (Marcos et al., 2016).

### 2.2.2.2. Miga

Nesta fase, as carnes e as gorduras são picadas e reduzidas a fragmentos mais pequenos de acordo com cada tipo de enchido. O grau de redução de tamanho está diretamente relacionado com a eliminação de água (Marcos et al., 2016).

### 2.2.2.3. Tempero

A gordura e o porco, são praticamente os ingredientes principais utilizados na salsicharia tradicional portuguesa, com exceção da alheira e farinheira. As diferentes raças de porcos autóctones proporcionam uma diferença no sabor dos enchidos, de acordo com cada região em que são produzidos (Marcos et al., 2016).

Tradicionalmente, os temperos usados na fabricação dos enchidos são o sal, a pasta de pimento vermelho e alho, cujo papel vai além de fornecer as características organolépticas que contribuem para a tipicidade e identidade do produto. Os ingredientes agem na conservação e inibição de microrganismos e alguns deles, favorecem o crescimento de bactérias lácticas que irão promover a fermentação láctica (Marcos et al., 2016). Verifique-se na **Figura 2.5**, as propriedades inibitórias de algumas ervas e especiarias, segundo Vieira da Silva, et al. (2003).

Especiarias/ervas	Microrganismos
Alho	<i>Salmonella typhimurium</i> , <i>Escherichia coli</i> , <i>Staphylococcus aureus</i> , <i>Bacillus cereus</i> , <i>Bacillus subtilis</i> , micotoxina do <i>Aspergillus</i> , <i>Candida albicans</i>
Cebola	<i>Aspergillus flavus</i> , <i>Aspergillus parasiticus</i>
Canela	micotoxina do <i>Aspergillus</i> , <i>Aspergillus parasiticus</i>
Cravinho	micotoxina do <i>Aspergillus</i>
Mostarda	micotoxina do <i>Aspergillus</i>
Pimenta	micotoxina do <i>Aspergillus</i>
Oregãos	micotoxina do <i>Aspergillus</i> , <i>Salmonella spp.</i> , <i>Vibrio parahaemolyticus</i>
Menta	<i>Bacillus cereus</i> , <i>Staphylococcus aureus</i> , <i>Vibrio parahaemolyticus</i>
Louro	<i>Clostridium botulinum</i>
Salva	<i>Bacillus cereus</i> , <i>Staphylococcus aureus</i> , <i>Vibrio parahaemolyticus</i>
Tomilho	<i>Vibrio parahaemolyticus</i>

FONTE: ADAPTADO DE SNYDER (1997)

**FIGURA 2.5 EFEITO INIBITÓRIO DE DIVERSAS ESPECIARIAS E ERVAS SOBRE DETERMINADOS MICRORGANISMOS**

Entretanto, o uso do vinho e/ou da água, sumo de laranja, especiarias, coloraus, massa de pimentão, e outros ingredientes adicionados, vai depender da região, da aldeia e até mesmo da casa em que este é preparado (Moura, 2016).

António Maria de Oliveira Bello, em *Culinária*, sugere o sumo de laranja na confeção de enchidos da região de Trás-os-Montes, nos meses de Dezembro e Janeiro, tendo este fruto uma

acidez mais concentrada neste período, exercendo a função anti-séptica, proporcionando maior conservação do enchido (Moura, 2016).

Em *Sabores do Ar e do Fogo*, de Fátima Moura (2016), são apresentadas as receitas de enchidos podendo verificar-se a forma como variam de região para região. Na região da Beira, o vinho tem um papel destacado no tempero dos enchidos, podendo este ser tinto maduro ou verde, ou branco verde. Na região do Alentejo, os chouriços de carne e os chouriços pretos que levam sangue, são temperados com sal, alho, massa de pimentão, especiarias e vinho. Já no Minho, os enchidos são preparados quase sempre com cominhos e pimenta vermelha, mas um ingrediente que nunca falta é a cebola. Em Trás-os-Montes, os enchidos são diferenciados de acordo com as três zonas que dividem a região, Zona do Planalto Mirandês, Zona da Terra Fria e Zona de influência do Douro e a diferença baseia-se no uso do vinho, da água misturada com o vinho ou de apenas água (Moura, 2016).

O pimento, segundo Fátima Moura (2016), foi introduzido nos enchidos no início do século XX, usado sob a forma de massa de pimentão ou colorau doce e picante. A sua importância no preparo dos enchidos está não só no sabor que este proporciona, já integrado no gosto dos portugueses, mas também na sua ação antibacteriana. Enquanto que nos enchidos do Alentejo se usa mais a massa ou calda de pimentão, no Norte e Beiras, é usado o colorau doce e picante ou de queime.

Desempenhando funções gustativas, antimicrobiana e promotor de alterações físico-químicas no músculo ou tecido adiposo, o sal (cloreto de sódio) é o ingrediente mais comum e desempenha um papel importantíssimo na produção de enchidos. Sua importância é tão grande, que na Antiguidade serviu como moeda, de onde originou a nossa palavra “salário”, meio em que os legionários romanos recebiam seu pagamento (Vieira da Silva et al., 2003). O seu excesso chegou a ser alertado no *Culinário* (início do Sec. XX), pois pouca quantidade em carnes ensacadas, as carnes estragariam, e muita quantidade, endureceria a carne, cristalizando o excesso do sal, fazendo com que as tripas se rompessem, permitindo a entrada de ar e dos insetos, estragando-se a carne (Moura, 2016). O sal em altas concentrações, como 10%, inibe o crescimento de vários microrganismos e em baixas temperaturas, regula a flora microbiana (Marcos et al., 2016).

Na cura, é adicionado sal, nitrato e/ou nitrito de sódio ou potássio e outras substâncias (ascorbatos, fosfatos, condimentos, açúcar), que além de modificar o sabor e as características organolépticas, estende o tempo de conservação dos enchidos/embutidos (Mendes, 2013).

Utilizados como aditivos, os nitratos conferem e mantêm a cor vermelha da carne no enchido, proporcionada pela mioglobina (Mb), através de uma reação química com o ião nitrato, e impedem o desenvolvimento da bactéria *Clostridium botulinum*, prevenindo a oxidação (Mendes, 2013).

O alho faz parte de praticamente quase todos os enchidos. Mas para temperar os enchidos, este deve estar seco. Algumas regiões acrescentam ainda como ingredientes, a cebola, o louro, canela, cominho, pimenta, noz-moscada, anis, cardamomo, cravinhos, sendo estes dois

últimos usados com o sangue, como por exemplo, no preparo da morcela. E para promover a difusão dos condimentos no interior das carnes, tornando as massa mais homogênea, utiliza-se como principais excipientes vinho, sumo de laranja, água e vinagre (Moura, 2016). De acordo com Fátima Moura (2016), “*um enchido em que as gorduras não fiquem bem ligadas com as carnes magras e com os temperos, é um mau enchido, de massas desligadas*”.

Para melhorar a cor, o aroma, o sabor e preservar os produtos curados, pode-se adicionar ainda aditivos, respeitando os regulamentos específicos para enchidos (Marcos et al., 2016).

#### 2.2.2.4. Maturação / Fermentação

Na fase da maturação / fermentação intensificam-se as características organolépticas do produto (**Figura 2.6**), influenciadas pela ação conjunta dos microrganismos com a água e o sal, e por vezes, quando adicionados, o vinho e o vinagre, importantes para o desenvolvimento do sabor, que com a fermentação láctica, deixará a massa mais ácida, mas também irá proporcionar mais qualidade e segurança ao produto (Sousa & Ribeiro, 1983).



Fonte: Livro Sabores do Ar e do Fogo (Moura, 2016).

**FIGURA 2.6 PROCESSO DE MATURAÇÃO DE ENCHIDOS/EMBUTIDOS PORTUGUESES**

Esta fase é caracterizada pela entrada de sal nos pedaços de carne e simultânea extração de água e proteínas miofibrilares, assim como o desenvolvimento microbiano, dando origem aos produtos desse metabolismo. A extração dessas proteínas confere também à superfície da carne uma propriedade aglutinadora, indispensável à coesão da massa (Marcos et al., 2016).

A fermentação láctica pode ocorrer espontaneamente ou através de uma cultura de arranque de bactérias lácticas, sendo as mais utilizadas a *Pediococcus*, *Micrococcus*, *Leuconostoc*, e *Lactobacillus* e espécies como *P. cerevisiae*, *P. acidilactici*, *M. aurantiacus* e *L. plantarum* (Vasilopoulos et al., 2008).

A formação de dióxido de carbono, originada nos processos metabólicos, tem um papel importante na inibição de numerosos microrganismos, assim como os ácidos acético, butírico e láctico, produzidos na maturação da carne (Almeida, 2009).

Em Portugal, o processo de maturação pode durar entre 1 e 4 dias, período durante o qual a massa é armazenada dentro de uma câmara de refrigeração com temperaturas entre 0 e 5°C e humidades relativas entre 90% e 95% (Gomes, 2017).

### 2.2.2.5. Enchimento

A tripa deve ser enchida completamente, aproveitando toda a sua elasticidade sem deixar espaços vazios com ar. A massa cheia em tripa larga ou no bucho, quando afetada pela fumagem ou seca ao ar, ganhará sabor diferente. Geralmente, os enchidos mais nobres são enchidos em tripa natural de vaca ou porco, que dão melhor sabor, mas estas também podem ser artificiais comestíveis (Moura, 2016).

A massa é introduzida nos invólucros (**Figura 2.7**), que darão forma e tamanho, protegendo-a de contaminação microbiana.



**Fonte: Livro Sabores do Ar e do Fogo (Moura, 2016).**

**FIGURA 2.7 PROCESSO DE ENCHIMENTO DE ENCHIDOS/EMBUTIDOS PORTUGUESES.**

### 2.2.2.6. Atadura

O enchido/embutido, depois de distribuído uniformemente e comprimido, é fechado e atado. Em seguida, pica-se o enchido com uma agulha, empurrando a massa para retirar todo o ar e o líquido em excesso (Moura, 2016). O processo de atadura varia de acordo com as tradições locais e produto fabricado (Almeida, 2009).

### 2.2.2.7. Secagem / Fumagem

Após a atadura, estando o enchido na sua estrutura final, é aplicada uma última etapa, cujo objetivo visa a desidratação, indispensável às características expectáveis do produto final, como o aroma, textura e o sabor, proporcionando ainda, uma maior conservação, baseada na redução da atividade da água. Estas etapas podem variar de acordo com as receitas e as características das diferentes regiões de produção (Almeida, 2009).

Em Portugal, na região Sul, dadas as características de secura do clima, aplica-se sobretudo a secagem ao ar, com temperaturas dos 12°C aos 16°C, tendo o cuidado com a velocidade a que ocorre, que não deve ser demasiado lenta nem rápida. Já na região Norte de

Portugal, a secagem predominante envolve fumagem, beneficiada pela extensa floresta da região, que através das madeiras locais, contribui para a identidade do enchido. Em Trás-os-Montes, por exemplo, usa-se o carvalho e a castanheira (Moura, 2016).

A fumagem, técnica em que a madeira é usada para produzir fumo, elimina bactérias, evita o ranço nas gorduras, permite conservar por mais tempo o enchido e proporciona aroma e sabores diferenciados (Marianski, Mariański, & Marianski, 2009). Conferidos pelo fumo, aldeídos, ácidos alifáticos e compostos fenólicos, contribuem não só para o sabor e cor, mas também na qualidade, na vida útil de carnes processadas, retardando a rancificação da gordura, sendo estes antibacterianos eficazes e antifúngicos (Marcos, C., Viegas, C., de Almeida, A. M., & Guerra, 2016).

A temperatura interfere diretamente na qualidade do enchido, quanto menor as temperaturas, maior é a segurança. A secagem ou a fumagem contribuem para retirar a humidade da carne, proporcionando uma maior concentração dos sabores e um maior prazo de conservação (Moura, 2016).

Um estudo sobre a qualidade nutricional e microbiológica dos enchidos descreve a coloração escura que ocorre durante a fumagem como resultado das reações de *Maillards* ou reações não enzimáticas ocorridas durante este processo (Mendes, 2013).

O fumo, geralmente quente, apesar de secar mais o produto, é mais rápido que o fumo frio e permite associar fumo ao enchido sete vezes mais rápido. Quando a fumagem é realizada a uma temperatura intermédia (entre 25 e 40°C), ou seja, um pouco abaixo do fumo quente e um pouco acima do fumo frio, o fumo penetra mais no enchido, cria uma pele seca que ajudará na conservação do produto, mas manterá seus sucos naturais, sendo estes menos secos que os fumados a fumo quente (Marianski et al., 2009).

O outro método referido de fumo frio, também usado para preservar carnes, feito em temperaturas acima da temperatura ambiente, na faixa de 15 a 25°C, proporciona de igual forma, o sabor defumado enquanto seca o enchido, no entanto, devido a ausência do calor, não cozinha o produto (Marianski et al., 2009).

Após o fumo, os enchidos são colocados em uma câmara para continuar o processo de secagem, ocorrendo uma desidratação e acidificação do produto, reduzindo a atividade da água, que contribui para a preservação e segurança do enchido. Durante este processo ocorre uma série de fenómenos bioquímicos determinantes para as características organoléticas distintivas dos enchidos tradicionais portugueses (Marcos et al., 2016).

### 2.3. Mercado Brasileiro

Para o mercado brasileiro, os enchidos são designados como embutidos e assim caracterizados:

Carnes preparadas embutidas ou embutidos são produtos elaborados com carnes ou outros tecidos animais comestíveis, curados ou não, condimentados, cozidos ou não, defumados e

dessecados ou não, tendo como envoltório natural, tripas, bexigas ou outras membranas animais ou envoltório plástico apropriado (Governo do Estado de São Paulo, 1970). Dentre os embutidos definidos segundo as normas brasileiras estão:

a) Chouriço - é o produto preparado com mistura de carnes bovina e suína, trituradas ou picadas, fortemente condimentadas, com certa porção de sangue, embutido em tripas do bovino cozido e defumado. O sangue utilizado deverá ser colhido isoladamente de cada animal, em recipiente separado sendo rejeitado o sangue procedente dos que venham a ser considerados impróprios para consumo pela inspeção sanitária. Não é permitido o uso de sangue com a fibrina, e a desfibrinação não poderá ser feita á mão. O chouriço poderá conter pedaços de tecidos animais comestíveis tais como coração, fígado, língua. Será tolerada a adição de pequena quantidade de amido. O chouriço depois de embutido deverá ser atado em seções mais ou menos uniformes. Deverá apresentar cor vermelho escura e outras características organolépticas próprias (Governo do Estado de São Paulo, 1970).




b) Linguiça - é o produto preparado com mistura de carne picada, toucinho e condimentos, embutidos em tripas finas de suíno, ovino caprino ou vitela, defumado, ou não, conservado pela salga. As linguixas poderão ser de carne suína, bovina ou mistura das duas. A carne usada deverá estar em perfeito estado de conservação ser cortada em pedaços cujos tamanhos variem de acordo com o tipo. Deverá ser condimentada picante ou não. Será permitido o emprego de carne bovina de segunda qualidade, porém a proporção do tecido tendinoso ou aponevroses não poderá ser preponderante ao exame microscópico. O toucinho empregado não poderá ser substituído por gordura bovina. A linguixa poderá ser defumada, curada ou não. Não será permitido na fabricação da linguixa o emprego de carnes e gorduras de animais equinos, caninos e felinos (Governo do Estado de São Paulo, 1970).

c) Morcela - é o produto preparado exclusivamente com sangue de suínos e bovinos adicionado de toucinho, moído ou não, e condimentos, embutido em tripas de grossura média de bovino, ou grossa de suíno, ou em estômagos de suíno e convenientemente cozido. A morcela deverá ser preparada com adição de sangue proveniente de animais sadios, colhido isoladamente de cada animal em recipientes separados. Será rejeitado o sangue procedente de animais que venham a ser considerados impróprios pela inspeção sanitária. Não será permitido o uso de sangue com a fibrina, e a desfibrinação não poderá ser feita à mão. Será tolerado adicionar à morcela pequena quantidade de amido. A morcela depois de embutida deverá ser atada em seções mais ou menos uniformes, e totalmente cozida (Governo do Estado de São Paulo, 1970).

A Instrução Normativa Nº 4, de 31 de março de 2000, define linguixa como o 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. A Norma classifica ainda a linguixa de acordo com a forma de fabricação, dentre as opções estão produto fresco, seco, curado e/ou maturado e cozido (Instrução Normativa Nº 4, 2000).

A **Tabela 2.1** descreve as linguixas mais consumidas no Brasil definidas conforme o Ministério da Agricultura e do Abastecimento, quanto ao tipo e forma de apresentação.

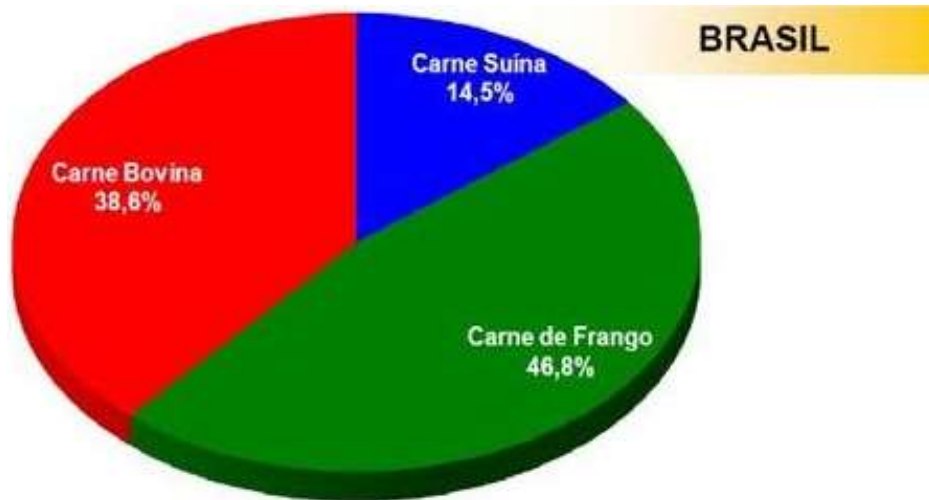
TABELA 2.1 DESCRIÇÃO DAS LINGUIÇAS MAIS CONSUMIDAS NO BRASIL (GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO, 1970).

PRODUTO				
				
TIPO	Calabresa	Toscana	Portuguesa	Paio
DESCRIÇÃO	Produzido exclusivamente com carnes de suíno, curado, acrescido de ingredientes, com sabor picante característico da pimenta calabresa, podendo ser defumada ou não. Submetidas a processo de cozimento.	Produto cru e curado, produzido exclusivamente com carnes de suíno, acrescidas de gordura suína e ingredientes.	Produzido exclusivamente de carnes de suíno, curado, acrescido de ingredientes, defumada, com forte sabor de alho. Submetidas a processo de cozimento.	Produzido com carnes de suíno, e bovino (máximo de 20%) embutida em tripas natural ou artificial comestível, curado e acrescido de ingredientes, defumado. Submetidas a processo de cozimento.

Como se pode verificar comparando as características definidas pela legislação para o chouriço e linguiça portugueses, com os brasileiros, apesar dos nomes idênticos, não há uma correspondência entre os produtos. Note-se que a definição de chouriço e linguiça portuguesa é compatível com a definição de linguiça brasileira, embora esta seja mais abrangente.

### 2.3.1. Consumo de Carnes e Enchidos/Embutidos no Brasil

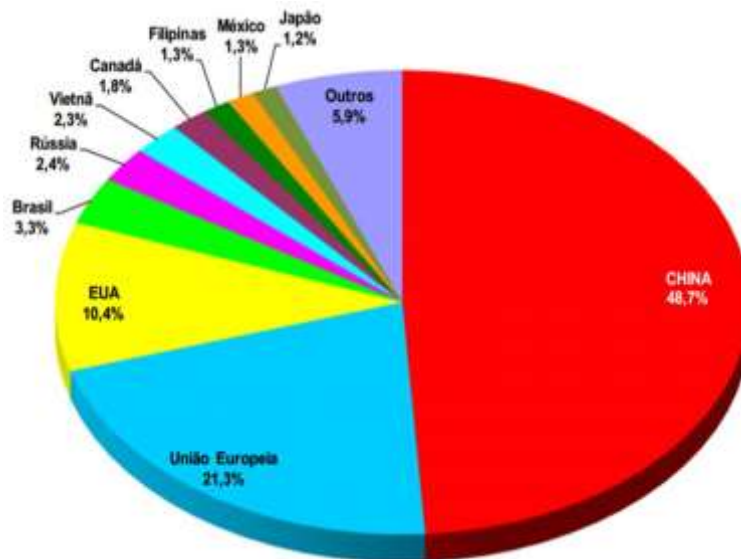
Na **Figura 2.8** está representado o consumo de carne suína no Brasil (2016) quando comparada às carnes bovina e de frango (DEPEC – Departamento de Pesquisas e Estudos Econômicos, 2017).



Fonte: USDA, Bradesco

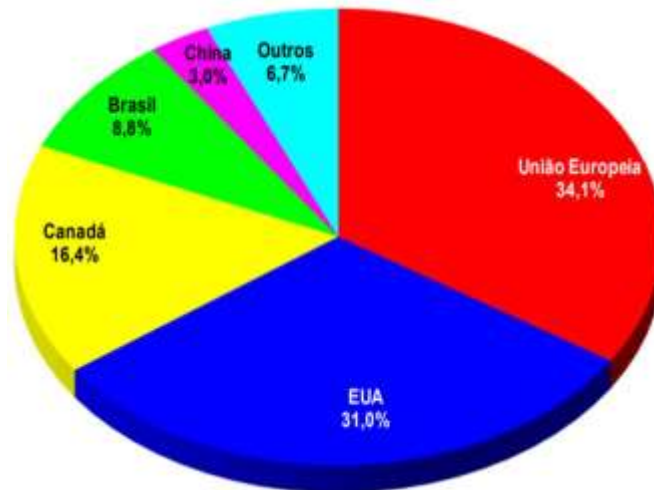
FIGURA 2.8. REPRESENTAÇÃO DO CONSUMO DE CARNE SUÍNA NO BRASIL.

Segundo a mesma pesquisa, o Brasil é o quarto maior produtor (Figura 2.9) e exportador mundial (Figura 2.10) de carne suína, entretanto, talvez por ser o quarto maior produtor, não aparece no ranking mundial de importação de carne suína (Figura 2.11).



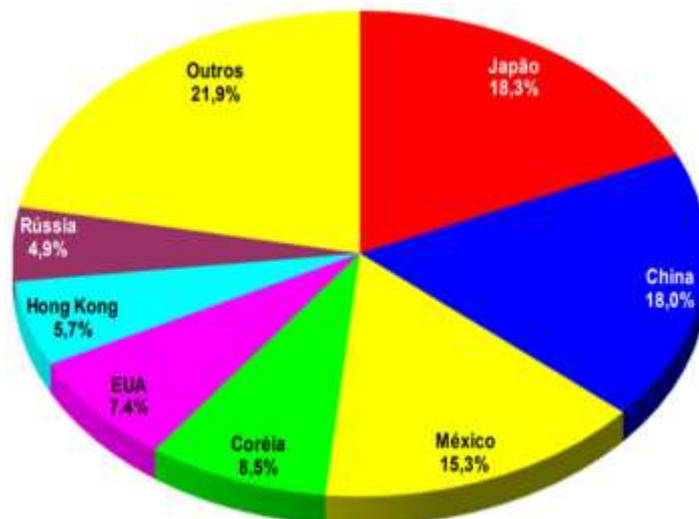
Fonte: USDA, Bradesco

FIGURA 2.9. GRÁFICO DE RANKING MUNDIAL DE PRODUÇÃO DE CARNE SUÍNA.



Fonte: USDA, Bradesco

FIGURA 2.10. GRÁFICO DE RANKING MUNDIAL DE EXPORTAÇÃO DE CARNE SUÍNA.



Fonte: USDA, Bradesco

FIGURA 2.11. GRÁFICO DE RANKING MUNDIAL DE IMPORTAÇÃO DE CARNE SUÍNA.

