**PERFIL DOS CONSUMIDORES DE PEIXE EM UMA CIDADE NA AMAZÔNIA**

Yago Alves Esteves1; Marcos Ferreira Brabo2; Rafaela Franco de Araújo\*3

1Acadêmico do curso de Engenharia de Pesca, Universidade do Estado do Amapá/UEAP.

2Doutor em Ciência Animal/UFPA. Prof. Instituto de Estudos Costeiros – Bragança, Universidade Federal do Pará – UFPA.

\*3rafa\_pesca@yahoo.com.br. Mestra em Aquicultura e Recursos Aquáticos Continentais/UFRA. Prof. curso de Engenharia de Pesca, Universidade do Estado do Amapá – UEAP.

**RESUMO**

O presente trabalho avaliou o perfil e preferência dos consumidores de pescado comercializados no município de Macapá, indicar a frequência de consumo e a forma de venda do pescado. O presente trabalho foi realizado no principal mercado de venda de pescado do estado do Amapá, localizado cidade de Macapá-AP, no período com compreendido entre os meses de abril e julho de 2017. A metodologia utilizada foi a aplicação de questionários, com perguntas estruturadas abertas e fechadas, no principal mercado de venda de pescado do estado do Amapá, localizado cidade de Macapá-AP. Os dados foram digitalizados utilizando-se o programa Excel 2013 da Microsoft®, no qual foi realizada uma análise exploratória dos dados. Os resultados obtidos demonstraram que 74% dos entrevistados que frequentam a feira eram homens. A idade variou entre 20 e 62 anos, onde 56,3% encontra-se na faixa de 40 e 59 anos. Quanto a escolaridade, a maioria dos consumidores entrevistados apresentam ensino médio completo, com 34,3%, e 31,4% apresentam ensino superior completo. Os mais idosos são mais envolvidos com a saúde e provavelmente esse fator interfere no aumento ao consumo de peixe. Quanto a escolaridade, a maioria dos consumidores entrevistados apresentam ensino médio completo, com 34,3%, e 31,4% apresentam ensino superior completo. Dos entrevistados apenas 2,9% possui o habito de comprar o peixe direto com o pescador e 97,1% entrevistados possuem preferência por compra nas feiras. A espécie com maior preferência de compra entre os consumidores foi a dourada (22%) seguida pelo tambaqui e pescada, 15% e 14%, respectivamente.

**Palavras-chave:** Mercado consumidor; Preferências; Pesca; Macapá.

**ABSTRACT**

The present study evaluated the profile and preference of the consumers of fish commercialized in the municipality of Macapá, indicating the frequency of consumption and the form of sale of the fish. The present work was carried out in the main fish market in the state of Amapá, located in the city of Macapá-AP, in the period between April and July 2017. The methodology used was the application of questionnaires, with structured questions open and closed, in the main fish market in the state of Amapá, located in the city of Macapá-AP. Data were scanned using the Microsoft® Excel 2013 program, in which an exploratory analysis of the data was performed. The results showed that 74% of respondents who attended the fair were men. The age varied between 20 and 62 years, where 56.3% is in the range of 40 and 59 years. Regarding schooling, the majority of consumers interviewed had a high school education, with 34.3%, and 31.4% had complete university education. Older people are more involved with health and probably this factor interferes with the increase in fish consumption. Regarding schooling, the majority of consumers interviewed had a high school education, with 34.3%, and 31.4% had complete university education. Of those interviewed, only 2.9% had the habit of buying the fish directly from the fisherman and 97.1% had a preference for buying at the fairs. The most preferred species among consumers was gilt (22%) followed by tambaqui and hake, 15% and 14%, respectively.

**Key words:** Consumer market; Preferences; Fishing; Macapá.

1. **INTRODUÇÃO**

O pescado é um alimento importante na dieta humana. De acordo com a FAO (Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação) é altamente nutritivo, rico em micronutrientes, minerais e ácidos graxos essenciais (FAO, 2016).

Conforme com o Ministério da Pesca e Aquicultura (2012), o consumo aparente de pescado *per capita* no Brasil registrou um aumento de 7,6 kg.ano-1 na década de 1996 a 9,8 kg.ano-1 em 2010. Apesar do crescimento, este índice é considerado abaixo das recomendações da Organização Mundial da Saúde (OMS), que é de 12 Kg/Hab./Ano. O baixo consumo nacional de pescado está relacionado ao alto preço de venda deste, aos hábitos alimentares da população, que valorizam o consumo da carne bovina e à falta de preocupação com a qualidade, diversidade e praticidade oferecidas pelos produtos comercializados (BOMBARDELLI et al., 2005; SONODA, et al. 2012; OSTRENSKY et al., 2007).