Um estudo consolidado da Nielsen revela que a Copa do Mundo de 2014, no Brasil, contribuiu de forma positiva para o consumo, principalmente nas regiões Sudeste e Nordeste. A categoria de enchidos/embutidos, como linguiça e salsicha, foi uma das que mais contribuiu, com 16.3% (Nielsen Sports, 2014).

Em 2015, foi comunicado à imprensa, um estudo realizado por especialistas da Organização Mundial da Saúde – OMS, afirmando o perigo de alimentos “carcinogênicos” para os humanos”, incluindo nestes, carnes processadas como salsichas, hambúrgueres e bacon (International Agency for Research on Cancer, 2015). Entretanto, Kurt Straif (2015) da OMS, afirma: "Para um indivíduo, o risco de desenvolver câncer colorretal (no intestino) por causa do consumo de carne processada continua pequeno, mas este risco aumenta com a quantidade de carne

consumida". Ainda de acordo com o estudo, a cada 50 gramas de carne processada consumida, o risco de câncer colorretal aumenta em 18%. O Instituto Nacional do Câncer José Alencar Gomes da Silva – INCA (2015), estima que no Brasil, entre 2016-2017, dentre 420 mil novos casos de câncer, o câncer do intestino (7,8%), é o terceiro mais frequente nos homens e segundo nas mulheres (8,6%) Numa época em que a preocupação das pessoas com a saúde é grande, esta informação pode desincentivar o consumo de carne. Tanto mais que a informação é em geral apresentada sem dar uma noção do real risco.

Por outro lado, uma pesquisa da consultoria Kantar Worldpanel (2015), o qual destaca a alta de 18,4% dos gastos das famílias com linguiças, na categoria de embutidos, a linguiça e presunto, foram em 2015 os dois segmentos de maior crescimento da cesta, estando estes, presentes em 70% dos lares do país (Supermercado Moderno, 2015). O estudo revela ainda uma alta de 18,4% nos gastos com linguiça, no mesmo ano.

### 2.3.2. Tendências no mercado brasileiro

Para Philip Kotler, "Tendência é uma direção ou sequência de eventos que ocorre em algum momento e promete durabilidade" (Kotler, Fox, & Brandão, 1994). Um estudo sobre Tendências do Mercado Alimentar do Brasil (AgroCluster Ribatejo, 2015), refere que 67,9% do consumo de carne de porco é direcionada à carne suína processada e o seu consumo faz-se principalmente em casa e em família. O estudo cita ainda que o consumo de produtos desta categoria é bastante influenciado por um perfil socioeconómico muito particular, onde a conveniência é um critério na decisão de consumo/compra. A preocupação com a saúde e forma física abre oportunidades para produtos menos gordurosos e calóricos, mais seguros e com certificados de qualidade e higiene. E uma forma de melhorar a relação custo x benefício, é apostar em inovação, considerando os fatores saúde, sabor, conveniência e preço. De acordo com as tendências no mercado brasileiro, o interesse dos consumidores no Brasil pela charcutaria portuguesa aumentou com o crescimento do consumo de vinhos portugueses e processos de migração entre Brasil e Portugal. Dados deste estudo de tendências destacam projeções do *Business Monitor International*, que apontam um crescimento de 30% na categoria de salsichas para o período entre 2014 e 2018 (AgroCluster Ribatejo, 2015).

De acordo com a Ficha de Mercado – Brasil, da AICEP (2017), o Brasil apresenta uma forte carga fiscal sobre a maioria dos produtos importados e todo o processo de importação e exportação é realizado através do Sistema Integrado de Comércio Exterior - SISCOMEX, que gera um fluxo de informações, integra as atividades de registro, acompanhamento e controlo das operações de importação e exportação (AICEP Portugal Global, 2017).

### 2.4. Grupo de Foco, Análise Sensorial (informações gerais e diferentes técnicas)

A medição, análise e interpretação das reações humanas às características sensoriais dos alimentos e a forma como estes são perceptíveis através dos cinco sentidos, é obtida por uma análise sensorial (Almeida, 2009). Esta técnica permite assim, obter a caracterização sensorial de um enchido, por meio de uma análise sensorial descritiva quantitativa (Stone, Sidel, Oliver, Woolsey, & Singleton, 2004).

O método afetivo permite determinar se um produto é aceite ou não, se agrada ou desagrada, e até mesmo se há preferência em relação a outros. Um dos métodos para determinar estatisticamente a preferência, são testes em escala hedónica. Este método envolve um grupo grande de pessoas, e por meio de provas e tratamento estatístico dos resultados, é possível saber qual amostra é preferida em relação a outras. Tal preferência, geralmente é influenciada pelos hábitos, culturas e até mesmo qualidade do produto (Teixeira, 2009).

Estes testes são uma forma de assegurar a qualidade de um produto no mercado. Através destes testes é possível obter a opinião subjetiva de um provador e transformá-la em objetiva (Silva, 2015)

A avaliação de dados coletados em um teste de aceitação utilizando escala hedónica, pode ser realizada utilizando os vários métodos estatísticos, dentre eles a análise de distribuição de frequência dos valores hedónicos obtidos por cada amostra e a análise de variância (ANOVA), complementados por outros procedimentos estatísticos como o teste de médias de Tukey, que determina a diferença significativa entre as médias (Silva, 2015)

O Grupo de Foco é um método qualitativo de análise, em que grupos de 6 a 9 participantes, interagem entre si e discutem, dando cada um a sua opinião sobre um determinado tópico. A discussão é dirigida por um moderador que tem como papel orientar as discussões com perguntas pré-determinadas. As sessões devem decorrer em um ambiente confortável e que incite à participação, e devem ser gravadas, Os resultados servirão de dados para uma posterior análise e complemento do trabalho em que se integram (Krueger & Casey, 2002).

A técnica de Lista ou Perfil Livre (Williams & Langron, 1984) aplicada em testes descritivos em alimentos, estabelece que as características sensoriais são diferenciadas através da forma como são descritas pelos provadores e não da forma como são percebidas. Este método proporciona informação de como um grupo de pessoas pensa sobre uma lista de atributos ou características, que de alguma forma estão relacionados ao alimento em análise (Dos Santos et al., 2015).

O método CATA (*Check-All-That-Apply*) é muito aplicado na definição sensorial dos alimentos. Esta técnica permite analisar como realmente as características sensoriais são efetivamente percebidas pelo consumidor e relacioná-las com o posicionamento das amostras de acordo com a aceitação dos consumidores (Varela & Ares, 2014). Uma das vantagens desse método, é direcionar os provadores, disponibilizando várias opções de termos relacionados ao alimento, de forma que possam descrever suas características. Na **Figura 2.12**, observa-se um exemplo de teste *Check-All-That-Apply* (CATA) aplicado na análise de um salame (Dos Santos et al., 2015).

Atributos	Tratamento								
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9
Sabor equilibrado	35	47	32	35	56	29	56	38	32
Textura borrachenta	35	29	32	50	32	24	41	53	15
Aparência feia	15	6	9	9	9	6	12	27	9
Odor ácido	15	3	9	27	18	6	9	12	15
Quantidade de gordura aparente	38	41	27	18	18	24	24	21	9
Falta sal	9	18	24	3	12	38	9	9	35
Duro	44	15	24	38	12	9	6	53	0
Sabor ruim	6	3	6	0	3	9	0	6	9
Sabor picante	41	41	29	47	41	35	50	59	29
Cor escura	24	21	15	27	18	18	27	41	21
Odor suave	41	47	35	24	35	29	47	29	50
Teor de sal ideal	47	50	32	50	50	35	56	56	29
Sabor fraco de salame	12	18	35	15	18	41	18	18	41
Aparência bonita	27	41	35	24	44	41	38	24	35
Cheiro ruim	0	0	0	3	0	3	3	6	3
Muito gorduroso na boca	27	12	24	12	18	9	9	9	18
Acidez na medida certa	41	44	29	21	44	38	41	24	29
Quantidade elevada de sal	15	6	15	12	3	0	6	6	0
Odor agradável	35	44	41	35	35	41	50	38	29
Muito ácido	29	15	12	18	12	15	9	15	21
Molhadinho / suculento	29	41	35	15	38	53	35	18	62
Sabor levemente rancificado	6	3	12	15	6	12	9	21	21
Sabor de fermentado	15	9	9	12	6	9	15	15	6
Formato	21	21	21	24	21	21	24	21	18

**FIGURA 2.12** RESULTADO DO TESTE *CHECK-ALL-THAT-APPLY* (CATA). FREQUÊNCIA (%) PARA CADA ATRIBUTO E AMOSTRA AVALIADA.



### 3. Materiais e Métodos

#### 3.1. Materiais utilizados

A diversidade de enchidos/embutidos portugueses é grande, e perante a necessidade de selecionar um conjunto que servisse de base aos estudos de análise sensorial para este trabalho, optou-se por enchidos/embutidos portugueses da marca “Continente”. Para se tomar esta decisão, considerou-se que o conjunto de enchidos/embutidos vendidos com esta marca, eram bom reflexo dessa variedade, tinham sido sujeitos a uma seleção prévia que garantia qualidade e preços mais acessíveis, tornando-os amostras ideais para os testes. Destes foram selecionados enchidos de diferentes tipos, proveniências, qualidade e preços como descrito em seguida.

Para a análise realizada com o Grupo de Foco, foram utilizadas 4 amostras de diferentes chouriços, sendo duas de qualidade mediana e duas de qualidade superior. A escolha dos chouriços está relacionada ao fato de ser o enchido mais consumido no Brasil, apesar do seu consumo não ser comum na região de Fortaleza. Estes produtos foram servidos crus, apenas cortados em rodelas. Com o Grupo de Foco pretendeu-se ainda avaliar as características de outros produtos com outras formas de consumos e/ou menos conhecidos e consumidos no Brasil. Com esta finalidade, foram utilizadas três outras amostras, uma de morcela, outra de farinheira e uma de linguiça, esta com características parecidas com o chouriço, mas com outra forma de consumo, tendo sido servida assada e que se considerou poder ter mais potencialidades para ser usada, por exemplo em feijoada ou adicionada em massas, farofas (cebola e alho refogados ao óleo, manteiga ou azeite com farinha de mandioca).

Para os Testes de Aceitação e CATA foram utilizados os mesmos quatro chouriços que foram utilizados para o Grupo de Foco.

Nas tabelas abaixo apresenta-se o perfil e marca dos produtos selecionados, utilizados tanto no Grupo de Foco (**Tabela 3.1** e **Tabela 3.2**) quanto no Teste de Aceitação e CATA (**Tabela 3.1**).

TABELA 3.1 QUADRO COMPARATIVO DAS CARACTERÍSTICAS DAS AMOSTRAS DE CHOURIÇOS.





PRODUTO				
AMOSTRA	1	2	3	4
DESCRİÇÃO	 <p>Chouriço Sabores do Alentejo (130g)</p>	 <p>Chouriço de Carne Corrente Fumado Regional (1kg)</p>	 <p>Chouriço Porco de Preto Garvão - Cura natural sem fumo, com massa de pimentão e alho (180g)</p>	 <p>Chouriço de Carne de Ponte de Lima - Temperado em vinha d'alhos com aroma defumado (180g)</p>
MARCA	Continente Sabores do Alentejo	Continente	Continente Seleção	Continente Seleção
INGREDIENTES	Carne e entremeada de porco, soja, alho, pimentão dextrose, estabilizadores (E451i, E450i) cloreto de sódio, antioxidantes (E331, E316) conservante E250 e corante E124	Carne e gordura de suíno, água, antioxidantes (E325, E316), pimentão, proteína de soja, sal, açúcar, alho (contém sulfitos), emulsionante (E451), pimenta e conservante (E250). Pode conter vestígios de leite (incluindo lactose). Tripa sintética comestível)	Carne e entremeada de porco preto (92,3%), sal, alho, massa pimentão (pimento e sal), pimentão, dextrose, estabilizadores, (E451I, E450I), cloreto de sódio, antioxidantes (E331, e E316), conservante (E250), sumo de beterraba e antioxidantes (E300 e E330). Pode conter vestígios de glúten	Carne e carnes entremeadas de suíno, (90,5%), vinho verde (contém sulfitos), alho, sal, especiarias, emulsionantes (E451, E450), antioxidantes (E301, E331) e conservantes (E252, E250)
PVP/kg	7,69 €	3,99 €	17,65 €	19,44 €
PREÇO	1,00 €	3,99 €	3,00 €	3,50 €
MÉTODO DE PREPARO EM QUE FOI SERVIDO NO ESTUDO	Cru, cortado em rodela, com espessura de 1,5 mm	Cru, cortado em rodela, com espessura de 1,5 mm	Cru, cortado em rodela, com espessura de 1,5 mm	Cru, cortado em rodela, com espessura de 1,5 mm

TABELA 3.2. DESCRIÇÃO DAS CARACTERÍSTICAS DAS AMOSTRAS DE FARINHEIRA, MORCELA E LINGUIÇA.

PRODUTO			
AMOSTRA	5	6	7
DESCRIÇÃO	Farinheira do Fundão (220g)	Morceia (Grelhar) - Fundão (200g)	Linguiça Extra (150g)
MARCA	Continente	Continente	Continente
INGREDIENTES	Gordura de suíno, farinha de trigo (contém glúten), sal, alho, especiarias, açúcares, emulsionantes (E450, E451), antioxidantes (E301, E331), conservantes (E250, E252)	Carne e gordura de suíno, farinha de trigo (Contém glúten), sangue de suíno, sal, especiarias, açúcares, emulsionantes (E450, E451), antioxidantes (E301, E331) e conservante (E250)	Carne e gordura de suíno (70.74%), água, tecido conjuntivo, especiarias, sal, proteína de leite, sangue, emulsionantes (E450, E451), açúcar, antioxidantes (E301, E331), conservantes (E250, E202), intensificador de sabor (E621), maltodextrina, antiaglomerante (E551)
PVP/kg	6,82 €	7,50 €	9,93 €
PREÇO	1,50 €	1,50 €	1,49 €
MÉTODO DE PREPARO EM QUE FOI SERVIDO NO ESTUDO	Cozido apenas com água	Grelhado sem adição de qualquer gordura	Grelhado sem adição de qualquer gordura

### 3.2. Métodos utilizados

#### 3.2.1. Feiras

A coleta de informações sobre diferenças culturais, tipos, processos e métodos de preparo dos enchidos/embutidos portugueses, foi complementada através de visitas a várias feiras e exposições, das quais se destaca uma das maiores e famosas feiras de Portugal, a 38ª Feira do Fumeiro, em Vinhais, mais conhecida como a “Capital do Fumeiro”. Nesta foi possível contactar alguns produtores regionais e um dos maiores produtores, a Bísaro, que já exportou enchidos/embutidos para o Brasil.

#### 3.2.2. Grupo de Foco

O grupo de foco foi conduzido na Universidade Federal do Ceará, com alunos do curso de Bacharelado em Gastronomia, por já estarem familiarizados com aspetos sensoriais e sua avaliação, e também por terem conhecimentos para uma discussão mais aprofundada sobre os produtos e suas potenciais aplicações na cozinha. As entrevistas foram realizadas em uma sala com iluminação branca tipo luz do dia, refrigerada e livre de odores e ruídos. Os participantes foram divididos em dois grupos, em horários distintos. No primeiro grupo, participaram 9 pessoas, sendo 5 mulheres e 4 homens, com idades entre 18 e 50 anos; já no segundo turno participaram 6 pessoas, sendo 3 mulheres e 3 homens, com idade entre 18 e 35 anos.

Para começar a entrevista, os participantes receberam um formulário de seleção de provadores para avaliação sensorial (**Anexo 2**), onde preencheram o nome, e-mail, grau de escolaridade, gênero e a idade e responderam a cinco questões sobre enchidos/embutidos. Estas questões abordavam a familiaridade com o consumo de enchidos/embutidos, a frequência com que os consumiam, identificação dos atributos que os levavam a consumir enchidos/embutidos e a sua experiência relativamente ao consumo de enchidos/embutidos portugueses. Para finalizar esta etapa, deveriam indicar que tipos de enchidos/embutidos consumiam.

Em um primeiro momento que antecedeu a discussão do Grupo de Foco, foi aplicada a técnica da Lista Livre ou Perfil Livre, uma ficha (**Anexo 3**) onde os participantes deveriam descrever de forma objetiva, usando seu próprio vocabulário, as características sensoriais ou palavras associadas às características de todos os enchidos provados. O objetivo era levantar termos e atributos relevantes que seriam usados posteriormente na análise sensorial de enchidos/embutidos realizada com os 100 provadores. Foram ainda informados de que não havia respostas certas ou erradas, sendo todas as respostas levadas em consideração.

Após a lista livre, os participantes receberam uma lista CATA (**Anexo 4**) com 36 descritores relativos aos quatro atributos (sabor, aroma, textura e aparência) comuns em alimentos (Melo, 1946). Foi ainda solicitado que assinalassem as características que consideravam

caracterizar os enchidos/embutidos para serem posteriormente usadas na análise sensorial das quatro amostras de chouriços.

A discussão em grupo iniciou-se com a análise das quatro amostras de diferentes chouriços crus e apenas cortadas em rodelas (vide **Tabela 3.1**). Após a análise dos 4 chouriços, os integrantes do grupo avaliaram ainda, outros três enchidos/embutidos (vide **Tabela 3.2**) cozinhados - uma amostra de farinheira cozida em água por 15 minutos, uma de morcela grelhada sem adição de óleo por 10 minutos, e uma amostra de linguiça extra, grelhada por 10 minutos, sem adição de óleo.

A sessão do grupo 1 (**Figura 3.1**) e do grupo 2 (**Figura 3.2**) tiveram duração de uma hora e quinze minutos cada uma, com um roteiro previamente definido apresentado na **Tabela 3.3**.



**FIGURA 3.1 GRUPO DE FOCO - SESSÃO 1.**



**FIGURA 3.2 GRUPO DE FOCO - SESSÃO 2.**

**TABELA 3.3 ROTEIRO ELABORADO PARA O GRUPO DE FOCO**

1. Quais características você acha que deveriam ser avaliadas nos enchidos/embutidos (aroma, cor, textura, sabor e formato)?
2. Que termos sensoriais caracterizariam esses produtos?
3. Que tipos de enchidos/embutidos você consome?
4. Em quais ocasiões vocês consomem enchidos/embutidos com mais frequência?
5. O que você considera importante na escolha de um enchido/embutido?
6. Quais as características que você espera encontrar em um enchido/embutido português?
7. O que mais chama sua atenção nesses produtos?
8. Você percebe alguma diferença entre os enchidos/embutidos portugueses?
9. Caracterize cada produto, apresentando pontos positivos e negativos.
10. Há algum atributo do produto que seja relevante para a decisão de compra?
11. Que atributos não sensoriais (preço, tipo, marca, local de compra, embalagem, horário de consumo...) são relevantes para a decisão de compra?
12. Você compraria algum desses enchidos/embutidos portugueses?
13. Qual destes enchidos/embutidos portugueses você indicaria para consumo ou preparo na cozinha?
14. Indique em que tipos de pratos na cozinha utilizaria os portugueses provados.

### 3.2.3. Teste de Aceitação Sensorial, Intenção de Compra e *Check-All-That-Apply* (CATA)

Conforme referido anteriormente (Capítulo 2.4), as características sensoriais são determinantes na decisão e intenção de compra do consumidor (Guerrero, Colomer, Guàrdia, Xicola, & Clotet, 2000), dado ser uma técnica importante para analisar a aceitação de um produto e seu potencial de mercado, foi aplicada neste trabalho com este objetivo.

Os testes de análise sensorial das quatro amostras de chouriços foram realizados com 100 provadores (**Figura 3.3**) não treinados, recrutados aleatoriamente através de um formulário (**Anexo 5**) de seleção de provadores de avaliação sensorial de embutidos portugueses, no Instituto de Cultura e Arte (ICA) da Universidade Federal do Ceará. Dentre os participantes, estavam 57 homens, 40 mulheres e 3 participantes que não especificaram o sexo, com idade entre 18 e 50 anos, os quais estavam cientes de que a participação nos testes era espontânea e voluntária (**Anexo 6**).

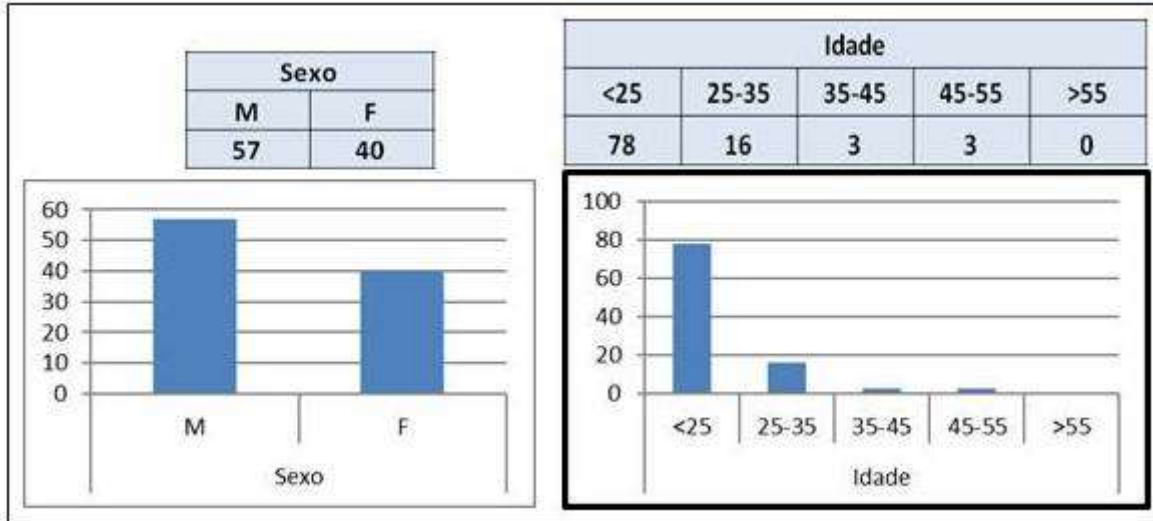


FIGURA 3.3 GRÁFICOS DE SEXO E IDADE DOS PARTICIPANTES NOS TESTES DE ANÁLISE SENSORIAL.

Em uma sala com grau de luminosidade e temperaturas adequados, ausência de ruído e odores estranhos, foram efetuados os testes e as provas. Cada participante recebeu um prato de plástico (Figura 3.4) contendo quatro amostras diferentes de chouriço cru, cortadas em rodela, de espessura aproximadamente de 1,5 mm, cada uma codificada por um número de três dígitos aleatórios (Stone, 2012), sendo o dígito do meio a indicação de qual a amostra a que correspondia. Os provadores receberam também cada um, um copo com água natural, para que entre uma prova e outra, pudessem limpar o palato.



FIGURA 3.4 PRATO COM AS QUATRO AMOSTRAS DE CHOURIÇOS PARA ANÁLISE SENSORIAL.

O primeiro teste realizado foi para avaliação hedônica dos atributos cor, aparência, aroma, textura, sabor e aceitação global (Anexo 7). Foi pedido que, na ficha correspondente a cada amostra, classificassem os atributos referidos em uma escala hedônica de 9 pontos, variando de

"desgostei muitíssimo" (1) até "gostei muitíssimo" (9) (Sidel, H., Stone, 2004). Na mesma ficha, também foi avaliada a intenção de compra, caso a amostra estivesse à venda, onde os participantes deveriam marcar, em uma escala de 5 pontos (Meilgaard, Carr, & Civille, 1999), a intenção de compra, na qual 1 correspondia a "certamente não compraria" e 5 a "certamente compraria".

Após o Teste de Aceitação, foi aplicado o método CATA - *Check-All-That-Apply* (Plaehn, 2012), que consistiu de uma lista contendo 27 termos (vide **Anexo 7**), neste caso, um número inferior ao que se usou no grupo de foco, descritores usuais e comuns para enchidos/embutidos (Dos Santos et al., 2015), sugeridos previamente pelos participantes do Grupo de Foco e discutidos com a equipe de trabalho, referentes aos atributos sabor, aroma, textura e aparência. Foi pedido aos entrevistados que marcassem com "x" uma ou mais opções que considerassem relevantes para descrever as características sensoriais relativas a cada amostra. Podiam ainda sugerir outros descritores a incluir. O objetivo desta etapa também era o de utilizar posteriormente os termos selecionados pelos participantes na ficha a ser preenchida pelos consumidores.

### 3.2.4. Questionários e Entrevistas

Para complementar o estudo, foram elaborados quatro questionários através do sistema Formulários *Google* (*Google Forms*), direcionados para empresas importadoras de enchidos/embutidos (**Anexo 8**), enviado através de e-mail a sete empresas importadoras; para empresas de exportação (**Anexo 9**), encaminhado via e-mail para 29 exportadoras de enchidos/embutidos portugueses; para restaurantes de comida portuguesa (**Anexo 10**), sediados em Fortaleza, sendo estes aplicados em visita a 5 restaurantes e de avaliação do padrão de consumo de enchidos/embutidos portugueses no Ceará e em particular na região de Fortaleza (**Anexo 11**), enviado por correio eletrônico e através da rede social *Facebook*.

A pesquisa de avaliação do padrão de consumo de enchidos/embutidos portugueses em Fortaleza/Ceará teve como intuito verificar se os consumidores de enchidos/embutidos conhecem, consomem ou já haviam consumido enchidos/embutidos portugueses, quais são os que consomem, em que local os costumam consumir, qual a proveniência desses enchidos, qual o grau de facilidade em os adquiri-los, que fatores consideram importante na compra desses enchidos/embutidos e como avaliam a qualidade desses enchidos/embutidos portugueses face aos de outros países.

### 3.2.5. Análise Estatística dos dados

A análise de resultados do questionário CATA, foi realizada através da contagem do número de entrevistados que usaram cada termo, determinando assim a frequência de citação (Vidal, Tárrega, Antúnez, Ares, & Jaeger, 2015). Tal permite, entender o posicionamento das quatro amostras de chouriço de acordo com a percepção dos consumidores. Para avaliar diferenças significativas entre as amostras de chouriço, representadas pelos números 1,2,3 e 4, indicando diferença ou semelhança das várias amostras, foi aplicado o teste Cochran Q (Homogeneidade de Variância), realizado para cada um dos 27 termos (Manoukian, 2012). Os dados de preferência de

consumo foram submetidos à Análise de Variância (ANOVA) a 5% de probabilidade pelo teste F ( $p \leq 0,05$ ). O mesmo método foi utilizado na comparação dos resultados do teste de Aceitação, utilizando uma escala hedônica estruturada de nove pontos, onde o cinco é o médio, e uma escala de cinco pontos de Intenção de Compra.

Foram utilizados o software XLSTAT (2018) versão 10 para Windows (Adinsoft, Paris, França) para executar as análises estatísticas. Para as pesquisas realizadas com a utilização dos questionários, os resultados foram diagnosticados através dos gráficos elaborados pelos Formulários do *Google* (*Google Forms*).



## 4. Resultados e Discussão

### 4.1. Grupo de Foco

Foram realizadas duas sessões de Grupo de Foco e conforme referidos e caracterizado anteriormente, os dois grupos de participantes tinham características diferentes. Assim, os resultados serão apresentados em separado e concluir-se-á com uma comparação dos resultados de ambas as sessões.

Considerando os resultados relativos ao hábito de consumo (**Figura 4.1**) de enchidos/embutidos referidos na ficha de seleção de provedores pelos participantes do Grupo 1 e do Grupo 2, observa-se que os participantes do Grupo 1 têm, aparentemente, uma maior experiência de consumo de enchidos/embutidos já que 66,7% refere que os consome frequentemente e 11,1% os consome sempre, já no caso do Grupo 2, 16,7% consomem-nos sempre, mas 66,7% consomem-nos apenas ocasionalmente, não havendo ninguém que tenha referido consumi-los frequentemente.

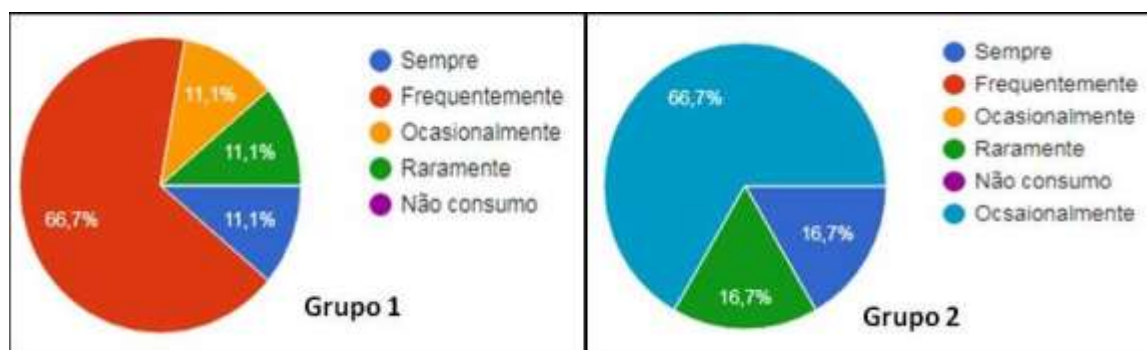


FIGURA 4.1. HÁBITO DE CONSUMO DE ENCHIDOS/EMBUTIDOS DO GRUPO 1 E GRUPO 2 (GRUPO DE FOCO).

Os resultados anteriores, são comprovados pelos resultados relativos à frequência de consumo de enchidos/embutidos. As percentagens de participantes do Grupo 1 que referem consumir enchidos/embutidos 1 vez por semana (33,3%) e 2 ou 3 vezes por semana (33,3%) são cerca do dobro das dos participantes do Grupo 2, 16,7% para ambas as situações. Verifica-se ainda que 50% dos participantes do Grupo 2 referem que apenas consomem enchidos/embutidos 2 vezes por mês, enquanto que apenas 22% dos participantes do Grupo 1 referem esta frequência de consumo (**Figura 4.2**).

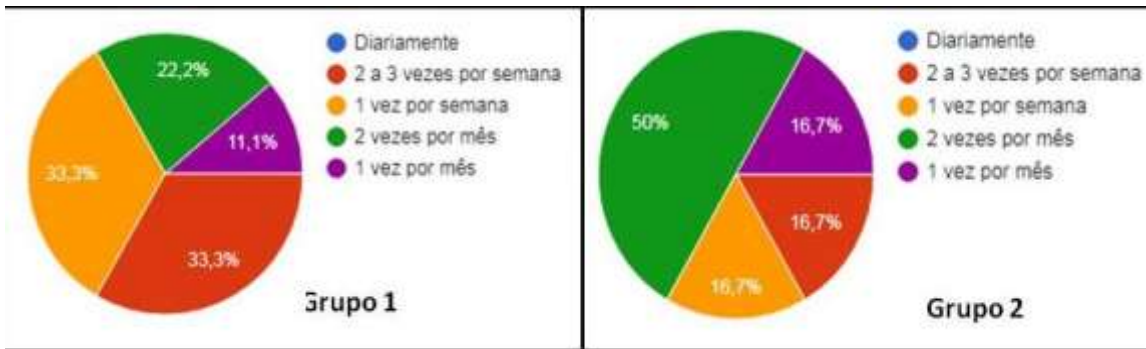


FIGURA 4.2. FREQUÊNCIA DE CONSUMO DE ENCHIDOS/EMBUTIDOS DO GRUPO 1 E GRUPO 2.

As respostas dadas relativas ao atributo considerado mais importante ao consumir enchidos/embutidos pelo Grupo 1 (Figura 4.3) e Grupo 2 (Figura 4.4), indicam que para ambos os grupos, o sabor se destaca como sendo o atributo com maior relevância, seguido do aroma.

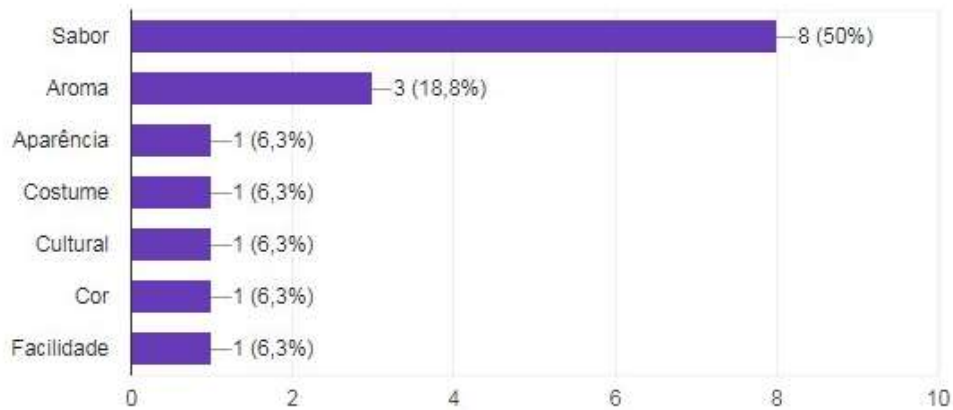


FIGURA 4.3 ATRIBUTOS QUE LEVAM AO CONSUMO DE ENCHIDOS/EMBUTIDOS DO GRUPO 1.

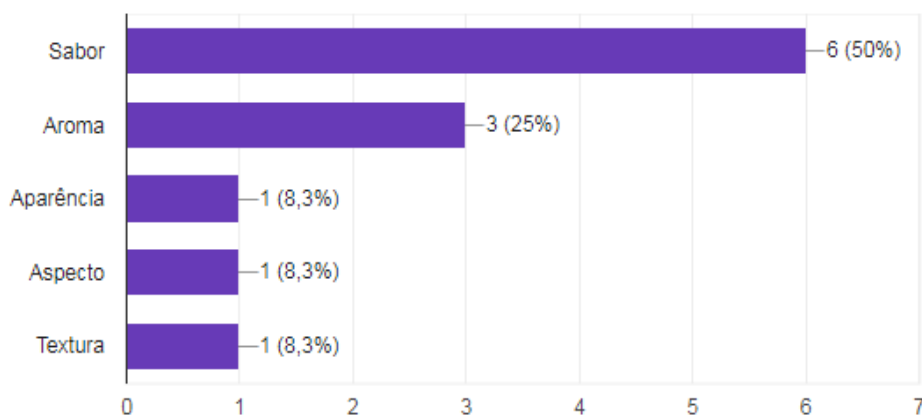
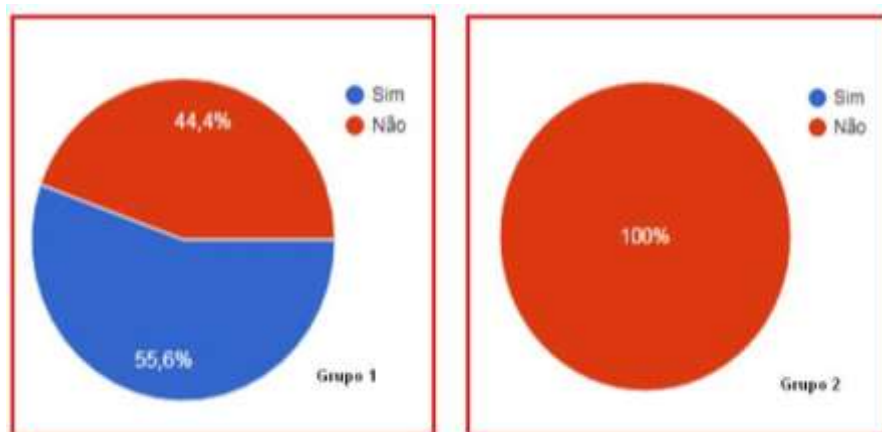


FIGURA 4.4 ATRIBUTOS QUE LEVAM AO CONSUMO DE ENCHIDOS/EMBUTIDOS DO GRUPO 2.

No que diz respeito ao consumo de enchidos/embutidos portugueses pelo Grupo 1 e Grupo 2, os resultados comprovam que há uma discrepância muito grande já que nenhum dos participantes do Grupo 2 refere ter alguma vez consumido enchidos/embutidos portugueses e 55,6% dos participantes do Grupo 1 refere já tê-lo feito (**Figura 4.5**).



**FIGURA 4.5 CONSUMO DE ENCHIDOS/EMBUTIDOS PORTUGUESES DO GRUPO 1 E GRUPO 2.**

Com relação aos enchidos/embutidos que costumam consumir, a linguiça é o mais consumido por todos os participantes do Grupo 1, surgindo em seguida o presunto, a mortadela, o paio e o salpicão. Da mesma forma, a linguiça também se destaca no Grupo 2, seguida pelo presunto, a mortadela e o chouriço. No Grupo 2 houve um participante que não respondeu à questão. Os resultados levam a crer que a escolha da linguiça pode ser decorrente desta ser bastante utilizada não só em aperitivos, como em churrascos, mas também em pratos, como é o caso da feijoada brasileira.

A discussão relativa às quatro amostras de chouriço teve início com a amostra 1, seguindo-se as restantes sequencialmente e de acordo com a numeração crescente (vide **Tabela 3.1**). Os termos sugeridos pelos participantes do Grupo 1 e do Grupo 2 na Lista Livre são apresentados na **Tabela 4.1** e **Tabela 4.2**, tendo sido agrupados consoante os atributos a que se referem (aparência, textura, aroma e sabor), indicados pelo moderador do Grupo de Foco.

TABELA 4.1. DESCRIÇÃO DOS TERMOS SUGERIDOS NA LISTA LIVRE PELO GRUPO 1 E GRUPO 2, AGRUPADOS POR ATRIBUTOS, RELATIVAMENTE ÀS AMOSTRAS DE CHOURIÇOS.

Atributos	Descrição	Amostras do Grupo 1				Amostras do Grupo 2			
		1	2	3	4	1	2	3	4
APARÊNCIA	Cor vermelho vivo	x				x			
	Cor avermelhada						x		
	Cor vermelho sangue	x							
	Cor alaranjada	x	x	x					
	Cor escura				x				x
	Cor acastanhada				x				
	Húmida	x				x			
	Brilhante			x		x			
	Opaca						x	x	
	Uniforme		x					x	x
	Heterogênea	x						x	
	Homogênea		x						x
	Desidratada							x	x
	Ressecada							x	
	Pegajosa						x		
	Gordurosa							x	
	Carne curada				x				
TEXTURA	Uniforme		x						
	Heterogênea					x			
	Homogênea		x		x		x		
	Gordurosa	x			x				
	Suculenta	x							
	Grossa				x				
	Lisa		x						
	Firme		x		x		x		
	Macia		x			x			
	Resistente								x
	Dura								x
	Rígida	x			x		x		
AROMA	Defumado	x					x		x
	Carne curada	x							
	Carne crua		x						
	Gordura							x	
	Pimentão	x							
	Pimenta					x	x		
	Temperos		x						
	Alho	x							
	Ranço							x	
	Suave					x		x	
	Vinho								x
	Adocicado	x	x						
SABOR	Gordura	x				x		x	
	Carne crua	x					x		
	Sangue	x							
	Defumado								x
	Alho	x	x						
	Temperos						x		
	Pimenta	x	x						
	Doce				x				
	Salgado	x			x				
	Apimentado				x	x			
	Ácido								x

TABELA 4.2. DESCRIÇÃO DOS TERMOS SUGERIDOS NA LISTA LIVRE PELO GRUPO 1 E GRUPO 2, AGRUPADOS POR ATRIBUTOS, RELATIVAMENTE ÀS AMOSTRAS DE FARINHEIRA, MORCELA E LINGUIÇA.

Atributos	Descrição	Amostras do Grupo 1			Amostras do Grupo 2		
		5	6	7	5	6	7
APARÊNCIA	Cor avermelhada			x			
	Cor vermelho sangue		x				
	Cor escura		x			x	
	Cor acastanhada		x				
	Opaca	x		x			
	Brilhante		x			x	x
	Homogênea	x	x				
	Heterogênea						x
	Uniforme					x	
	Gordurosa					x	
	Ressecada	x					
	Quebradiça	x			x		
TEXTURA	Uniforme		x	x			
	Gordurosa		x	x			
	Lisa		x	x			
	Pastosa				x		
	Oleosa					x	
	Grudenta	x					
AROMA	Macia		x	x		x	
	Pimenta		x				x
	Paprica		x				x
	Pimentão			x			x
	Temperos					x	
	Tripa do porco		x	x			
	Cominho		x				
	Sangue					x	
	Gordura				x		x
	Suave					x	x
	Adocicado				x		x
	Ranço				x		
SABOR	Farinha de milho	x			x		
	Gordura		x				
	Carne crua		x				
	Sangue		x				
	Temperos		x				
	Paprica			x			
	Pimentão		x	x			
	Cominho		x	x			
	Farinha de Milho				x		
	Farinha de trigo	x					
	Massa crua	x			x		
	Doce	x	x	x			
	Salgado		x			x	
	Amanteigado		x	x			
	Ácido	x					

Os descritores sugeridos para cada um dos enchidos, refletem que houve uma distinção nítida entre eles (mesmo não sendo por vezes os mesmos indicados por cada grupo) e nalguns casos refletem bem a sua composição, como por exemplo a identificação de vinho na amostra 4, o aroma e sabor a sangue na amostra 6, o sabor defumado na 4. Aparentemente, também no grupo 1 há uma maior coerência (por exemplo no grupo 2 consideram a amostra 3 homogénea e heterogénea) e parece haver uma caracterização mais aprofundada que no grupo 2.

No que refere às observações mencionadas nas discussões pelos participantes do Grupo 1 e Grupo 2, pode-se destacar que, para o Grupo 1, a amostra 1 (Chouriço Sabores do Alentejo), retirando-se a tripa que a envolve, foi qualificada como semelhante à linguiça toscana brasileira, mais consumida em churrasco. Citaram ainda as amostras 1 e 3 como sendo muito parecidas entre si, em relação à textura, embora a amostra 1 tenha sido qualificada como mais macia do que a amostra 3. Já no Grupo 2, dois participantes afirmaram que só pela aparência, não consumiriam a amostra 1, classificando-a como a amostra de chouriço menos apreciada.

O Grupo 1 considerou que a amostra 2 (Chouriço de Carne - Corrente Fumado Regional) se tratava da amostra mais próxima de enchidos/embutidos brasileiros que estavam habituados e que compravam na região de Fortaleza. No Grupo 2, os participantes afirmaram, relativamente a amostra 2, que pela aparência, a consumiriam, qualificando esta amostra como agradável, sendo, contudo necessária uma força maior para deglutição, e tendo sabor mais forte e aroma mais suave do que a amostra 1.

A amostra 3 (Chouriço de Porco Preto Garvão) foi considerada pelo Grupo 1, mais firme que as amostras 1, 2 e 4, porém, quanto à sua aceitação, declararam que esta se aproxima muito da amostra 1. Apesar das amostras 1 e 3 serem diferentes, são da mesma região geográfica (Alentejo), com processos de produção semelhantes envolvendo pouco ou nenhum fumo, tendo essa semelhança sido identificada pelos provadores. O Grupo 2 destacou o seu aroma, que apesar de suave, foi qualificado como bastante desagradável, não sendo atrativo.

Quanto a amostra 4 (Chouriço de Carne de Ponte de Lima), referida pelo Grupo 1 como a mais distinta quando comparada às outras amostras, é da região norte de Portugal e é um produto fumado, sendo esta a classificada como a de maior aceitação dentre as amostras de chouriço, apesar de deixarem claro que as quatro amostras teriam mercado em Fortaleza. Também neste caso, para o Grupo 2, a amostra 4 foi considerada a mais compatível com o gosto dos elementos do grupo, definindo-a como um produto nobre.

Questionados sobre o teor de sal nos enchidos/embutidos provados, os provadores do Grupo 1 e Grupo 2 consideram-no equilibrado em todas as amostras, entretanto, a amostra 4 foi considerada como tendo um menor teor de sal. Por esta razão, os participantes consideraram-na mais saudável. As características das quatro amostras referidas pelos provadores, estão em consonância com os processos de produção utilizados e a origem dos produtos.

A farinha, não foi bem aceite pelos participantes do Grupo 1, destes apenas dois dos nove participantes a comprariam. Da mesma forma, a farinha foi bastante rejeitada no grupo 2,

com base no aroma e textura, que foram considerados muito desagradáveis, o que pode ser influenciado por não estarem habituados ao seu consumo ou pela forma como foi realizada a prova e modo de preparo, sem adição de qualquer tempero. Assim, conclui-se que o grau de apreciação da farinheira para ambos os grupos foi muito baixo.

De todas as sete amostras, a morcela foi o enchido mais apreciado pelos entrevistados dos dois grupos, tendo apenas um participante do Grupo 1 referido que não a compraria. Este facto casou alguma surpresa, considerando que difere bastante dos enchidos/embutidos que estão habituados a consumir, sem adição de sangue em sua composição. A morcela foi ainda qualificada como a mais homogênea de todas as amostras provadas.

A linguiça, amostra 7, não foi mencionada pelo Grupo 1, mas pelo Grupo 2, foi descrita com aparência agradável e atrativa. Esta avaliação está dentro do esperado, por, tal qual a amostra 2, tratar-se do enchido/embutido mais próximo do que se é consumido no Brasil.

Por fim, tanto o Grupo 1 quanto o Grupo 2 concluíram que as amostras de chouriço que mais gostaram foram a amostra 2 e amostra 4. Os participantes conseguiram associar as amostras de forma coerente com a sua proveniência e forma de fabrico. mesmo considerando que 100% do Grupo 2 nunca consumiu enchidos/embutidos portugueses, diferentemente do Grupo 1.

Na **Tabela 4.3** são apresentadas as sugestões mencionadas sequencialmente pelos participantes do Grupo 1 e Grupo 2, quanto à utilização e/ou consumo das quatro amostras de chouriço e das amostras de farinheira, morcela e linguiça, na cozinha.

**TABELA 4.3. DESCRIÇÃO DAS SUGESTÕES DE APLICAÇÃO NA COZINHA E/OU CONSUMO DAS AMOSTRAS DE ENCHIDOS PORTUGUESES PELO GRUPO 1 E GRUPO 2.**

Amostras	Sugestão de Aplicação na Cozinha e/ou Consumo	
	Grupo 1	Grupo 2
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Paella</i></li> <li>• Risoto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pasta Italiana</li> <li>• Salgados</li> <li>• Em recheios</li> </ul>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Feijoada brasileira</li> <li>• Cozidos</li> <li>• Recheios de pães</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pratos com cozimento</li> <li>• Recheios de Pizzas</li> <li>• Feijoada</li> <li>• Churrasco</li> </ul>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pizzas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Churrasco</li> <li>• Adicionada ao Feijão Branco</li> <li>• Cozido português</li> </ul>
4	Não foi mencionada.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cozidos</li> </ul>
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ensopados</li> <li>• Em massas como Nhoque</li> <li>• Omeletes</li> <li>• Panquecas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frita</li> <li>• Como espessante para engrossar caldos</li> </ul>
6	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Feijoada brasileira</li> <li>• Cabidela</li> <li>• <i>Paella</i></li> <li>• Grelhada com cebola e farofa</li> <li>• Cachorro quente (<i>Hot Dog</i>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Feijoada brasileira</li> <li>• Grelhada com cebola e farofa</li> </ul>
7	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cachorro quente (<i>Hot Dog</i>)</li> <li>• Recheios de pães</li> <li>• Massas</li> <li>• Feijão branco</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Farofa</li> <li>• Arroz</li> <li>• Massas</li> </ul>

Para finalizar a discussão dos Grupos 1 e 2, os participantes assinalaram na lista CATA (vide **Anexo 3**) os termos associados aos enchidos/embutidos que caracterizam as amostras avaliadas. Os resultados são apresentados na **Tabela 4.4**, sendo destacados em vermelho, os termos mais citados (por mais de 80% dos participantes do grupo). Dos 36 termos, há 12 que foram selecionados por mais de 80% dos participantes dos dois grupos, havendo outros (9) que embora não tenham atingido 80% nos dois grupos, estiveram acima dos 65% em ambos os grupos. E há ainda 2 que estão abaixo dos 35% em ambos os grupos, existindo, portanto, concordância num conjunto grande de atributos.

TABELA 4.4. NÚMERO DE SELEÇÕES DOS TERMOS ASSOCIADOS AOS ENCHIDOS/EMBUTIDOS QUE CARACTERIZAM AS AMOSTRAS AVALIADAS.

Atributo	Descrição	Grupo 1	Grupo 2
Sabor	Característica de embutido	6	5
	Defumado	7	6
	Gorduroso	9	6
	Salgado	8	6
	Ácido	6	3
	Temperos	8	6
	Sem sal	-	4
	Amargo	-	-
	Carne	8	4
Aroma	Característica de embutido	7	4
	Defumado	8	6
	Ácido	5	2
	Rançoso	1	5
	Temperos	7	5
	Aroma Intenso	8	5
	Aroma Suave	2	5
	Carne	7	4
Textura	Firme	9	6
	Macia	9	6
	Gelatinosa	1	1
	Farinhenta	-	4
	Homogênea	7	4
	Heterogênea	8	5
	Seco	4	2
	Suculento	8	3
	Borrachento	5	6
Aparência	Cor vermelha	9	6
	cor castanha	4	3
	Cor alaranjada	9	6
	Homogênea	5	4
	Heterogênea	7	5
	Brilhante	6	6
	Muita gordura	8	6
	Pouca gordura	5	4
	Cor clara	3	5
	cor escura	8	5
<b>Número De Participantes</b>		<b>9</b>	<b>6</b>

Considerando os termos usados para descrever as amostras, as sugestões de utilização das amostras de enchidos/embutidos portugueses na cozinha e observações citadas pelo Grupo 1 e Grupo 2, conclui-se que de um modo geral, os enchidos/embutidos portugueses tiveram uma boa recetibilidade, com exceção da farinheira. Porém, deve-se ressaltar que esta foi servida apenas cozida na água, sem adição de tempero ou qualquer condimento e, para além disso, está um pouco fora do padrão de enchidos/embutidos consumidos em Fortaleza e no Brasil. Aliás, a semelhança com os produtos geralmente consumidos, foi a justificação para a preferência demonstrada por ambos os grupos pela amostra 2, um chouriço corrente e de qualidade mediana, mas que foi classificado como o mais parecido com os enchidos/embutidos que costumam consumir. Na verdade, na ficha de seleção a linguagem foi indicada por ambos os grupos como o enchido/embutido

que mais consomem. A cor escura e o sangue adicionado em seus ingredientes, levava-nos a prever que a morcela seria o enchido/embutido com maior rejeição, por ser o de maior contraste com os enchidos/embutidos brasileiros, mas provou-se ser totalmente o contrário, tendo esta uma boa aceitação.

Os enchidos com menos aceitação para ambos os grupos, foram os de origem Alentejana, ou seja, obtidos com uma técnica de produção semelhante, e tendo um perfil de aroma e sabor comum. Uma justificação para isto pode ser por falta de familiarização com as suas características organolépticas. Já o chouriço de Ponte de Lima, um chouriço com um sabor fumado mais acentuado e com um perfil de sabor e aroma diferente, foi bastante apreciado e considerado um produto nobre.

Outro fator importante a referir é o número de participantes que desconhece e, que nunca consumiu enchidos/embutidos portugueses, apesar de serem estudantes do Curso de Gastronomia. Tal pode ser justificado pela indisponibilidade e falta de promoção dos produtos no mercado local (Fortaleza, Brasil), limitando assim, o seu consumo e a sua aplicação na cozinha. Da mesma forma a falta destas ações foram identificadas e referidas como importantes, por outros autores (Dalgic & Leeuw, 1994). Também, um estudo de avaliação da oportunidade da introdução de um chouriço português em mercado de nicho em Inglaterra, refere que a falta de promoção do produto reduz a possibilidade de consumo, considerando que os consumidores britânicos precisam primeiro ter um conhecimento e/ou uma experiência, que anteceda a compra (Tamagnini & Tregear, 1998).

### 4.2. Teste de Aceitação Sensorial, Intenção de Compra e *Check-All-That-Apply* (CATA)

De acordo com o Formulário de Seleção de Provedores para a avaliação Sensorial (vide **Anexo 4**) preenchido pelos participantes, em relação ao consumo de enchidos/embutidos, apenas 3 dos 100 participantes não consomem enchidos/embutidos. Sobre a frequência de consumo de enchidos/embutidos (**Figura 4.6**), 38% dos participantes consome 1 vez por semana, enquanto que apenas 8% das pessoas, consome 1 vez por mês. Note-se que a proporção de participantes que consomem 2 vezes por semana ou mais é de 25%.

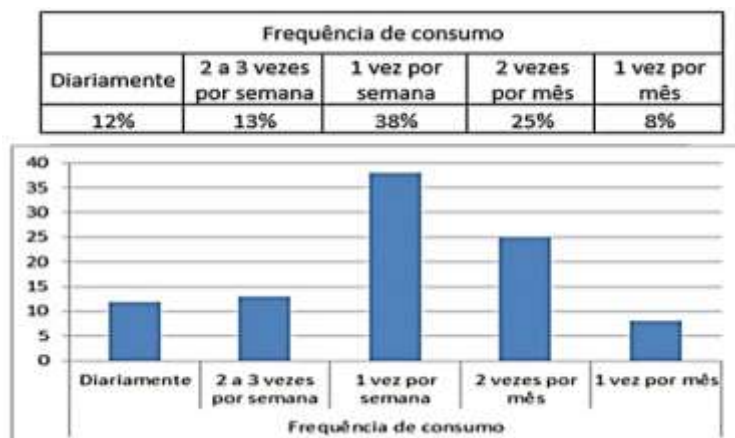
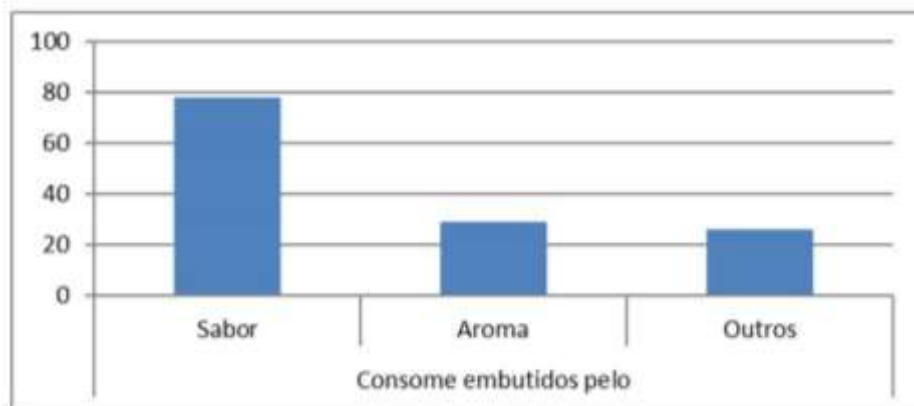


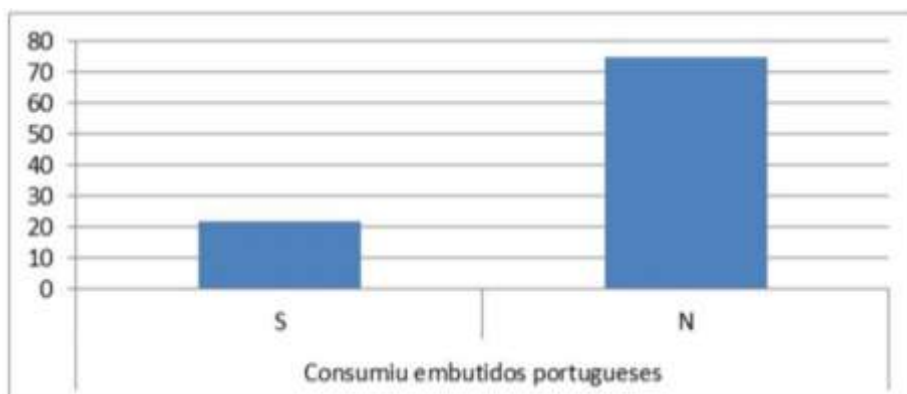
FIGURA 4.6 FREQUÊNCIA DE CONSUMO DE ENCHIDOS/EMBUTIDOS

Questionados sobre o atributo (**Figura 4.7**) que consideram de maior relevância no consumo de enchidos/embutidos, o sabor foi destacado como o mais importante (78%), seguido do aroma (29%), tal como aconteceu no Grupo de Foco.



**FIGURA 4.7 ATRIBUTOS RELEVANTES NO CONSUMO DE ENCHIDOS/EMBUTIDOS.**

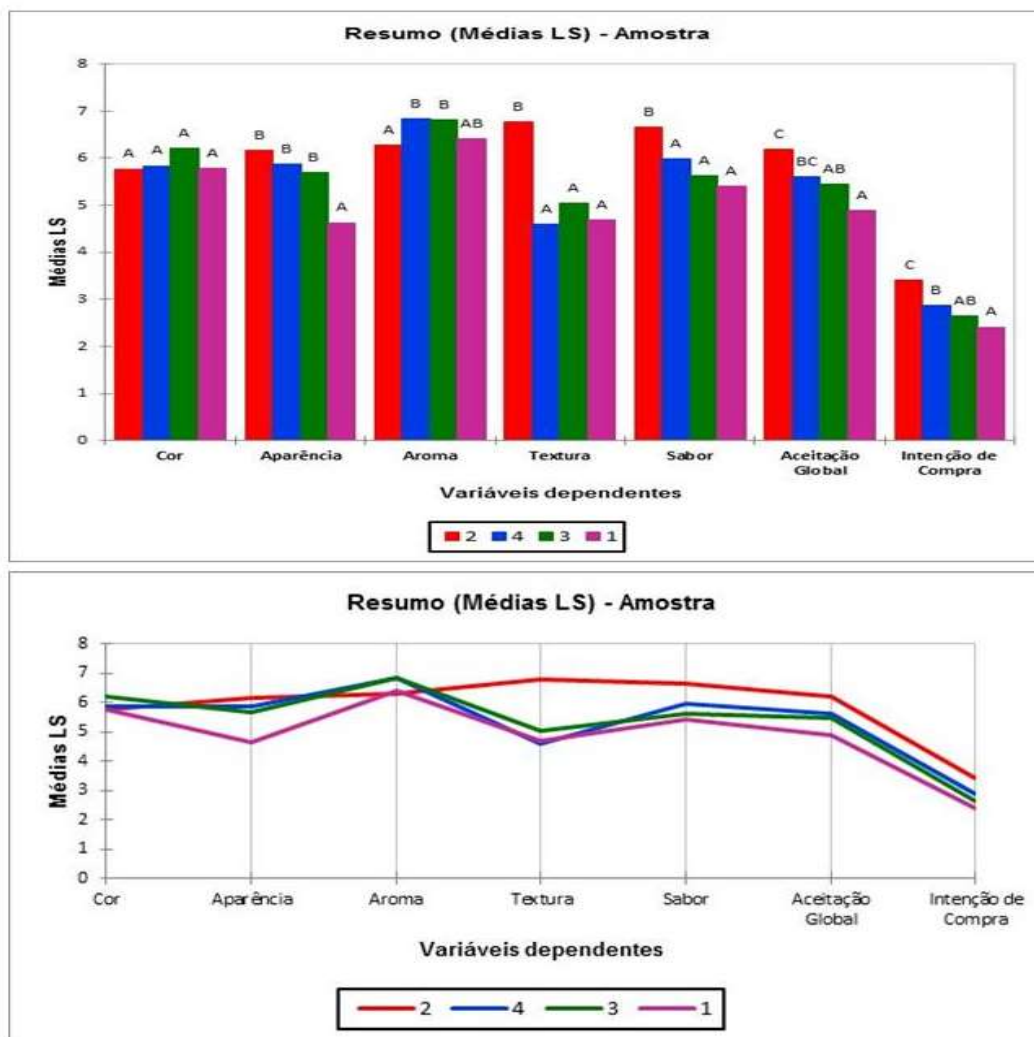
Quanto ao consumo de enchidos/embutidos portugueses (**Figura 4.8**), observou-se que, tal como ocorreu com os participantes do Grupo de Foco, a maioria (75%) nunca consumiu. Este facto reforça a falta de conhecimento do produto e a falta de promoção destes através de empresas importadoras, exportadoras ou fabricantes. Dentre os tipos de enchidos/embutidos que consomem, foram citados linguiça, mortadela, salame e salsicha, o que leva a concluir que há pouca variedade de enchidos/embutidos consumidos habitualmente pelos brasileiros quando comparados aos portugueses.



**FIGURA 4.8 CONSUMO DE ENCHIDOS/EMBUTIDOS PORTUGUESES.**

Os resultados do Teste de Avaliação Hedónica (**Figura 4.9**) mostram que a cor foi o único atributo cuja avaliação foi idêntica para todas as amostras, não havendo diferenças significativas entre elas. Em relação à aparência, a amostra 1 é a única que apresenta diferença estatística ( $P < 0,05$ ), relativamente às demais, que não diferem entre si e que foram avaliadas de forma mais positiva pelos consumidores. Tanto no sabor como na textura, somente a amostra 2 se distinguiu das demais, tendo obtido valores mais elevados na classificação hedónica, sendo a diferença mais

significativa na textura. O aroma da amostra 2 difere significativamente das amostras 3 e 4, que são semelhantes e com valores de preferência superiores, note-se que são produtos de maior qualidade. Mas não difere significativamente da amostra 1, que por sua vez também não difere significativamente das amostras 3 e 4. Entre os mesmos atributos, médias apresentadas com pelo menos uma letra igual, não diferem entre si ao nível de 5% de significância para o teste de Tukey.



**FIGURA 4.9 VALORES MÉDIOS E RESULTADOS DOS TESTES DE MÉDIAS DE TUKEY AO NÍVEL DE 5% DE PROBABILIDADE DE AMOSTRAS DE CHOURIÇOS: 1; 2; 3 E 4.**

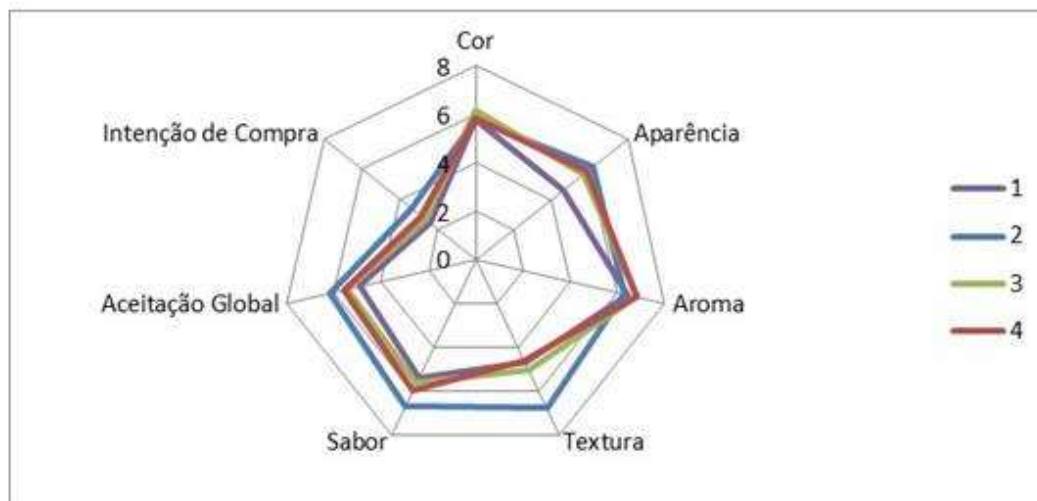
PARA CADA UM DOS ATRIBUTOS, COLUNAS COM PELO MENOS UMA LETRA IGUAL, NÃO DIFEREM ENTRE SI AO NÍVEL DE 5% DE SIGNIFICÂNCIA.

ESCALA HEDÔNICA DE NOVE PONTOS, VARIANDO DE 1 – DESGOSTEI EXTREMAMENTE, A 9 – GOSTEI EXTREMAMENTE.

FONTE: ELABORADO PELO AUTOR (2018)

As maiores diferenças quanto às amostras de chouriços avaliadas, são percebidas através dos valores obtidos para aceitação global e intenção de compra. Nestes parâmetros a amostra 2 é avaliada de forma mais positiva e com diferenças significativas relativamente às outras amostras,

com exceção da amostra 4, no que diz respeito à apreciação global. Considerando que o atributo sabor foi destacado como o mais relevante no consumo de enchidos, sendo a amostra 2 a que apresentou maior valor e a única que apresentou diferenças significativas relativamente a todas as amostras, o mesmo ocorreu na aceitação global e intenção de compra (**Figura 4.10**), para tal pode também ter contribuído a avaliação positiva da textura.



**FIGURA 4.10** GRÁFICO DE VALORES MÉDIOS DOS ATRIBUTOS E INTENÇÃO DE COMPRA.

Note-se que a amostra 2 foi também a preferida pelos elementos dos dois grupos que participaram no Grupo de Foco, foi ainda considerada pelos participantes a amostra com características mais semelhantes com os enchidos habitualmente consumidos pelos participantes. Esta pode ser a razão para ser a amostra preferida pelos participantes, embora seja a amostra de preço e qualidade mais baixos – um chouriço corrente. Note-se ainda que os dois chouriços alentejanos são os que apresentam valores de aceitação global e intenção de compra mais baixos, tal como já tinha ocorrido no estudo com o Grupo de Foco.

### 4.3. Análise CATA

Os resultados do “teste Q de Cochran” para a análise CATA, são representados na **Tabela 4.5** onde estão presentes os 27 termos associados às amostras de chouriço avaliadas. A frequência de uso de cada termo foi determinada através da contagem do número de consumidores que utilizaram cada termo, e a análise estatística foi realizada ao nível de 5% de significância.

Nas amostras 1 e 3 o termo mais marcado pelos consumidores foi “sabor gorduroso”, diferenciando-as estatisticamente das amostras 2 e 4, que foram semelhantes entre si e em que este termo foi citados menos frequentemente. Já na amostra 2, o atributo mais selecionado foi “cor alaranjada”, que distancia esta amostra das demais. Os valores obtidos neste atributo aproximam mais uma vez as amostras 1 e 3. Este quesito não mostra relevância na amostra 4, selecionado apenas por 3 consumidores.

A “cor escura” foi o atributo mais destacado na amostra 4, diferindo-se das amostras 1, 2 e 3, que são similares neste quesito. Porém, há atributos em que as amostras 1, 2, 3 e 4 apresentam equivalência, como é o caso dos termos “gosto salgado”, “sabor de carne”, “aroma característico de embutido/enchido”, “aroma de carne” e “aparência homogênea”.

**TABELA 4.5. RESULTADO DO TESTE DE COCHRAN Q AO NÍVEL DE 5% DE SIGNIFICÂNCIA PARA CADA ATRIBUTO.**

Atributos	P- valores	1	2	3	4
Sabor característica de embutido	0,000	0.220 (a)	0.460 (b)	0.320 (ab)	0.360 (ab)
Sabor defumado	0,000	0.220 (a)	0.350 (a)	0.230 (a)	0.630 (b)
Sabor gorduroso	0,000	0.840 (b)	0.200 (a)	0.680 (b)	0.250 (a)
Gosto salgado	0,012	0.320 (a)	0.460 (a)	0.310 (a)	0.460 (a)
Gosto ácido	0,000	0.040 (a)	0.040 (a)	0.070 (a)	0.250 (b)
Sabor de temperos	0,003	0.510 (ab)	0.580 (b)	0.400 (ab)	0.370 (a)
Sabor de carne	0,345	0.220 (a)	0.280 (a)	0.260 (a)	0.320 (a)
Aroma característico de embutido	0,053	0.330 (a)	0.480 (a)	0.360 (a)	0.430 (a)
Aroma defumado	0,000	0.270 (a)	0.320 (a)	0.340 (a)	0.620 (b)
Aroma de temperos	0,000	0.600 (b)	0.450 (b)	0.440 (b)	0.230 (a)
Aroma intenso	0,000	0.290 (a)	0.240 (a)	0.270 (a)	0.530 (b)
Aroma de carne	0,818	0.190 (a)	0.210 (a)	0.230 (a)	0.190 (a)
Firme	0,000	0.160 (a)	0.380 (b)	0.290 (ab)	0.730 (c)
Macia	0,000	0.430 (c)	0.440 (c)	0.240 (b)	0.020 (a)
Textura homogênea	0,000	0.060 (a)	0.330 (b)	0.060 (a)	0.180 (ab)
Textura heterogênea	0,000	0.410 (b)	0.210 (a)	0.420 (b)	0.120 (a)
Suculento	0,000	0.430 (b)	0.140 (a)	0.340 (b)	0.060 (a)
Borrachento	0,000	0.340 (ab)	0.210 (a)	0.420 (b)	0.680 (c)
Cor vermelha	0,000	0.650 (c)	0.120 (a)	0.470 (bc)	0.290 (b)
Cor alaranjada	0,000	0.330 (b)	0.820 (c)	0.450 (b)	0.030 (a)
Aparência homogênea	0,039	0.130 (a)	0.160 (a)	0.060 (a)	0.180 (a)
Aparência heterogênea	0,009	0.240 (ab)	0.200 (ab)	0.320 (b)	0.160 (a)
Brilhante	0,000	0.550 (b)	0.100 (a)	0.450 (b)	0.080 (a)
Muita gordura	0,000	0.590 (b)	0.190 (a)	0.500 (b)	0.230 (a)
Pouca gordura	0,000	0 (a)	0.220 (b)	0.050 (a)	0.230 (b)
Cor clara	0,000	0.210 (b)	0.440 (c)	0.170 (b)	0.020 (a)
Cor escura	0,000	0.120 (a)	0.050 (a)	0.180 (a)	0.860 (b)

Médias apresentadas na mesma linha com pelo menos uma letra igual, não diferem entre si ao nível de 5% de significância para o teste de Cochran.

Fonte: elaborado pelo autor (2018)

Os entrevistados diferenciaram, portanto, as várias amostras conforme referido e como pode ser visto também no gráfico (**Figura 4.11**) da Análise dos Componentes Principais (PCA) da

avaliação CATA, onde estão os vários atributos distribuídos por quatro quadrantes e a posição das amostras junto aos atributos que mais as representam. Este gráfico permite observar uma variação total de 97,77% motivada pelos componentes principais 1 e 2. As amostras 1 e 3 mostram-se semelhantes para a maioria dos provadores sendo caracterizadas pelos termos “brilhante”, “sabor gorduroso”, “cor vermelha”, “muita gordura”, “suculento”, “textura heterogênea” e “aparência heterogênea”. Desta mesma forma, destaca-se o isolamento das amostras 2 e 4, proporcionado pela desigualdade entre ambas, exposta através de seus atributos. Pode-se verificar como exemplo que a amostra 2 se destaca com a “cor clara” e “alaranjada”, o “aroma e sabor a temperos” e a “textura macia”, enquanto na amostra 4 é a “cor escura”, o “aroma intenso e a defumado”, o “gosto ácido” e a “textura borrachenta” que a caracterizam. Os resultados obtidos são coerentes com os do estudo com o Grupo de Foco e com as características das amostras. As amostras 1 e 3, de chouriços da região do Alentejo foram consideradas como tendo características semelhantes. Já as amostras 2 e 4 são de regiões diferentes e com características diferentes das anteriores e diferentes entre si. O “gosto ácido” foi associado à amostra 4, o que pode ser justificado por ser temperada em vinha d’alho. O quarto quadrante apresenta atributos que não estão vinculados às amostras 1, 2, 3 e 4.

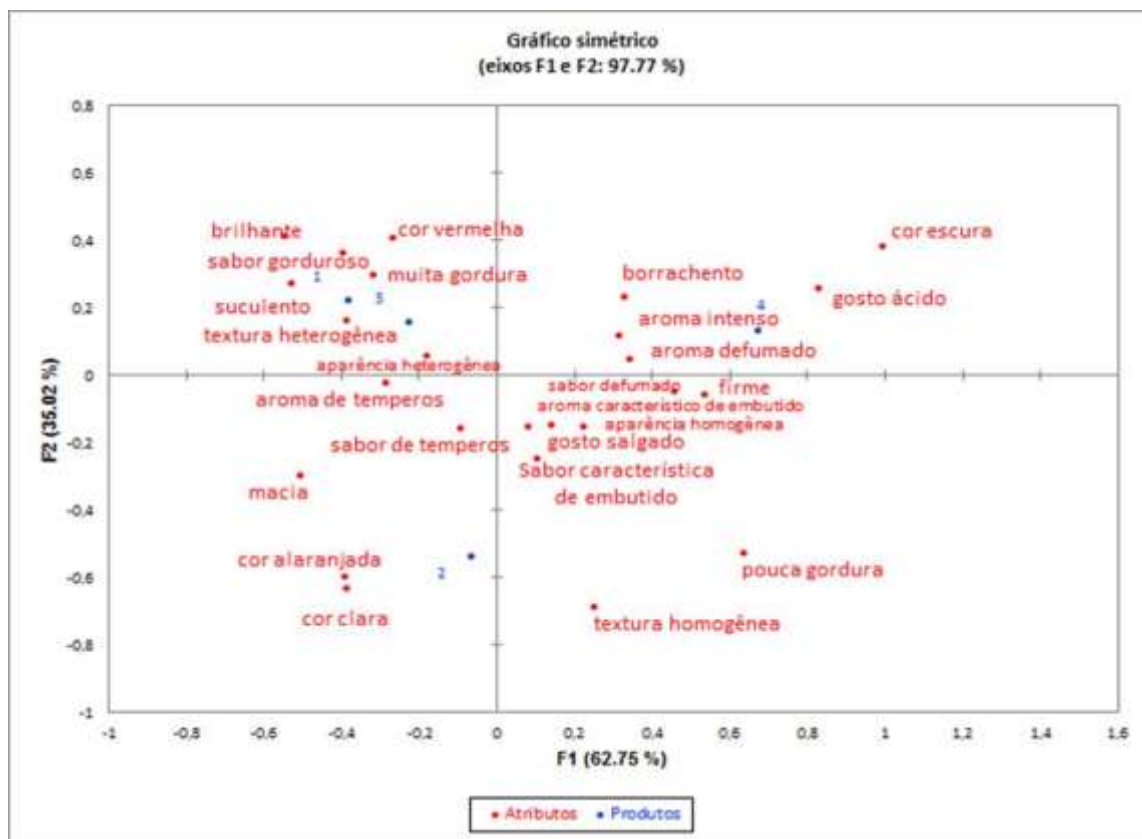
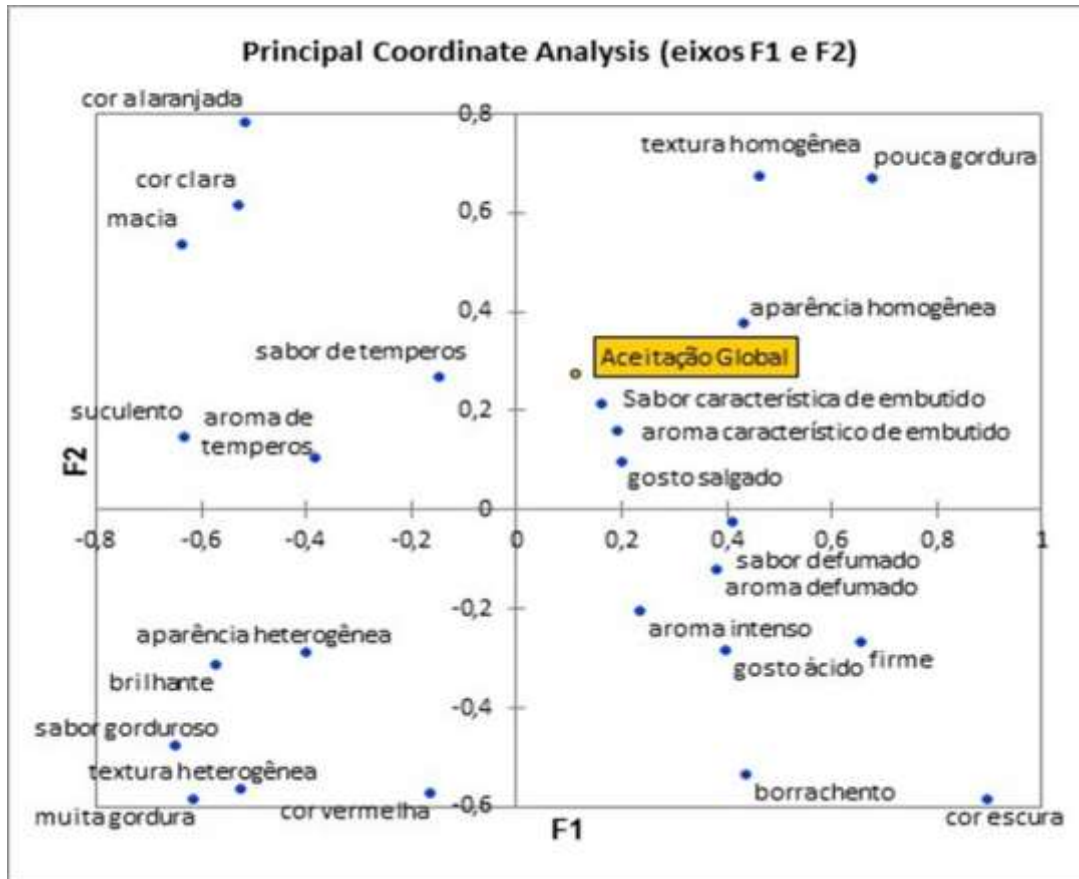


FIGURA 4.11. GRÁFICO DE ANÁLISE DE COMPONENTES PRINCIPAIS (ACP) DA AVALIAÇÃO CATA PARA AS AMOSTRAS DE CHOURIÇOS.

Na **Figura 4.12** apresenta-se a associação da Avaliação Global e dos termos da avaliação CATA relativa aos quatro chouriços. Pode observar-se que os atributos que mais contribuem para uma Avaliação Global positiva, ou seja, que os entrevistados gostariam que estivessem presentes nas amostras, foram: “textura” e “aparência homogêneas”, “aromas característico de embutido”, “sabor característico de embutido”, “pouca gordura” e “gosto salgado”.



**FIGURA 4.12. ASSOCIAÇÃO ENTRE O ATRIBUTO “IMPRESSÃO GLOBAL” E OS TERMOS DA AVALIAÇÃO CATA.**

No Mapa de Preferência interno (**Figura 4.13**), onde cada ponto vermelho representa um provador e os pontos azuis as amostras, destacam-se os consumidores que gostaram mais de uma determinada amostra, sendo perceptíveis as suas preferências, e formando nichos de mercados diferentes. É interessante notar que as preferências estão bem definidas, constatando-se, como já mencionado anteriormente, a proximidade dos consumidores das amostras 1 e 3, formando um grupo, bem como o facto das amostras 2 e 4 ficarem isoladas.

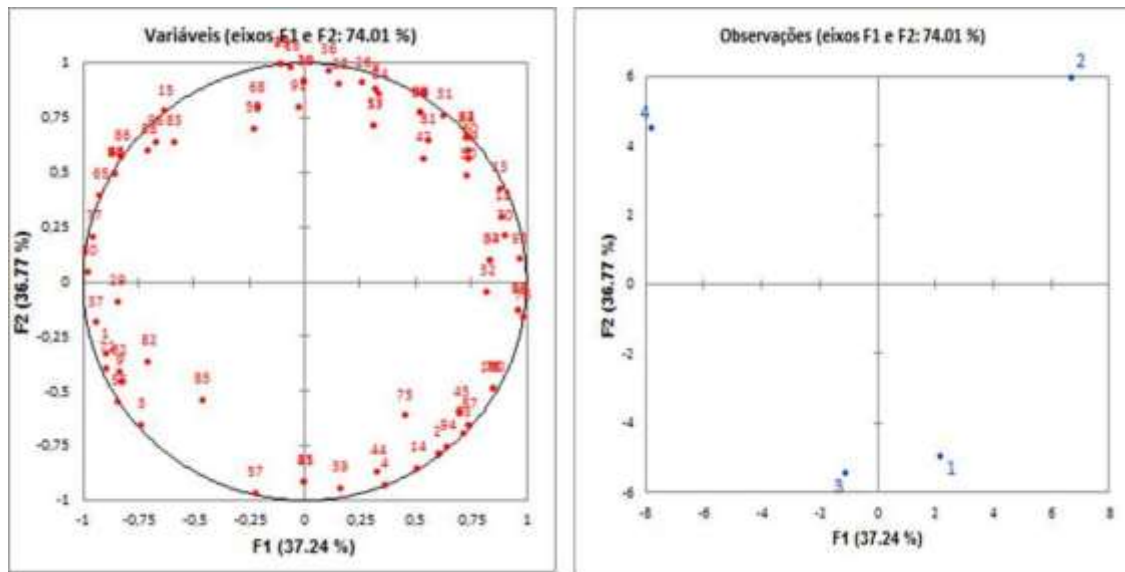


FIGURA 4.13. GRÁFICOS DE MAPA DE PREFERÊNCIA INTERNO DAS AMOSTRAS DE CHOURIÇO 1, 2, 3 E 4.

## 4.4. Questionários e Entrevistas

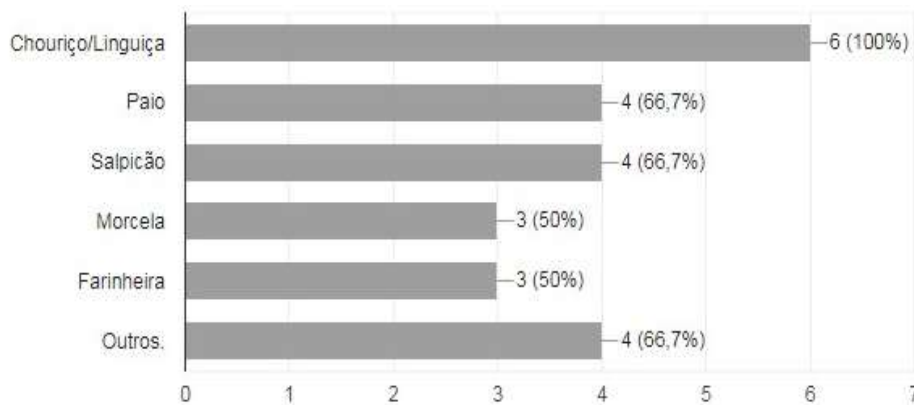
Para complementar o trabalho realizado, pretendeu-se recolher informação sobre aspetos relacionados com a importação e exportação de enchidos/embutidos portugueses para o Brasil e ainda sobre o padrão de consumo de enchidos dos consumidores de Fortaleza e o tipo de oferta de enchidos/embutidos dos restaurantes portugueses em Fortaleza e problemas relacionados com a sua aquisição (vide **Anexos 7 – 10**).

### 4.4.1. Questionários a Empresas Exportadoras e Importadoras

Ainda que o questionário direcionado às empresas de importação (vide **Anexo 7**), tenha sido enviado para 7 empresas importadoras de enchidos/embutidos no Brasil, nenhuma o respondeu. Insistiu-se durante algum tempo, através do envio de emails, mas sempre sem resultado. Assim, não foi possível recolher qualquer informação junto de empresas importadoras.

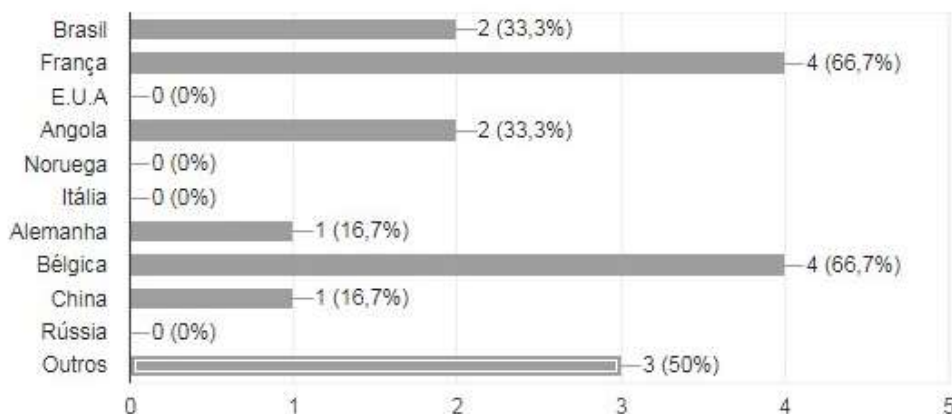
Já o questionário encaminhado para as empresas exportadoras de enchidos/embutidos portugueses, enviado para 29 empresas, teve resposta, mas somente seis. Nestes casos, apesar das empresas terem acedido a responder, não responderam a todas as questões.

Das 6 empresas exportadoras que responderam o questionário, todas declararam exportar atualmente enchidos/embutidos para outros países. O chouriço/linguiça foi classificado como o enchido/embutido português mais exportado (**Figura 4.14**), citado por todas as exportadoras, seguido do paio e do salpicão, exportados por 4 das 6 empresas. Além destes, a morcela e a farinheira foram incluídas por 3 exportadoras e “outros” enchidos/embutidos também foram declarados por 4 empresas, que mencionaram o “painho”, “presunto”, “lombo”, “cachaço” e “alheira”.



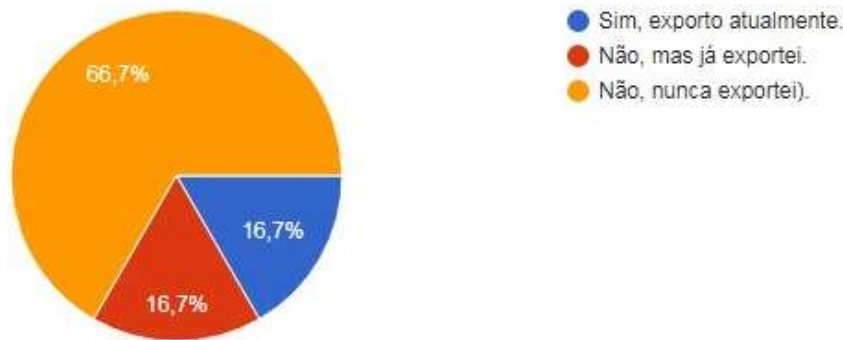
**FIGURA 4.14 EMBUTIDOS PORTUGUESES EXPORTADOS.**

No gráfico da **Figura 4.15**, são apresentados dados relativamente aos países de destino dos enchidos/embutidos exportados. O país para qual mais empresas exportam, está a França, segundo afirmaram 4 exportadoras e possivelmente, isto decorre devido à grande comunidade portuguesa residente em França e ainda a vários fatores que beneficiam a negociação, como por exemplo a mesma moeda, normas europeias e distância, reduzindo o tempo de entrega. Já o Brasil, foi mencionado por apenas duas empresas, estando no mesmo patamar que Angola.



**FIGURA 4.15 PAÍSES PARA QUAL AS EMPRESAS PORTUGUEAS EXPORTAM ENCHIDOS/EMBUTIDOS.**

Relativamente à exportação para o Brasil (**Figura 4.16**), das 6 empresas que participaram no estudo, apenas 1 empresa respondeu que exporta atualmente para o país, 4 nunca exportaram e uma não exporta, mas já exportou, encerrando suas vendas para o Brasil devido à pequena quantidade de pedidos, realizados apenas esporadicamente. Segundo os exportadores, um dos principais fatores que contribuem para a queda na exportação é a legislação brasileira muito rigorosa e burocrática, desestimulando a continuidade da atividade para o país.



**FIGURA 4.16 ATIVIDADE DE EXPORTAÇÃO PARA O BRASIL.**

A empresa que atualmente exporta enchidos/embutidos para o Brasil, mantém a atividade para este mercado há entre 1 e 3 anos. Embora somente uma empresa tenha mencionado que exporta, 2 responderam à questão sobre a frequência quanto à exportação, sendo que, para uma delas, ocorre “duas vezes por ano”, enquanto a outra declarou ser apenas “1 vez ao ano”. Contudo, ambas afirmaram que o período em que há maior volume de exportação é entre janeiro e março. Assim como acontece em outros países, dentre os enchidos/embutidos portugueses exportados para o Brasil, “chouriço/linguiça” são os mais exportados, seguido de “paio” e outros não especificados.

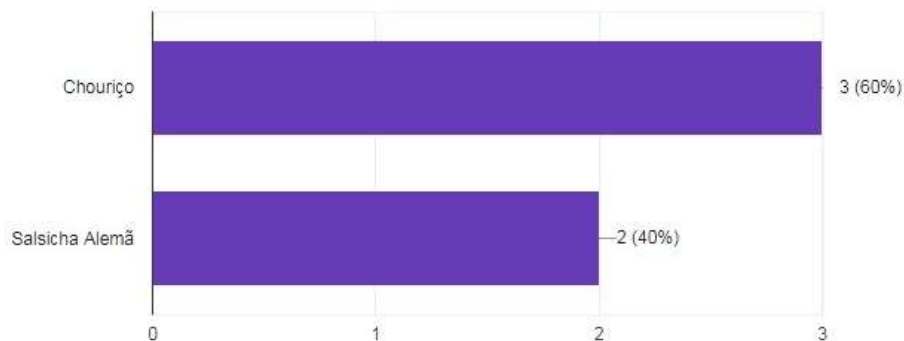
Quando questionadas sobre a evolução da exportação no Brasil, uma das empresas exportadora referiu que a sua atividade “aumentou ligeiramente”, para outra manteve-se “sem alteração”. A burocracia para obter a licença para exportar, é considerada a maior dificuldade na atividade de exportação para o Brasil por duas das empresas participantes da entrevista, seguida de “prazo para obter a licença”, “processo aduaneiro da Receita Federal do Brasil”, “tempo de entrega”, “impostos” e “legislação brasileira”. Tais dificuldades confirmam mais uma vez, o que foi mencionado anteriormente sobre a burocracia e rigorosidade das normas brasileiras, o que dificulta o crescimento da exportação para o mercado brasileiro.

#### 4.4.2. Questionários a Restaurantes de Comida Portuguesa em Fortaleza

Nas visitas realizadas aos restaurantes de comida portuguesa em Fortaleza (Tasca do Tio, Tio Armênio, Sobreiro, João do Bacalhau e Marquês da Varjota), todos manifestaram disponibilidade

para participar do estudo, embora também neste caso não tenham respondido a todas as questões. Destes, há dois em funcionamento há menos de 5 anos, um em funcionamento há mais de 5 e menos de 10 anos, e dois funcionam há mais de 10 anos.

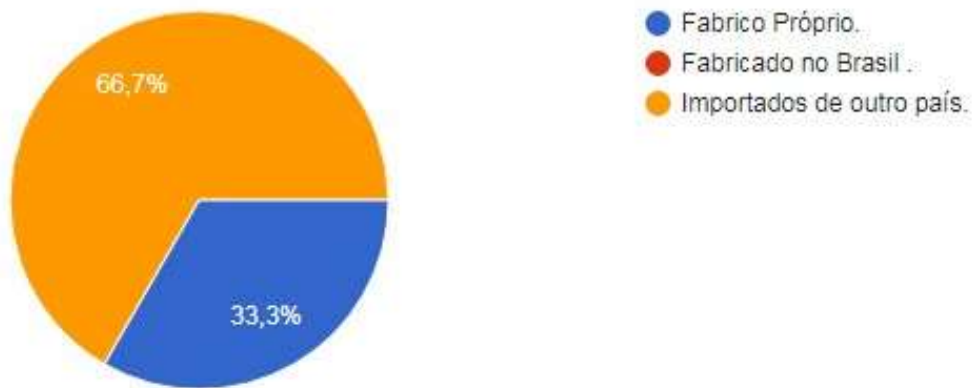
Dos 5 restaurantes, apenas 2 não ofertam em seus menus, enchidos/embutidos como entradas ou prato principal. Dentre os enchidos/embutidos ofertados (**Figura 4.17**), chouriços são citados por todos os restaurantes e além destes, está incluída “salsicha alemã”, mencionada por dois deles. Vale salientar que os chouriços são todos de origem portuguesa.



**FIGURA 4.17 GRÁFICO DE ENCHIDOS/EMBUTIDOS OFERTADOS EM RESTAURANTES DE COMIDA PORTUGUESA EM FORTALEZA.**

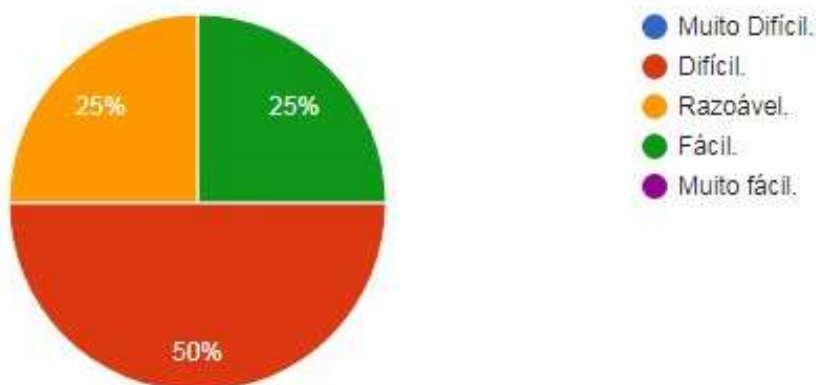
Contudo, a oferta de enchidos/embutidos nos restaurantes entrevistados é recente, com exceção de apenas 1 restaurante, que oferta enchidos/embutidos há mais de 10 anos. Considerando-se a variedade de enchidos portugueses existente em comparação com os que são ofertados nos restaurantes, é evidente a grande discrepância. Pode-se justificá-lo mais uma vez, tal como mencionado nos capítulos anteriores, com a falta de conhecimento dos produtos, falta de comunicação e indisponibilidade dos produtos no mercado, constatando-se a oportunidade de mercado para as empresas exportadoras.

A proveniência destes enchidos/embutidos indicada pelos três restaurantes que responderam a esta questão é apresentada na **Figura 4.18**. Os enchidos/embutidos importados são de origem portuguesa, enviados de Portugal e a importação dos enchidos/embutidos é realizada através de uma empresa de *trading*, a Calimp Importação e Exportação Ltda. No mercado de Fortaleza, verificou-se estar presente apenas uma marca de enchidos/embutidos portugueses, a Primor, sendo esta a que os restaurantes utilizam em seus pratos. Esta falta de variedade e disponibilidade dos enchidos/embutidos causa um grande impacto no consumo, por outro lado dela que ressalta a oportunidade de mercado, embora reflita também o grau de dificuldade das empresas exportadoras de chegarem ao mercado brasileiro.



**FIGURA 4.18 . PROVENIÊNCIA DOS ENCHIDOS/EMBUTIDOS OFERTADOS EM RESTAURANTES DE COMIDA PORTUGUESA EM FORTALEZA.**

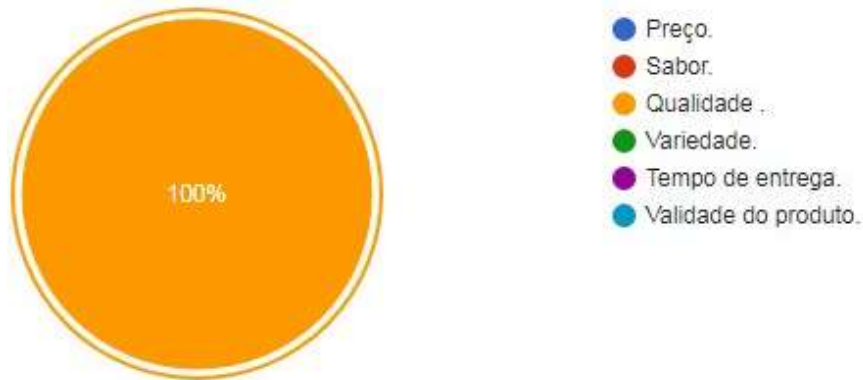
O grau de facilidade em adquirir enchidos/embutidos portugueses em Fortaleza, declarado por 4 restaurantes, é exposto na **Figura 4.19**, onde se comprova novamente que não só há procura como também há indisponibilidade do produto no mercado, dificultando a oferta, o consumo e a ampliação da utilização de enchidos/embutidos em pratos culinários.



**FIGURA 4.19 FACILIDADE NA AQUISIÇÃO DOS ENCHIDOS/EMBUTIDOS NO MERCADO DE FORTALEZA.**

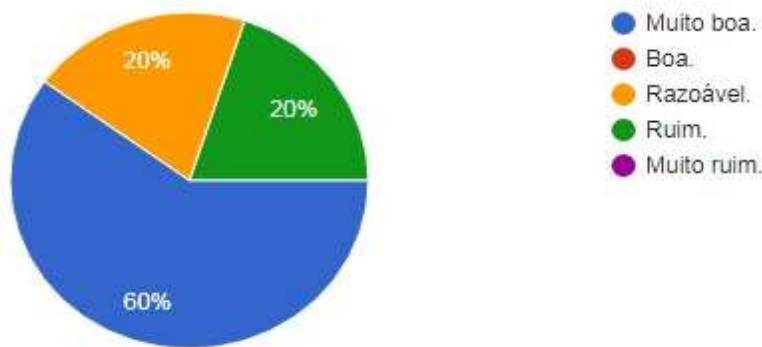
O chouriço/linguiça foi mencionado por 3 restaurantes, como sendo o único e mais consumido dentre os enchidos/embutidos portugueses. O que nos leva a crer que este resultado pode ser influenciado pela falta de conhecimento da variedade que há entre os enchidos/embutidos portugueses e a indisponibilidade na região.

A “qualidade” foi considerada o atributo (**Figura 4.20**) de maior relevância na decisão de compra de enchidos/embutidos portugueses, mencionada por 4 restaurantes. Pode-se considerar que, possivelmente este resultado seja afetado pelo fato de se tratar de um produto importado, com valor de mercado diferente frente aos produtos nacionais concorrentes e pelo fato de em termos culturais, geralmente os produtos importados serem associados a produtos nobres.



**FIGURA 4.20 FATOR COM MAIOR PESO NA DECISÃO DE COMPRA DE ENCHIDOS/EMBUTIDOS PORTUGUESES.**

De acordo com os restaurantes entrevistados, os enchidos/embutidos portugueses têm uma boa aceitação (**Figura 4.21**) no mercado do Estado do Ceará, sendo qualificada como “ruim” por somente um restaurante.



**FIGURA 4.21 ACEITAÇÃO DE ENCHIDOS/EMBUTIDOS PORTUGUESES EM RESTAURANTES DE COMIDA PORTUGUESA EM FORTALEZA.**

Três restaurantes definiram os consumidores (**Figura 4.22**) de enchidos/embutidos portugueses em seus estabelecimentos como sendo tanto portugueses residentes no Brasil, portugueses de férias no Brasil, como clientes brasileiros.

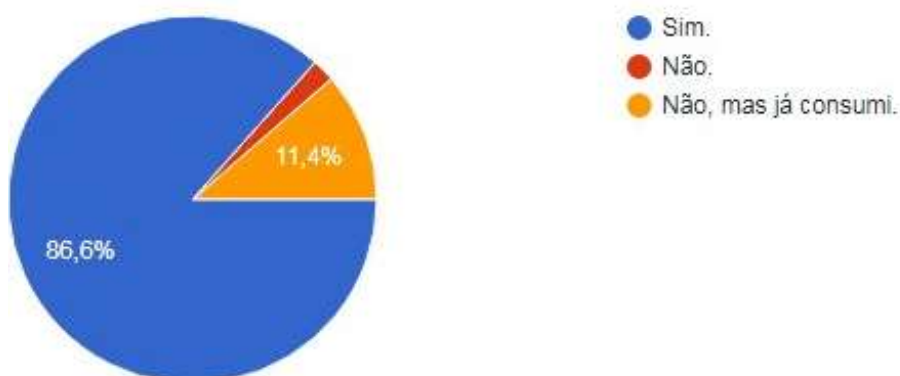


**FIGURA 4.22 PERFIL DE CONSUMIDORES DE ENCHIDOS/EMBUTIDOS PORTUGUESES NOS RESTAURANTES DE COMIDA PORTUGUESA EM FORTALEZA.**

Os enchidos portugueses foram qualificados por 2 dos 5 restaurantes como sendo melhores face aos de outros países, incluindo o Brasil, acrescentando ainda que a diferença está no “sabor”, “qualidade” e “variedade”. Os 3 outros restaurantes optaram por não responder.

### 4.4.3. Questionários a Consumidores

Em decorrência do questionário de pesquisa de avaliação do padrão de consumo de enchidos/embutidos em Fortaleza/Ceará, respondido por 151 consumidores, dos quais 93 vivem no Ceará, pode-se constatar como é alto o consumo de enchidos/embutidos na região. No gráfico da **Figura 4.23**, pode observar-se que a maioria dos entrevistados 129 pessoas, refere que consome enchidos/embutidos, enquanto somente 17 não os consomem, embora já tenham consumido, e 3 pessoas declararam que nunca consumiram.



**FIGURA 4.23 CONSUMO DE ENCHIDOS/EMBUTIDOS POR CONSUMIDORES DO CEARÁ.**

Dos enchidos/embutidos consumidos (**Figura 4.24**) na região, a linguiça calabresa foi citada pela maioria como sendo o que mais consomem. Isto pode ser decorrente desta ser muito utilizada em pizzas, massas, farofas (farinha de mandioca geralmente acrescida de cebola e alho refogados com azeite, manteiga ou óleo), em petiscos, servida frita com cebola e até mesmo utilizada na feijoada, considerada mesmo uma paixão nacional. Em seguida, como já era esperado, destacaram a linguiça toscana, famosa por ser consumida em churrascos, outra paixão dos brasileiros. Em terceiro lugar, está o paio, que tem maior consumo em feijoada. Em quarto lugar, com uma percentagem bastante inferior, está a linguiça tipo portuguesa, o enchido mais próximo, como o próprio nome diz, dos enchidos portugueses, sendo mais consumida também em feijoada, farofas, massas, feijão, dentre outros pratos. Porém, além destes enchidos/embutidos mencionados, outros também foram incluídos quanto ao consumo, como é o caso do salame e mortadela.

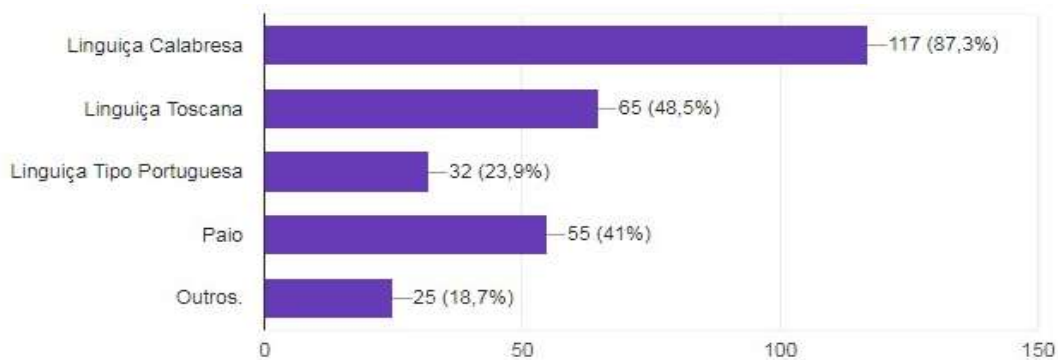


FIGURA 4.24 ENCHIDOS/EMBUTIDOS CONSUMIDOS NO CEARÁ.

O gráfico da **Figura 4.25** destaca como os enchidos/embutidos portugueses ainda são desconhecidos pela maioria dos consumidores entrevistados, 92 pessoas, enquanto apenas 56 participantes declararam conhecer.

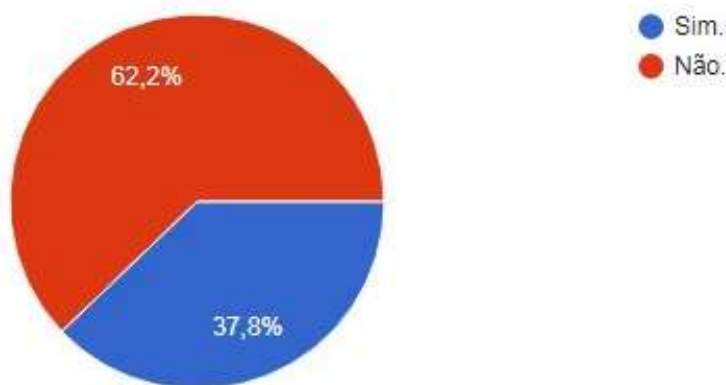


FIGURA 4.25 CONHECIMENTO DE ENCHIDOS/EMBUTIDOS PORTUGUESES PELOS CONSUMIDORES DO CEARÁ.

Quando questionados se consomem ou já consumiram enchidos/embutidos portugueses (**Figura 4.26**), a maioria, 77 pessoas, afirmou que não consome, 46 declararam consumir e 25 não consomem, mas já consumiram. Dentre as razões (**Figura 4.27**) para não consumirem ou terem deixado de consumir, as mais citadas foram a falta de comunicação do produto seguida da indisponibilidade dos produtos no mercado brasileiro. Um fator interessante é que apenas duas pessoas mencionaram como “outra” razão, a questão de não considerarem saudáveis. Tal pode estar relacionado com o facto de em 2015, a Organização Mundial da Saúde – OMS, ter declarado como sendo cancerígenos, produtos como enchidos/embutidos e outras carnes processadas (International Agency for Research on Cancer, 2015). Os resultados demonstram mais uma vez que há oportunidade de mercado e de reverter os que já consumiram, como forma de aumentar as exportações portuguesas destes produtos na região. Todos os resultados nos levam a crer que a indisponibilidade do produto e a falta de comunicação são os fatores que mais impactam no crescimento do consumo e das exportações.

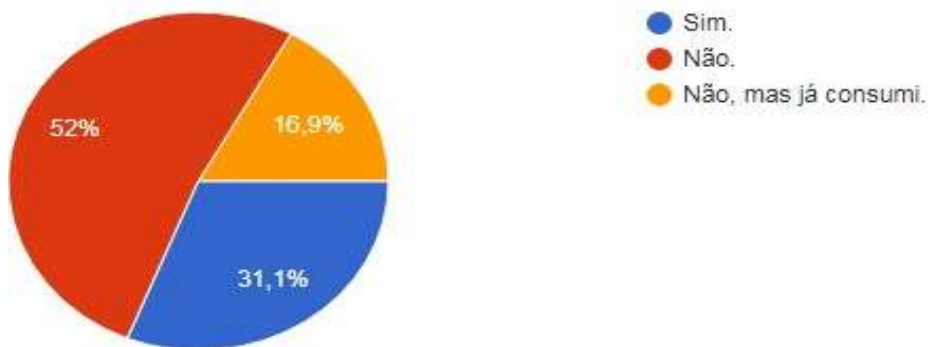


FIGURA 4.26 CONHECIMENTO DOS CONSUMIDORES DO CEARÁ SOBRE ENCHIDOS/EMBUTIDOS PORTUGUESES.

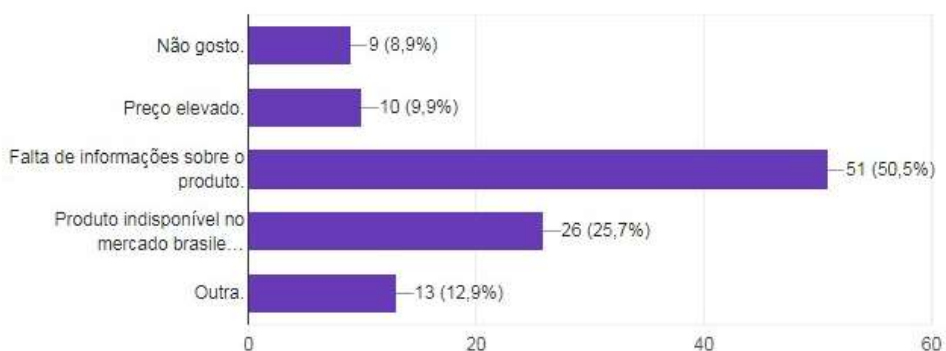


FIGURA 4.27 RAZÕES PARA NÃO CONSUMIREM OU DEIXAREM DE CONSUMIR ENCHIDOS/EMBUTIDOS PORTUGUESES.

No gráfico da **Figura 4.28** estão presentes os enchidos/embutidos portugueses referidos pelos participantes que afirmaram consumi-los. Como já era previsto, pode-se verificar novamente que a linguiça portuguesa está como a mais consumida dentre os enchidos/embutidos portugueses. Em segundo lugar está o paio, o que causou surpresa, visto que se diferencia do paio brasileiro. E em terceiro lugar, foi classificado o chouriço. Uma possível explicação para este fato seria o paio ser preparado com uma parte nobre do porco, o lombo e consumido também como petisco. E como já fora mencionado anteriormente, culturalmente, os produtos importados costumam ser associados à produtos nobres. Já no Brasil, o consumo do paio está associado à feijoada.

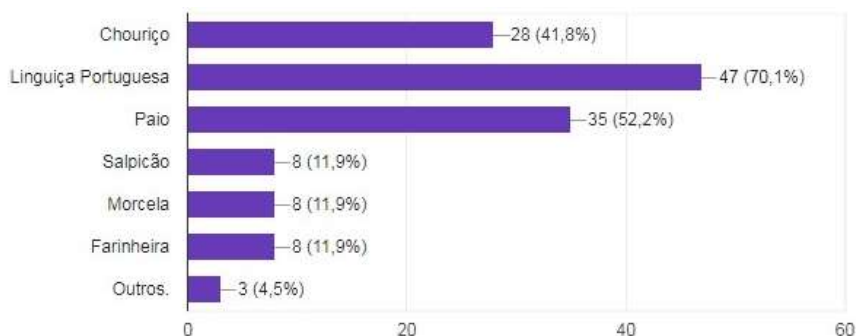
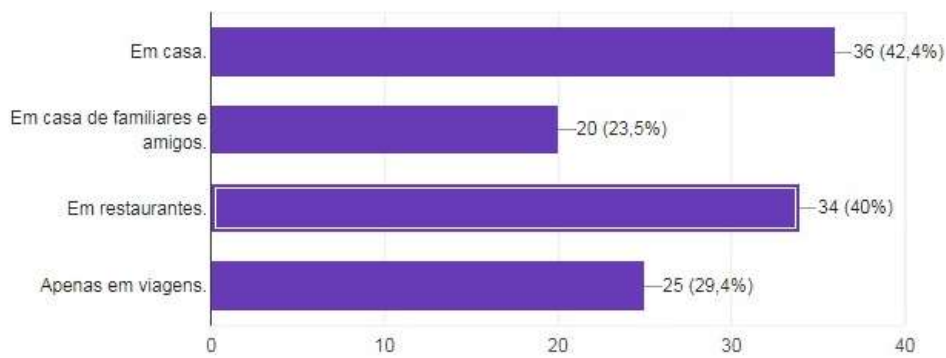
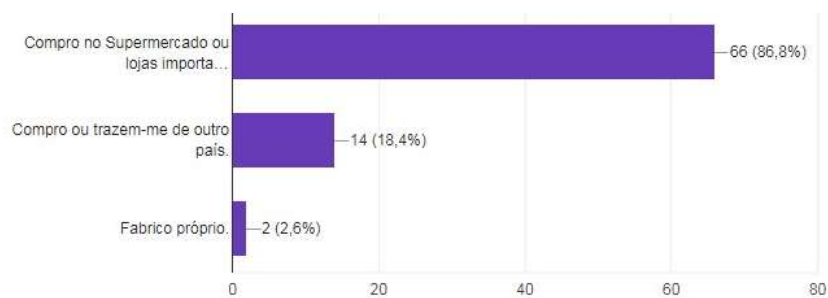


FIGURA 4.28 ENCHIDOS/EMBUTIDOS PORTUGUESES MAIS CONSUMIDOS.

A maioria dos entrevistados elegeram a casa como o lugar (**Figura 4.29**) em que mais consomem enchidos/embutidos portugueses, o que é justificado pelo fato de não haver muita oferta nos restaurantes de comida portuguesa na região, sendo, contudo, este o segundo lugar em que consomem, escolhido por 34 participantes. Este resultado está de acordo com um estudo sobre as tendências do mercado alimentar do Brasil realizado pela Agrocluster Ribatejo (2015), que destaca que o consumo de carne de porco processada é principalmente em casa e em família. Os enchidos/embutidos consumidos são, os produtos disponíveis em alguns supermercados ou lojas de importados, como exposto na **Figura 4.30**.

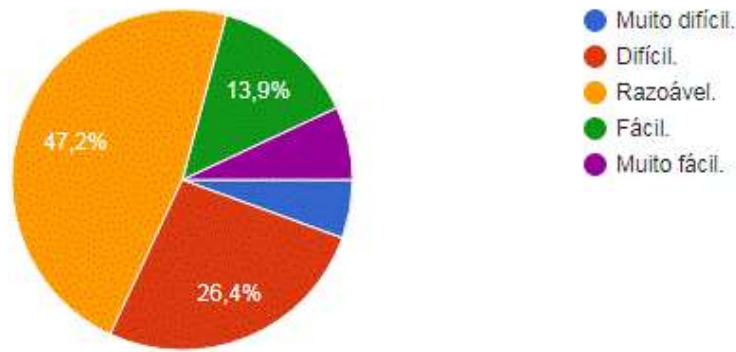


**FIGURA 4.29 GRÁFICO COM LUGARES ONDE OCORRE O CONSUMO ENCHIDOS/EMBUTIDOS PORTUGUESES.**



**FIGURA 4.30 PROVENIÊNCIA DOS ENCHIDOS/EMBUTIDOS PORTUGUESES CONSUMIDOS.**

Relativamente ao grau de facilidade para adquirir enchidos/embutidos portugueses (**Figura 4.31**), 34 dos participantes que elegeram o supermercado ou lojas importadoras como lugar de proveniência dos enchidos/embutidos portugueses que consomem, classificaram como “razoável” o grau de facilidade para os adquirir, contrariando 19, que afirmaram ser “difícil”. Só uma minoria composta por 4 pessoas acredita ser “muito difícil” o acesso a esses produtos.



**FIGURA 4.31 GRAU DE DIFICULDADE NA AQUISIÇÃO DE ENCHIDOS/EMBUTIDOS PORTUGUESES NOS SUPERMERCADOS OU LOJAS IMPORTADORAS.**

Os 14 entrevistados que compram ou adquirem através de outras pessoas enchidos/portugueses em outros países, citaram como sendo estes Portugal, França, Espanha, Alemanha e Itália. Mas um fato importante é que, poucas marcas foram recordadas, tendo sido mencionadas apenas por 11 pessoas, marcas como Minipreço, Pingo Doce e Montaraz de Garvão. Este cenário deixa explícita a necessidade não só de uma comunicação dos produtos como das próprias marcas, trabalhando a sua fidelização. Tal poderia ser conseguido através de ações em pontos de vendas, como em supermercados e lojas importadoras, por estes serem atualmente os lugares de maior acesso aos enchidos/embutidos portugueses. A parceria com Chefs renomados da região ou restaurantes de comida portuguesa e futuros profissionais do segmento, poderia ser também uma boa estratégia. Poderia ser também interessante envolver os hotéis nestas atividades de promoção, considerando que o turismo é uma das atividades que impulsiona a economia de Fortaleza.

Diferentemente do que foi mencionado pelos integrantes do Grupo de Foco e dos provadores da Análise Sensorial, para os consumidores que participaram desta pesquisa de avaliação do padrão de consumo de enchidos/embutidos portugueses em Fortaleza/Ceará, a “qualidade” foi o atributo (**Figura 4.32**) de maior relevância na compra dos enchidos/embutidos portugueses, destacado pela maioria, 70 pessoas, estando o “sabor” em segundo lugar, não muito distante, citado por 60 pessoas.



**FIGURA 4.32 ATRIBUTOS CONSIDERADOS IMPORTANTES NA HORA DA COMPRA/CONSUMO DE ENCHIDOS/EMBUTIDOS PORTUGUESES.**

Da mesma forma que os restaurantes de comida portuguesa em Fortaleza, a qualidade dos enchidos/embutidos portugueses foi avaliada por 54 pessoas, das 87 que emitiram opinião, como “melhor” face aos de outros países, incluindo o Brasil. As principais diferenças mais destacadas entre embutidos/enchidos portugueses e outros mais consumidos no Brasil, segundo 40 participantes, são o sabor e a qualidade. As diferenças citadas comprovam mais uma vez que os resultados da pesquisa estão em consenso com os resultados do Grupo de Foco e da Análise Sensorial, os quais destacaram o “sabor” um atributo relevante no consumo.

#### 4.4.4. Entrevista à Empresa Primor

Foi solicitado uma visita a empresa Primor, empresa portuguesa de salsicharia, que mais exporta enchidos/embutidos para o Brasil, contudo, a visita não foi autorizada. Porém, a empresa colaborou respondendo às questões enviadas por e-mail, através de um Guião de Entrevista (**Anexo 11**). A entrevista tinha como objetivo identificar quais enchidos/embutidos exportam, quem são os seus clientes, se há comunicação do produto e quais as dificuldades encontradas para exportar enchidos/embutidos para o Brasil.

Segundo a Primor, a exportação de enchidos/embutidos para o Brasil começou por iniciativa própria e é realizada através da própria empresa. Dentre as dificuldades que encontram para exportar e que impedem o aumento das exportações estão, as barreiras linguísticas, as validades dos produtos (por estes serem perecíveis), as barreiras legais (não podem exportar qualquer tipo de produto) e o tempo de entrega. Os produtos, por serem frescos e, portanto, sensíveis à mudança de temperatura, acabam tornando bastante complexo e demorado, o processo de entrega da Primor ao cliente

Uma das estratégias adotadas pela Primor para ultrapassar estas barreiras é o estreito relacionamento com seus clientes, limitando a exportação para o Brasil a um conjunto de produtos com características muito específicas (quer ao nível da estabilidade do produto, quer ao nível dos parâmetros legais). Os produtos exportados são vendidos com a marca Primor e entre os que exportam estão chouriço, linguiça, morcela, salpicão, bacon, presunto, alheira e produtos de porco preto. Tais produtos, segundo a Primor, têm uma ótima aceitação no mercado brasileiro e são distinguidos como produtos de qualidade superior, sendo o chouriço, a linguiça e a mini linguiça os enchidos/embutidos portugueses mais procurados. A Primor destaca ainda que o consumidor brasileiro tem preferência por produtos regionais e típicos de Portugal. Entretanto, ressalta que de uma forma global, os produtos da charcutaria com maior performance no mercado brasileiro são o bacon e o presunto cru.

A Primor destaca que a distribuição de seus produtos no mercado brasileiro é feita através de seu distribuidor, a empresa Calimp Importadora, sediada em São Paulo, região Sudeste do Brasil, que abastece as principais cidades, não especificadas, do Brasil.

Para a Primor, as cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, situadas na região Sudeste do Brasil, são consideradas as cidades onde o consumo é mais importante, justificadas por se enquadrarem com a sua estratégia de posicionamento de produtos e marca, e com uma dimensão populacional interessante para as marcas Primor. A exportação para o Brasil ocorre durante todo o ano, porém, com uma periodicidade bimensal.

Sobre a promoção dos produtos para exportação, a Primor cita o *marketing* digital (através da comunicação via website, redes sociais e parceria com *bloggers*) e comunicação no ponto de venda (através de material de visibilidade de marca, degustação e outros), já que aumentar as exportações, está incluso nos objetivos da empresa.

Em relação a diferença que acham mais relevante em termos de comercialização de enchidos/embutidos em Portugal e no Brasil, segundo a Primor, apesar de Portugal ter uma gama de produtos bastante diversificada, muitos desses produtos não podem ser exportados para o Brasil, devido a limitações legais brasileiras ou estratégias da empresa neste mercado. Dentre as suas estratégias para se destacarem no mercado brasileiro, estão a aposta em produtos com qualidades superiores e cariz muito tradicional português, com base em receitas únicas e embalagens diferenciadas.

Considerando as prioridades e o foco da empresa nas diferentes regiões do mercado brasileiro, citados anteriormente pela Primor, possivelmente seja esta a justificativa da falta de comunicação e produtos na região de Fortaleza, que não está inserida na região Sudeste, onde o consumo de enchidos/embutidos é mais importante para a empresa Primor. Porém, os resultados das análises e entrevistas aos consumidores de enchidos/embutidos portugueses do Estado do Ceará, apontam para uma oportunidade de mercado e posteriormente, uma possível ampliação das exportações no mercado brasileiro.



### 5. Conclusão

A ideia inicial do presente projeto de estudo, sugerido como relevante por uma empresa onde foi realizado um estágio, era direcioná-lo para avaliar a queda da exportação e importação de enchidos/embutidos portugueses para o Brasil. Porém, diante das inúmeras dificuldades em obter dados sobre a exportação e importação, tanto no Brasil como em Portugal, tendo sido definida e desenvolvida uma nova proposta de pesquisa direcionada para a aceitação e consumo de enchidos/embutidos portugueses no Ceará. A escolha da região teve como base a facilidade de acesso e contatos para realização do trabalho nesta região. Considerou-se que esta opção permitiria obter resultados originais e, estando de certa forma o tema relacionado com o projeto inicial, permitia a inclusão nesta dissertação do trabalho previamente desenvolvido.

Uma das maiores preocupações ao iniciar os estudos era o acesso à lista de empresas exportadoras e importadoras de enchidos/embutidos portugueses. Embora a Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA, seja um órgão público, responsável por autorizar a entrada no Brasil de enchidos/embutidos exportados de outro país e também por permitir a sua importação, algumas informações são sigilosas, protegidas pela Lei 5.172, de 25 de outubro de 1966 - Código Tributário Nacional (CTN), o que impediu ter acesso às empresas importadoras e exportadoras certificadas pelo órgão. Outro obstáculo encontrado de grande peso foi a falta de colaboração e indisponibilidade das empresas exportadoras e importadoras identificadas em responder as pesquisas enviadas via e-mail, bem como às informações sobre estas. Pode-se incluir também dentre as dificuldades, o acesso à APIC – Associação Portuguesa dos Industriais de Carnes, cuja visita foi solicitada via e-mail e por telefone diversas vezes, e mesmo após insistência, não houve sucesso. Esta falta de colaboração das empresas para um estudo de que poderiam vir a beneficiar demonstra a necessidade de uma maior sensibilização para o estabelecimento de laços de cooperação entre a universidade e as empresas.

Os resultados e contribuições do presente estudo demonstram a ausência de um plano de comunicação de marketing direcionado ao mercado Brasileiro, mais precisamente para a região nordeste do país, tendo como referência a cidade de Fortaleza, considerando uma pesquisa de mercado, a identificação do público-alvo, os objetivos de comunicação das marcas e dos produtos, canais e estratégias de comunicação, bem como um estudo de comportamento de compra e canais de distribuição dos enchidos/embutidos portugueses.

Dentre os obstáculos encontrados para o crescimento na exportação de enchidos/embutidos portugueses para o Brasil, pode citar-se a concorrência com produtos nacionais brasileiros, destacando a posição que o Brasil ocupa como quarto maior produtor e exportador mundial de carne suína, a melhoria e investimento em inovações e novas técnicas de produção e a variação cambial.

O estudo realizado através de um Grupo de Foco, usando como material quatro amostras diferentes de chouriço, uma de farinha, uma de morcela e uma de linguiça para assar, todos

produtos Continente e ainda testes de Análise Sensorial (Testes de Aceitação e CATA) com um conjunto de 100 provadores locais, usando amostras de 4 chouriços distintos, demonstraram um grande desconhecimento do produto, mas uma boa aceitação, em particular das amostras com características organolépticas mais aproximadas dos enchidos consumidos na região. Verificou-se haver uma maior aceitação de um produto de gama média Chouriço de Carne Corrente Fumado Regional. Relativamente aos produtos de qualidade mais elevada (Chouriço de Porco Preto Garvão, cura natural sem fumo e Chouriço de Carne de Ponte de Lima) verificou-se uma aceitação mais elevada do segundo, sendo assim revelada uma maior aceitação dos produtos fumados. De facto, os dois chouriços alentejanos selecionados, ambos sem fumo foram os menos aceites. Outro resultado obtido, e que pode ser importante na eventual escolha de produtos a vender neste mercado, está relacionado com a perceção dos atributos que os consumidores consideram ideais e que gostariam que estivessem presentes nas amostras.

Um ponto que poderia beneficiar o consumo e a divulgação seria destacar os benefícios dos enchidos/embutidos portugueses exportados e sua qualidade superior, e apresentá-los como produtos de nicho, bem como sugestões de sua aplicação na cozinha e/ou consumo.

Outro fator a considerar, visando aumentar as exportações e consequentemente abastecer o mercado do Ceará, seria o investimento das exportadoras em ações de ponto de venda em parcerias com fornecedores de produtos associados ao consumo cruzado de enchidos/embutidos, como por exemplo bebidas, no caso vinhos, aumentando a visibilidade dos produtos, criando um ambiente favorável para o consumo e venda.

O crescente aumento da procura dos brasileiros por Portugal, contribui também para despertar o interesse por produtos regionais tradicionais portugueses, por consumidores que buscam novas experiências, novas sensações e variações sensoriais, proporcionando assim, um envolvimento emocional com esses consumidores. O estudo detetou ainda uma oportunidade de abastecer o “mercado da saudade luso”, constituído por pouca oferta de restaurante de comida portuguesa na região de Fortaleza, apesar desta ter um número significativo de imigrantes portugueses, que sofrem com a “saudade” dos produtos de suas terras. Além destas oportunidades de mercado, há que considerar ainda o desenvolvimento e crescimento da gastronomia na região, um dos fatores que reforçam o turismo, atividade que impulsiona a economia do Estado do Ceará.

Os resultados do trabalho desenvolvido no âmbito desta dissertação, foram muito interessantes, claros e coerentes. Considera-se que seria interessante desenvolver este estudo em maior escala e num universo com maior diversidade de consumidores e, eventualmente, estendê-lo a outras regiões do Brasil. Por estas razões, pode-se concluir que todos os resultados obtidos e analisados neste projeto de estudo constatarem que o Ceará é um mercado com boa aceitação de enchidos/embutidos portugueses e oferece grandes oportunidades de crescimento para exportações e importações, mas que precisa para tanto, ser trabalhado e aplicado uma boa estratégia de marketing e promoção dos produtos, tornando estes mais acessíveis aos consumidores.

## 6. Bibliografia

- AgroCluster Ribatejo. (2015). Tendências do Mercado Alimentar do Brasil.
- AICEP Portugal Global. (2017). *Ficha de Mercado – Brasil*. Portugal. Retrieved from <http://www.portugalglobal.pt/pt/biblioteca/livrariadigital/brasilfichamercado.pdf>
- Almeida, I. F. M. de. (2009). *Caracterização preliminar do micobiota de enchidos tradicionais portugueses embalados em atmosferas protectoras*. Universidade Técnica de Lisboa. Faculdade de Medicina Veterinária.
- Breve história do Enchido. (n.d.). Retrieved from <http://confrariadosenchidos.com/historia/>
- Carvalho, A. M. G. (2010). O porco alentejano. Retrieved from <http://sopasdepedra.blogspot.com/2010/02/o-porco-alentejano.html>
- Centro Interpretativo do Porco e do Fumeiro. (2015). <http://www.porcoefumeiro.pt/sala-o-porco-bisaro-em-vinhais/>. Retrieved September 17, 2018, from <http://www.porcoefumeiro.pt/sala-o-porco-bisaro-em-vinhais/>
- Costa, L. (2011). HISTÓRIA DA ALIMENTAÇÃO EM PORTUGAL. Retrieved September 17, 2018, from <https://stravaganzastravaganza.blogspot.com/2011/03/historia-da-alimentacao-em-portugal.html>
- Dalgic, T., & Leeuw, M. (1994). Niche marketing revisited: Concept, applications and some European cases. *European Journal of Marketing*, 28(4), 39–55.
- DEPEC – Departamento de Pesquisas e Estudos Econômicos. (2017). *Carne suína*. Bradesco. Brasil.
- Diário de Notícias. (2017). Governo português quer reforçar postos consulares de Fortaleza e Recife. Retrieved September 13, 2018, from <https://www.dn.pt/lusa/interior/governo-portugues-quer-reforcar-postos-consulares-de-fortaleza-e-recife-8562974.html>
- Dos Santos, B. A., Bastianello Campagnol, P. C., Da Cruz, A. G., Galvão, M. T. E. L., Monteiro, R. A., Wagner, R., & Pollonio, M. A. R. (2015). Check all that apply and free listing to describe the sensory characteristics of low sodium dry fermented sausages: Comparison with trained panel. *Food Research International*, 76, 725–734.
- Gomes, A. M. C. L. (2017). *Influência da tecnologia de produção na qualidade e segurança de produtos de salsicharia tradicional*. Universidade de Évora.
- Governo do Estado de São Paulo. Decreto Nº 52.504 - Normas Técnicas Especiais relativas a Alimentos e Bebidas - Carnes Preparadas Embutidas, Pub. L. No. Decreto Nº 52.504, (1970). Brasil. Retrieved from [http://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/decreto/1970/decreto\\_n.52.504\\_de\\_28.07.1970.htm](http://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/decreto/1970/decreto_n.52.504_de_28.07.1970.htm)
- Guerrero, L., Colomer, Y., Guàrdia, M. D., Xicola, J., & Clotet, R. (2000). Consumer attitude towards store brands. *Food Quality and Preference*, 11(5), 387–395.
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2018). IBGE Cidades. Retrieved September 13, 2018, from <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ce/fortaleza/panorama>
- Incze, K. (1998). Dry fermented sausages. *Meat Science*, 49, S169--S177.
- Inovcluster. (2017). *Guia Prático - Capacitação para a Internacionalização de Enchidos*. AgroCentro - Internacionalização do Agroalimentar da Região Centro. Portugal.

- Instrução Normativa Nº 4. Regulamentos Técnicos de Identidade e Qualidade de Carne Mecanicamente Separada, de Mortadela, de Linguiça e de Salsicha. Secretário de Defesa Agropecuária do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. (2000). Brasil.
- International Agency for Research on Cancer. (2015). Monographs Evaluate Consumption of Red Meat and Processed Meat. *International Agency for Research on Cancer and World Health Organisation, Lyon, France*.
- Kotler, P., Fox, K. F. A., & Brandão, A. B. (1994). *Marketing estratégico para instituições educacionais*.
- Krueger, R. A., & Casey, M. A. (2002). Designing and conducting focus group interviews. St Paul, MN, October.
- Manoukian, E. B. (2012). *Modern concepts and theorems of mathematical statistics*. Springer Science & Business Media.
- Marcos, C., Viegas, C., de Almeida, A. M., & Guerra, M. M. (2016). Portuguese traditional sausages: different types, nutritional composition, and novel trends. *Journal of Ethnic Foods*, 3(1), 51–60.
- Matera, J. A., Cruz, A. G., Raices, R. S. L., Silva, M. C., Nogueira, L. C., Quitério, S. L., ... Júnior, C. A. C. (2014). Discrimination of Brazilian artisanal and inspected pork sausages: application of unsupervised, linear and non-linear supervised chemometric methods. *Food Research International*, 64, 380–386.
- McGee, H. (2014). *Comida & Cozinha: Ciência e Cultura da Culinária*. (WMF Martins Fontes, Ed.) (2ª edição). São Paulo.
- Meilgaard, M. C., Carr, B. T., & Civille, G. V. (1999). *Sensory evaluation techniques*. CRC press.
- Melo, M. S. (1946). Caracteres organoléuticos de alimentos e bebidas. *Revista Do Instituto Adolfo Lutz*, 6(1), 77–96.
- Mendes, J. I. S. (2013). *QUALIDADE NUTRICIONAL E MICROBIOLÓGICA DE ENCHIDOS - Dissertação apresentada à Escola Superior Agrária de Bragança para obtenção do Grau de Mestre em Tecnologias da Ciência Animal*. Escola Superior Agrária de Bragança.
- Ministério das Obras Públicas, C. e I. (1873). *Recenseamento geral dos gados no Continente do Reino de Portugal em 1870*. Imprensa Nacional.
- Modesto, M. L. (2015). *Cozinha tradicional portuguesa*. Lisboa: Babel.
- Moura, F. (2016). *Sabores do Ar e do Fogo-Tastes of Air and Fire*. Schwabe AG.
- Nielsen Sports. (2014). Copa do Mundo deixa legado humano e aprendizados para os jogos Olímpicos Rio 2016. Retrieved September 10, 2018, from <https://www.nielsen.com/br/pt/press-room/2014/74-6-porcento-dos-brasileiros-enxergam-beneficios-e-aprendizados-deixados-pela-copa-segundo-nielsen.print.html>
- NP 588. Carnes, derivados e produtos cárneos. Linguiça. Definição, características e acondicionamento. Instituto Português da Qualidade (IPQ) (2008). Portugal.
- NP 589. Chouriço de carne. Definição, classificação, características e acondicionamento. Instituto Português da Qualidade (2008). Portugal.
- NP 590. Carnes, derivados e produtos cárneos Linguiça Definição, características e acondicionamento. Instituto Português da Qualidade., 1988 § (2009). Portugal.
- NP 593. Carnes, derivados e produtos cárneos Morcela Definição, classificação e características.

- Instituto português da Qualidade. (2009). Portugal.
- NP 597. Carnes, derivados e produtos cárneos Farinheira Definição, características e acondicionamento. Instituto Português da Qualidade., 1983 § (2009).
- Patarata, L., Saraiva, G., & Martins, C. (1998). Processo de fabrico de produtos de salsicharia tradicional. In *1ª Jornadas Geográficas de Queijos e Enchidos* (pp. 83–86). Exponor.
- Plaehn, D. (2012). CATA Penalty/Reward. *Food Quality Preference Journal.*, 24 (1).141-152.
- Saraiva, M. L. S. A. (2002). *Faces dos novos usos do território litorâneo: lazer e turismo em Praia das Fontes e Prainha do Canto Verde, Beberibe, Fortaleza*. Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza.
- Sidel, H., Stone, J. (2004). *Sensory Evaluation Practices - 3rd Edition* (3rd Editio). New York: Academic Press; 3 edition (May 19, 2004).
- Silva, T. M. G. (2015). *Avaliação dos efeitos da actividade enzimática e das condições ambientais no escurecimento em preparados de morango e estratégias para a sua minimização*. Faculdade de Ciências e Tecnologia - Universidade Nova de Lisboa & Instituto Superior de Agronomia.
- Soeiro, A. (1998). Estratégias para a valorização dos produtos tradicionais portugueses. *O Caso Particular Das Protecções Das Denominações de Origem, Das Indicações Geográficas E Dos Nomes Específicos*. In. *1ª Jornadas Geográficas de Queijos E Enchidos*. Exponor, 19–22.
- Sousa, M. C., & Ribeiro, A. M. R. (1983). Chouriço de carne português: tecnologia da produção e caracterização química, microbiológica e imunológica. *Indústria Alimentar*, 1, 14–23.
- Stone, H. (2012). *Sensory evaluation practices*. Academic press.
- Stone, H., Sidel, J., Oliver, S., Woolsey, A., & Singleton, R. C. (2004). Sensory evaluation by quantitative descriptive analysis. *Descriptive Sensory Analysis in Practice*, 23–34.
- Supermercado Moderno. (2015). *Sobe gasto com alimentos embutidos*. São Paulo. Retrieved from <https://www.datamark.com.br/noticias/2016/7/sobe-gasto-com-alimentos-embutidos-209668/>
- Tamagnini, V., & Tregear, A. (1998). An assessment of niche marketing opportunities in the delicatessen meat sector. *British Food Journal*.
- Teixeira, L. V. (2009). Análise sensorial na indústria de alimentos. *Revista Do Instituto de Laticínios Cândido Tostes*, 64(366), 12–21.
- Varela, P., & Ares, G. (2014). *Novel techniques in sensory characterization and consumer profiling*. CRC Press.
- Vasilopoulos, C., Ravyts, F., De Maere, H., De Mey, E., Paelinck, H., De Vuyst, L., & Leroy, F. (2008). Evaluation of the spoilage lactic acid bacteria in modified-atmosphere-packaged artisan-type cooked ham using culture-dependent and culture-independent approaches. *Journal of Applied Microbiology*, 104(5), 1341–1353.
- Vidal, L., Tárrega, A., Antúnez, L., Ares, G., & Jaeger, S. R. (2015). Comparison of correspondence analysis based on Hellinger and chi-square distances to obtain sensory spaces from check-all-that-apply (CATA) questions. *Food Quality and Preference*, 43, 106–112.
- Vieira da Silva, M., Teixeira, P., Couto, J. A., & Hogg, T. (2003). *Segurança alimentar de produtos cárneos tradicionais: enchidos e produtos curados*. AESBUC/UCP. Porto.

Williams, A. A., & Langron, S. P. (1984). The use of free-choice profiling for the evaluation of commercial ports. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 35(5), 558–568.

# ANEXOS

## ANEXO 1:

### Receita de Chouriço Alentejano (Modesto, 2015)

#### Chouriços

Para os chouriços aproveitam-se os nervos (resultantes da preparação das carnes para os paios e linguças), as carnes entremeadas ensanguentadas e as barrigadas. Estas carnes são cortadas em tirinhas como se diz para as linguças. Temperam-se com uma papa de alhos e sal e massa de pimentão. Depois de bem envolvidas, estas carnes ficam assim durante dia e meio. • Passado esse tempo, prova-se, assando um pedaço de carne

na brasa, e na altura de encher junta-se um pouco (quase nada) de água e de vinho branco ou de água e sangue conforme o gosto. Enchem-se os chouriços em tripa grossa de porco, que, se for insuficiente, pode ser substituída (complementada) por tripa de vaca. Enchem-se apertando bem as carnes e picando a tripa como se diz para as linguças. Atam-se e põem-se ao fumeiro.

**ANEXO 2:**

**Formulário de seleção de provadores para avaliação sensorial**

**FORMULÁRIO DE SELEÇÃO DE PROVADORES PARA AVALIAÇÃO  
SENSORIAL – EMBUTIDOS PORTUGUESES**

1. Você consome embutidos?

sempre  frequentemente  ocasionalmente  raramente  não consumo

2. Com que frequência você consome embutidos?

diariamente

2 a 3 vezes por semana

1 vez por semana

2 vezes por mês

1 vez por mês

3. Costuma consumir embutidos:

pelo sabor  pelo aroma  pelo \_\_\_\_\_  pelo \_\_\_\_\_

4. Você já consumiu embutidos portugueses?

Sim

Não

5. Que tipo de embutidos costuma consumir?

---

---

**ANEXO3:**

**Lista Livre**

Lista Livre

**PRODUTO: Embutidos**

**P:**

NOME: \_\_\_\_\_ Idade: ( ) < 18 ( ) 18-25 ( ) 26-35 ( ) 36-50 ( ) > 50 Data: \_\_\_\_\_

Escreva as palavras/termos/expressões associadas aos embutidos avaliados.

**ANEXO 4:**

**Lista CATA com termos relacionados com as características organoléticas dos enchidos/embutidos.**

CATA

**PRODUTO: Embutidos**

**P:**

NOME: \_\_\_\_\_ Idade: ( ) < 18 ( ) 18-25 ( ) 26-35 ( ) 36-50 ( ) > 50 Data: \_\_\_\_\_

Abaixo estão listados vários termos associados a embutidos. Marque todos os termos que caracterizam os embutidos avaliados.

Atributo	Termos
Sabor	<input type="checkbox"/> Característico de embutido <input type="checkbox"/> Defumado <input type="checkbox"/> Gorduroso <input type="checkbox"/> Salgado <input type="checkbox"/> Ácido <input type="checkbox"/> Temperos <input type="checkbox"/> Sem sal <input type="checkbox"/> Amargo <input type="checkbox"/> Carne
Aroma	<input type="checkbox"/> Característico de embutido <input type="checkbox"/> Defumado <input type="checkbox"/> Ácido <input type="checkbox"/> Rançoso <input type="checkbox"/> Temperos <input type="checkbox"/> Aroma Intenso <input type="checkbox"/> Aroma Suave <input type="checkbox"/> Carne
Textura	<input type="checkbox"/> Firme <input type="checkbox"/> Macia <input type="checkbox"/> Gelatinosa <input type="checkbox"/> Farinhenta <input type="checkbox"/> Homogênea <input type="checkbox"/> Heterogênea <input type="checkbox"/> Seco <input type="checkbox"/> Suculento <input type="checkbox"/> Borrachento
Aparência	<input type="checkbox"/> Cor vermelha <input type="checkbox"/> Cor castanha <input type="checkbox"/> Cor Alaranjada <input type="checkbox"/> Homogênea <input type="checkbox"/> Heterogênea <input type="checkbox"/> Brilhante <input type="checkbox"/> Muita gordura <input type="checkbox"/> Pouca Gordura <input type="checkbox"/> Cor Clara <input type="checkbox"/> Cor Escura
Outros	<input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> _____

**ANEXO 5:**

**Formulário de Seleção de Provedores para Avaliação Sensorial de Embutidos Portugueses**

**FORMULÁRIO DE SELEÇÃO DE PROVADORES PARA AVALIAÇÃO  
SENSORIAL – EMBUTIDOS PORTUGUESES**

1. Você consome embutidos?

sempre  frequentemente  ocasionalmente  raramente  não consumo

NOME:	E-mail:
GRAU DE ESCOLARIDADE:	SEXO: <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F
IDADE: <input type="checkbox"/> <25 <input type="checkbox"/> 25-35 <input type="checkbox"/> 35-45 <input type="checkbox"/> 45 – 55 <input type="checkbox"/> >55	

2. Com que frequência você consome embutidos?

- diariamente  
 2 a 3 vezes por semana  
 1 vez por semana  
 2 vezes por mês  
 1 vez por mês

3. Costuma consumir embutidos:

pelo sabor  pelo aroma  pelo \_\_\_\_\_  pelo \_\_\_\_\_

4. Você já consumiu embutidos portugueses?

Sim  Não

5. Que tipo de embutidos costuma consumir?

---

---

## **ANEXO 6:**

### **Termo de Responsabilidade**

Está a ser convidado para uma prova de análise sensorial, inserida na realização de uma tese de mestrado em Ciências Gastronómicas na Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa e no Instituto Superior de Agronomia da Universidade de Lisboa, da aluna Raquel Almeida, sob a orientação dos professores Paulina Mata (FCT/UNL) e Paulo Sousa (UFC/CE). A prova de análise sensorial baseia-se no estudo da aceitação, familiarização e disponibilidade de enchidos/embutidos portugueses no Estado do Ceará - Brasil.

Esta atividade será voluntária e, portanto, não remunerada. A participação neste estudo não é obrigatória e a qualquer momento poderá desistir de participar.

Se consentir fazer parte deste estudo, pedimos que assine abaixo:

---

Muito obrigada pela sua participação.

**ANEXO 7:**

**Ficha de Análise Sensorial de Embutidos por consumidores**

**PRODUTO:** Embutidos

**P:**

**NOME:** \_\_\_\_\_ **Idade:** ( ) < 18 ( ) 18-25 ( ) 26-35 ( ) 36-50 ( ) > 50 **Data:** \_\_\_\_\_

**AMOSTRA:** \_\_\_\_\_

1. Você recebeu uma amostra de Embutido. Por favor, OBSERVE e CHEIRE a amostra, e indique o quanto você gostou ou desgostou da COR, APARÊNCIA E AROMA. Em seguida, PROVE a amostra, e indique o quanto gostou ou desgostou da TEXTURA, SABOR e ACEITAÇÃO GLOBAL, utilizando-se a escala abaixo:

- |   |   |  |
|---|---|--|
| <p><b>COR</b></p> <p>( ) gostei muitíssimo<br/>         ( ) gostei muito<br/>         ( ) gostei<br/>         ( ) gostei pouco<br/>         ( ) não gostei nem desgostei<br/>         ( ) desgostei pouco<br/>         ( ) desgostei<br/>         ( ) desgostei muito<br/>         ( ) desgostei muitíssimo</p>     | <p><b>APARÊNCIA</b></p> <p>( ) gostei muitíssimo<br/>         ( ) gostei muito<br/>         ( ) gostei<br/>         ( ) gostei pouco<br/>         ( ) não gostei nem desgostei<br/>         ( ) desgostei pouco<br/>         ( ) desgostei<br/>         ( ) desgostei muito<br/>         ( ) desgostei muitíssimo</p> | <p><b>AROMA</b></p> <p>( ) gostei muitíssimo<br/>         ( ) gostei muito<br/>         ( ) gostei<br/>         ( ) gostei pouco<br/>         ( ) não gostei nem desgostei<br/>         ( ) desgostei pouco<br/>         ( ) desgostei<br/>         ( ) desgostei muito<br/>         ( ) desgostei muitíssimo</p>            |
| <p><b>TEXTURA</b></p> <p>( ) gostei muitíssimo<br/>         ( ) gostei muito<br/>         ( ) gostei<br/>         ( ) gostei pouco<br/>         ( ) não gostei nem desgostei<br/>         ( ) desgostei pouco<br/>         ( ) desgostei<br/>         ( ) desgostei muito<br/>         ( ) desgostei muitíssimo</p> | <p><b>SABOR</b></p> <p>( ) gostei muitíssimo<br/>         ( ) gostei muito<br/>         ( ) gostei<br/>         ( ) gostei pouco<br/>         ( ) não gostei nem desgostei<br/>         ( ) desgostei pouco<br/>         ( ) desgostei<br/>         ( ) desgostei muito<br/>         ( ) desgostei muitíssimo</p>     | <p><b>ACEITAÇÃO GLOBAL</b></p> <p>( ) gostei muitíssimo<br/>         ( ) gostei muito<br/>         ( ) gostei<br/>         ( ) gostei pouco<br/>         ( ) não gostei nem desgostei<br/>         ( ) desgostei pouco<br/>         ( ) desgostei<br/>         ( ) desgostei muito<br/>         ( ) desgostei muitíssimo</p> |

2. Marque na escala de **INTENÇÃO DE COMPRA** o grau de certeza com que você compraria ou não compraria esta amostra, caso esta estivesse à venda.

- ( ) certamente compraria  
 ( ) possivelmente compraria  
 ( ) talvez comprasse, talvez não comprasse  
 ( ) possivelmente não compraria  
 ( ) certamente não compraria

3. Abaixo estão listados vários termos associados a embutidos. Marque todos os termos que caracterizam os embutidos avaliados.

Atributo	Termos
Sabor	<input type="checkbox"/> Característico de embutido <input type="checkbox"/> Defumado <input type="checkbox"/> Gorduroso <input type="checkbox"/> Salgado <input type="checkbox"/> Ácido <input type="checkbox"/> Temperos <input type="checkbox"/> Carne
Aroma	<input type="checkbox"/> Característico de embutido <input type="checkbox"/> Defumado <input type="checkbox"/> Temperos <input type="checkbox"/> Aroma Intenso <input type="checkbox"/> Carne
Textura	<input type="checkbox"/> Firme <input type="checkbox"/> Macia <input type="checkbox"/> Homogênea <input type="checkbox"/> Heterogênea <input type="checkbox"/> Suculento <input type="checkbox"/> Borrachento
Aparência	<input type="checkbox"/> Cor vermelha <input type="checkbox"/> Cor Alaranjada <input type="checkbox"/> Homogênea <input type="checkbox"/> Heterogênea <input type="checkbox"/> Brilhante <input type="checkbox"/> Muita gordura <input type="checkbox"/> Pouca Gordura <input type="checkbox"/> Cor Clara <input type="checkbox"/> Cor Escura
Outros	<input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> _____

## ANEXO 8:

### Questionário para Empresas Importadoras de Enchidos Portugueses

## Importação de Embutidos Portugueses

Chamo-me Raquel Almeida e sou estudante do mestrado de Ciências Gastronómicas da Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa e do Instituto Superior de Agronomia da Universidade de Lisboa, e estou fazendo minha dissertação sobre: "Consumo de enchidos portugueses no Estado do Ceará – Brasil: avaliação da aceitação, familiarização e disponibilidade". Gostaria de contar com a vossa colaboração no preenchimento de um questionário muito importante para que as minhas pesquisas tenham sucesso. Estima-se que a sua resposta dure menos de 10 minutos. As respostas serão tratadas globalmente e não lhes será associado o nome de nenhuma empresa.

Agradeço desde já a vossa colaboração, decisiva para poder concluir a minha dissertação de mestrado, e espero que este estudo, possa ser uma contribuição para estimular a importação de produtos portugueses para o Brasil.

Muito obrigada pela vossa atenção e colaboração.

#### 1. Importa atualmente embutidos de algum país?

- Sim, importo.
- Não, mas já importei.
- Não, nunca importei.

#### 2. Caso a resposta à questão anterior seja "Não, mas já importei", por quanto tempo importou e por que razão deixou de importar?

---

---

#### 3. Caso a sua resposta tenha sido "Sim, importo", que tipos de embutidos importa?

- Chouriço
- Linguiça Calabresa
- Linguiça Toscana
- Linguiça Portuguesa
- Salsicha Alemã
- Paio
- Salpicão
- Morcela
- Farinheira
- Outros.

#### 4. Caso a resposta da questão anterior seja "Outros", indique quais.

---

5. **Considere a linha de embutidos que importa. Destes, indique os que importa em maior quantidade (no máximo 3).**

- Chouriço
- Linguiça Calabresa
- Linguiça Toscana
- Linguiça Portuguesa
- Salsicha Alemã
- Paio
- Salpicão
- Morcela
- Farinheira
- Outros.

6. **Caso a resposta da questão anterior seja "Outros", indique quais.**

---

7. **De que países costuma importar embutidos?**

- Alemanha
- Espanha
- França
- Itália
- Portugal
- Outros.

8. **Caso a resposta da questão anterior seja "Outros", indique quais.**

---

9. **Se não importa embutidos de Portugal, já alguma vez importou?**

- Sim.
- Não.

10. **Se respondeu "sim" na pergunta anterior, por quanto tempo importou e por que razão deixou de importar?**

---

---

11. **Se importa embutidos de Portugal, há quanto tempo importa?**

- De 6 meses a 1 ano.

- De 1 ano a 3 anos.
- De 3 anos a 5 anos.
- Mais de 5 anos.

12. **Com que frequência no ano, costuma importar embutidos de Portugal?**

- Uma vez por ano.
- Duas vezes por ano.
- Três vezes ou mais, por ano.
- Outra: \_\_\_\_\_

13. **Qual é o período do ano, em que há maior volume de vendas de embutidos?**

- De Janeiro a Março.
- De Abril a Junho.
- De Julho a Setembro.
- De Outubro a Dezembro.

14. **Considere a linha de embutidos que importa. Se importa de Portugal, destes, indique os que importa em maior quantidade (no máximo 3).**

- Chouriço/Linguiça
- Paio
- Salpicão
- Morcela
- Farinheira
- Outros.

15. **Caso a resposta da questão anterior seja "Outros", indique quais.**

\_\_\_\_\_

16. **Dos que referiu anteriormente há um que seja mais significativo em quantidade e valor? Qual?**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

17. **Como tem sido a evolução recente da importação de embutidos de Portugal?**

- Aumentou bastante.
- Aumentou ligeiramente.
- Manteve-se sem alteração.

- Diminuiu ligeiramente.
- Diminuiu bastante.

18. **Como avalia a qualidade dos embutidos portugueses face aos de outros países (incluindo os brasileiros )?**

- Melhor.
- Idêntica.
- Pior.

19. **Que fatores considera, na seleção da empresa exportadora?**

---

---

20. **Caso importe de Portugal, assinale as principais dificuldades com que tem que lidar.**

- Burocracia na obtenção de licença para importar.
- Prazo para obter a licença.
- Processo aduaneiro da Receita Federal.
- Fiscalização da Receita Federal e posteriormente, da SEFAZ.
- Taxa de Câmbio.
- Custos com Transporte.
- Custo com empresas de Trade.
- Custo com despachante aduaneiro
- Legislação do país exportador.
- Tempo de entrega do fornecedor.
- Preço elevado dos produtos.
- Imposto de importação muito elevado.
- Dificuldade no pós-venda, hábitos e fuso-horário.
- Margem de lucro pequena.

21. **Dentre os principais motivos para importar, quais os fatores que mais influenciam na importação?**

---

---

22. **Indique as 3 regiões do Brasil em que o consumo de embutidos portugueses é mais significativo.**

---

---

23. **Se importa embutidos de Portugal, indique, caso seja possível, as empresas das quais importa.**

---

---

24. **Gostaria de acrescentar mais alguma informação ou um comentário?**

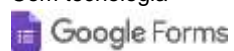
---

---

**Agradeço a sua colaboração.**

---

Com tecnologia



## ANEXO 9:

### Questionário para Empresas Exportadoras de Enchidos Portugueses

## Exportação de Enchidos Portugueses

Chamo-me Raquel Almeida e sou estudante do mestrado de Ciências Gastronómicas da Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa e do Instituto Superior de Agronomia da Universidade de Lisboa, e estou fazendo minha dissertação sobre: "Consumo de enchidos portugueses no Estado do Ceará – Brasil: avaliação da aceitação, familiarização e disponibilidade". Gostaria de contar com a vossa colaboração no preenchimento de um questionário muito importante para que as minhas pesquisas tenham sucesso. Estima-se que a sua resposta dure menos de 10 minutos. As respostas serão tratadas globalmente e não lhes será associado o nome de nenhuma empresa.

Agradeço desde já a vossa colaboração, decisiva para poder concluir a minha dissertação de mestrado, e espero que este estudo, possa ser uma contribuição para estimular a importação de produtos portugueses para o Brasil.

Muito obrigada pela vossa atenção e colaboração.

**1. Exporta atualmente enchidos para algum país?**

Sim

Não

**2. Caso a resposta à questão anterior seja “Sim”, que tipos de enchidos portugueses exporta?**

Chouriço/Linguiça

Paio

Salpicão

Morcela

Farinheira

Outros.

**3. Caso a resposta à questão anterior seja “Não”, pode indicar as razões para não o fazer?**

---

---

**4. Caso a resposta da questão anterior seja "Outros", indique quais.**

---

**5. Considere a linha de enchidos que exporta. Destes, indique os que exporta em maior quantidade (no máximo 3).**

Chouriço/Linguiça

Paio

- Salpicão
- Morcela
- Farinheira
- Outro.

6. **Para que países costuma exportar enchidos?**

- Brasil
- França
- E.U.A
- Angola
- Noruega
- Itália
- Alemanha
- Bélgica
- China
- Rússia
- Outros

7. **Relativamente à exportação de enchidos para o Brasil, como descreveria a sua situação?**

- Sim, exporto atualmente.
- Não, mas já exportei.
- Não, nunca exportei).

8. **Se respondeu "Não, mas já exportei" na pergunta anterior, por quanto tempo exportou e por que razão deixou de exportar?**

---

---

9. **Se exporta para o Brasil, há quanto tempo exporta?**

- De 6 meses a 1 ano.
- De 1 ano a 3 anos.
- De 3 anos a 5 anos.
- Mais de 5 anos.

10. **Com que frequência costuma exportar enchidos para o Brasil?**

- Uma vez por ano.
- Duas vezes por ano.
- Três vezes ou mais, por ano.

**11. Qual é o período do ano, em que há maior volume de exportação de enchidos para o Brasil?**

- De Janeiro a Março.
- De Abril a Junho.
- De Julho a Setembro.
- De Outubro a Dezembro.

**12. Considere a linha de enchidos que exporta. Destes, indique os que exporta em maior quantidade (máximo 3) para o Brasil.**

- Chouriço/Linguiça
- Paio
- Salpicão
- Morcela
- Farinheira
- Outros.

**13. Como tem sido a evolução recente da exportação de enchidos para o Brasil?**

- Aumentou bastante.
- Aumentou ligeiramente.
- Manteve-se sem alteração.
- Diminuiu ligeiramente.
- Diminuiu bastante.

**14. Caso exporte para o Brasil, assinale as principais dificuldades com que tem que lidar.**

- Burocracia na obtenção de licença para exportar.
- Prazo para obter a licença.
- Processo aduaneira da Receita Federal.
- Tempo de entrega.
- Impostos.
- Custos com transporte.
- Custo com empresas de trade.
- Custo com despachante aduaneiro
- Legislação do país importador.
- Margem de lucro pequena.
- Concorrência.

15. **Indique, caso seja possível, as empresas para que exporta no Brasil.**

---

---

**Agradeço a sua colaboração.**

Com tecnologia



## ANEXO 10:

### Questionário para Restaurantes de Comida Portuguesa em Fortaleza

## Padrão de consumo de embutidos/enchidos em restaurantes de cozinha portuguesa em Fortaleza - caso particular dos enchidos portugueses

Chamo-me Raquel Almeida e sou estudante do mestrado de Ciências Gastronômicas da Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa e do Instituto Superior de Agronomia da Universidade de Lisboa - Portugal, e estou fazendo minha dissertação que tem um componente sobre o padrão de consumo e aceitação de enchidos/embutidos Portugueses no Estado do Ceará - Brasil.

Gostaria de contar com a vossa colaboração no preenchimento de um questionário muito importante para que as minhas pesquisas tenham sucesso. Estima-se que a sua resposta dure menos de 10 minutos. As respostas serão anónimas e tratadas globalmente e não lhes será associado o nome de nenhuma empresa.

Agradeço desde já a vossa colaboração, decisiva para poder concluir a minha dissertação de mestrado, e espero que este estudo, possa ser uma contribuição para estimular a exportação/importação de produtos portugueses para o Brasil.

Muito obrigada pela vossa atenção e colaboração.

### 1. Há quanto tempo funciona o restaurante em Fortaleza?

- De 0 a 5 anos.  
 De 5 a 10 anos.  
 Mais de 10 anos.

### 2. No menu do seu restaurante tem algum prato que inclua embutidos /enchidos ou serve como entrada embutidos/enchidos?

- Sim.  
 Não.

### 3. Caso a sua resposta na questão anterior tenha sido “Sim”, que tipos de embutidos/enchidos usa?

- Chouriço  
 Linguiça Calabresa  
 Linguiça Toscana  
 Linguiça Tipo Portuguesa  
 Linguiça Portuguesa  
 Salsicha Alemã  
 Paio

- Salpicão
- Morcela
- Farinheira
- Outros.

4. **Dentre os embutidos/enchidos que oferta em seu restaurante, algum é português?**

- Sim.
- Não.

5. **Caso a sua resposta na questão anterior tenha sido "Sim", quais são?**

- Chouriço / Linguiça
- Paio
- Salpicão
- Morcela
- Farinheira
- Outros.

6. **Caso a resposta da questão anterior seja "Outros", indique quais.**

---

---

7. **Há quanto tempo oferta embutidos/enchidos portugueses em seu restaurante?**

- De 0 a 5 anos.
- De 5 a 10 anos.
- Mais de 10 anos.

8. **Qual a proveniência desses embutidos/enchidos portugueses?**

- Fabrico Próprio.
- Fabricado no Brasil .
- Importados de outro país.

9. **Caso a sua resposta anterior tenha sido "Importados de outro país", indique qual/quais.**

---

---

10. **Se os embutidos/enchidos portugueses são importados, indique, a(s) marca(s) destes produtos.**

---

---

11. **A importação desses embutidos é feita:**

- Diretamente com o fabricante.  
 Através de uma empresa de Trade (Importadora).

12. **Caso a importação de embutidos/enchidos seja feita através de uma empresa Trade, indique a importadora.**

---

---

13. **Qual o grau de facilidade para adquirir os embutidos/enchidos portugueses?**

- Muito Dífícil.  
 Dífícil.  
 Razoável.  
 Fácil.  
 Muito fácil.

14. **Considere a linha de embutidos/enchidos seguintes, destes, indique os que consome em maior quantidade (no máximo 3).**

- Chouriço/Linguiça  
 Paio  
 Salpicão  
 Morcela  
 Farinheira  
 Outros.

15. **Caso a resposta da questão anterior seja "Outros", indique quais.**

---

---

16. **Que fator tem maior peso na sua decisão de compra de embutidos/enchidos portugueses?**

- Preço.  
 Sabor.  
 Qualidade .  
 Variedade.  
 Tempo de entrega.  
 Validade do produto.

17. **Na sua opinião, qual a aceitação de embutidos/enchidos portugueses no Ceará?**

- Muito boa.
- Boa.
- Razoável.
- Ruim.
- Muito ruim.

**18. Quem consome principalmente embutidos/enchidos portugueses no seu restaurante?**

- Clientes portugueses residentes no Brasil.
- Clientes portugueses de férias.
- Clientes brasileiros
- Não há distinção, todos os clientes consomem.

**19. Na sua opinião, qual a principal diferença entre embutidos/enchidos portugueses e outros mais consumidos em Fortaleza?**

---

---

**20. Como avalia a qualidade dos embutidos/enchidos portugueses face aos de outros países (incluindo os brasileiros)?**

- Melhor.
- Idêntica.
- Pior.

**21. Gostaria de acrescentar mais alguma informação ou um comentário?**

---

---

**Agradeço a sua colaboração.**

Com tecnologia



## ANEXO 11:

### Questionário de Avaliação do Padrão de Consumo de Embutidos/Enchidos Portugueses em Fortaleza/Ceará

## Avaliação do padrão de consumo de embutidos/enchidos portugueses no Estado do Ceará

Meu nome é Raquel Almeida e sou estudante do mestrado de Ciências Gastronómicas da Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa - Portugal e do Instituto Superior de Agronomia da Universidade de Lisboa - Portugal, e estou fazendo minha dissertação. Ela inclui um estudo sobre o consumo de enchidos/embutidos Portugueses no Ceará.

Gostaria de contar com a vossa colaboração no preenchimento de um questionário muito importante para que as minhas pesquisas tenham sucesso. O questionário está acessível abaixo e estima-se que a sua resposta dure 5 minutos. As respostas serão anónimas e tratadas globalmente.

Agradeço desde já a vossa colaboração, decisiva para poder concluir a minha dissertação de mestrado.

**1. Você consome embutidos/enchidos?**

- Sim.  
 Não.  
 Não, mas já consumi.

**2. Caso a resposta seja "Sim", que tipo de embutidos/enchidos você costuma consumir?**

- Linguiça Calabresa  
 Linguiça Toscana  
 Linguiça Tipo Portuguesa  
 Paio  
 Outros.

**3. Caso a resposta da questão anterior seja "Outros", indique quais.**

---

**4. Você conhece algum embutido/enchido português?**

- Sim.  
 Não.

**5. Você consome ou já consumiu algum embutido/enchido português?**

- Sim.  
 Não.  
 Não, mas já consumi.

6. **Caso a resposta da questão anterior seja "Não" ou "Não, mas já consumi", indique por que razão não consome ou deixou de consumir:**

- Não gosto.
- Preço elevado.
- Falta de informações sobre o produto.
- Produto indisponível no mercado brasileiro.
- Outra.

7. **Caso a resposta da questão anterior seja "Outra", indique qual/quais.**

\_\_\_\_\_

8. **Caso a sua resposta tenha sido "Sim", ou seja, consome embutidos/enchidos portugueses, quais são os que consome?**

- Chouriço
- Linguiça Portuguesa
- Paio
- Salpicão
- Morcela
- Farinheira
- Outros.

9. **Caso a resposta da questão anterior seja "Outros", indique quais.**

\_\_\_\_\_

10. **Onde você costuma consumir embutidos/enchidos portugueses?**

- Em casa.
- Em casa de familiares e amigos.
- Em restaurantes.
- Apenas em viagens.

11. **Qual a proveniência desses embutidos/enchidos portugueses?**

- Compro no Supermercado ou lojas importadoras.
- Compro ou trazem-me de outro país.
- Fabrico próprio.

12. **Caso a sua resposta anterior tenha sido "Compro no Supermercado ou lojas importadoras." Qual o grau de facilidade para adquirir os embutidos/enchidos portugueses?**

.

- Muito difícil.
- Difícil.
- Razoável.
- Fácil.
- Muito fácil.

13. **Caso a sua resposta tenha sido "Compro ou trazem-me de outro país", indique qual/quais.**

---

---

14. **Caso saiba, indique, a(s) marca(s) dos produtos que consome.**

---

15. **Enumere a ordem de importância o que considera na compra de embutidos/enchidos portugueses.**

- Preço.
- Sabor.
- Qualidade.
- Variedade.
- Validade do produto.

16. **Como avalia a qualidade dos embutidos/enchidos portugueses face aos de outros países (incluindo os brasileiros)?**

- Melhor.
- Idêntica.
- Pior.

17. **Na sua opinião, qual a principal diferença entre embutidos/enchidos portugueses e outros mais consumidos no Brasil?**

---

---

18. **Você vive no Ceará?**

- Sim.
- Não.

19. **Gostaria de acrescentar mais alguma informação ou um comentário?**

---

---

**Agradeço a sua colaboração.**

Com tecnologia



## ANEXO 12:

### Guião de Entrevista à Empresa Primor



## Pesquisa de campo para Tese de Mestrado

### Guião de Entrevista - Primor

Chamo-me Raquel Almeida e sou estudante do mestrado de Ciências Gastronómicas da Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa e do Instituto Superior de Agronomia da Universidade de Lisboa - Portugal, e estou fazendo minha dissertação que tem um componente sobre o padrão de consumo e aceitação de enchidos/embutidos Portugueses no Estado do Ceará - Brasil.

Gostaria de contar com a vossa colaboração para responder a algumas questões muito importante para que as minhas pesquisas tenham sucesso.

Agradeço desde já a vossa colaboração, decisiva para poder concluir a minha dissertação de mestrado, e espero que este estudo, possa ser uma contribuição para estimular a exportação de produtos portugueses para o Brasil.

Muito obrigada pela vossa atenção e colaboração.

---

<b>Empresa</b>	Primor Charcutaria-Prima, S.A.
<b>Local</b>	Av. Santiago de Gavião 1142, 4760-003 V N Famalicão
<b>Perfil</b>	Empresa de Charcutaria-Prima
<b>Entrevistado (a)</b>	
<b>Título da Tese</b>	Consumo de enchidos portugueses no Estado do Ceará – Brasil: avaliação da aceitação, familiarização e disponibilidade.

<b>Objetivo da Entrevista</b>
Identificar: <ul style="list-style-type: none"><li>- Que tipos de enchidos exportam;</li><li>- Quem são seus clientes;</li><li>- Se há comunicação do produto;</li><li>- Quais as dificuldades para exportar;</li></ul>

1. Como começaram a exportar?

<input type="checkbox"/>	Iniciativa própria
<input type="checkbox"/>	Por interesse dos clientes

2. Como é feita a exportação?

<input type="checkbox"/>	Através de empresas de <i>trading</i>
<input type="checkbox"/>	Pela Primor

3. Quanto tempo demora o processo de exportação?

<input type="checkbox"/>	Até 3 meses
<input type="checkbox"/>	De 3 a 6 meses
<input type="checkbox"/>	Acima de 6 meses

4. Quais as maiores dificuldades e entraves à exportação?

5. Como conseguem ultrapassar essas barreiras?

6. Como são vendidos esses produtos?

<input type="checkbox"/>	Marca Própria
<input type="checkbox"/>	Marca do Cliente

7. Quais os produtos que exportam para o Brasil?

<input type="checkbox"/>	Chouriço
<input type="checkbox"/>	Linguiça
<input type="checkbox"/>	Morcele
<input type="checkbox"/>	Farinheira
<input type="checkbox"/>	Salpicão
<input type="checkbox"/>	Paio

Outros. Quais? \_\_\_\_\_

8. Qual a aceitação destes produtos no Brasil?

9. Quais os enchidos mais procurados e porquê?

10. Para que regiões do Brasil exportam?

11. Quais as razões por terem escolhido essa região?

12. Quais regiões do Brasil o consumo é mais importante?

13. Qual a frequência com que exportam para o Brasil?
14. Como é feita a promoção destes produtos para o Brasil?
15. Pretendem aumentar a exportação? Porquê?

<input type="checkbox"/>	Sim
<input type="checkbox"/>	Não.

16. Qual a diferença que acham mais relevante em termos de produção e comercialização de enchidos em Portugal e no Brasil? (Se é qualidade, variedade, preço...)

**Obrigada!**