Os maiores produtores de pescado e seu consumo estão nas regiões Norte e Nordeste, do que nas regiões Centro-Sul do país, e os principais consumidores estão no estrato de renda mais baixa (SONODA, et al. 2012). Na região Norte, o maior consumo registrado foi no estado do Amazonas, com ingestão per capita de 17,5 kg/hab./ano e o Município de Belém aparece com 22,0 kg/hab./ano (IBGE, 2013; MANGAS et al., 2016). Mangas et al. (2016) destaca que os fatores que influenciam o alto consumo do pescado, no Pará, está associado a cultura e abundância do produto na região.

O crescimento significativo de consumo do pescado tem melhorado as dietas da população em todo o mundo, por ser considerado um alimento diversificado, nutritivo, além de ser considerado uma fonte rica em proteína animal de alta qualidade e fácil digestão (FAO, 2016). A demanda aquecida motivou a indústria do pescado, sobretudo da aquicultura, que é a modalidade com mais espaço para crescer a produção.

Apesar do Brasil ser considerado um dos líderes mundiais na produção de carne bovina, o consumo desse alimento começou a ser questionado, devido alto teor de gorduras saturadas que aumentam o risco de desenvolvimento da obesidade, de doenças cardíacas e outras doenças, incluindo alguns tipos de câncer (BRASIL, 2008; BERTOLAMI, 2005). A OMS, assim como o Ministério da Saúde, preconiza o consumo de uma porção diária de carne vermelha, que pode ser substituída por carne de peixes, aves e ovos (BRASIL, 2008). Segundo Silva & Silva (2005), existe diferença nos hábitos alimentares dos consumidores entre Macapá e Santana, verificando-se que a maioria dos entrevistados de Macapá prefere carne bovina, enquanto a de Santana prefere frango.

Conhecer o perfil do consumidor de pescado é uma ferramenta que poderá ser utilizada por empresas e comerciantes, visando manter o mercado competitivo de pescado, ou pelo governo, na constituição de políticas públicas para o setor pesqueiro, afim de atender os anseios da população. Além da possibilidade de despertar atenção dos investidores para a aquicultura, com o aumento da produção local e diminuição da importação deste produto. Segundo Engel et al. (2000), o comportamento do consumidor deve ser estudado para entender as atividades diretamente envolvidas em obter, consumir e dispor de produtos, sendo interessante incluir processos decisórios antes e após as ações.

Esta pesquisa objetivou avaliar o perfil preferencial dos consumidores de peixes comercializados no município de Macapá-AP, indicar os fatores de decisão que influenciaram no momento da compra, a frequência de consumo e a forma de venda do peixe.

1. **MATERIAIS E MÉTODOS**

O presente trabalho foi realizado no principal mercado de venda de pescado do estado do Amapá, localizado cidade de Macapá-AP, no período com compreendido entre os meses de abril e julho de 2017.

A amostra foi composta por 35 consumidores escolhidos de forma aleatória, utilizando-se a técnica de entrevistas diretas pessoais com perguntas fechadas e abertas, por meio de um inquérito investigativo semiestruturado contendo 14 questões. A entrevista com a aplicação do questionário buscou analisar o perfil socioeconômico dos entrevistados e renda (sexo; naturalidade; idade; número de integrantes da família; profissão; renda; grau de escolaridade; se alimenta de peixe; frequência aproximada de consumo de peixe; preferência do tipo de estabelecimento para a compra; preferência da espécie de peixe adquirida; preferência na forma de beneficiamento de peixe; preferência de peso aproximado; valor máximo que se pagaria pelo peixe vivo e no gelo ).

Os dados foram digitalizados utilizando-se o programa Excel 2013 da Microsoft®, no qual foi realizada uma análise exploratória dos dados, utilizando os métodos descritivos e inferenciais básicos, sendo apresentadas em formato de tabelas e gráficos, para caracterizar o perfil dos consumidores.

1. **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Foi possível verificar que 74% dos entrevistados correspondem ao sexo masculino, este resultado difere ao encontrado por Tavares et al., (2013), que constataram o sexo feminino como maioria dos entrevistados 65,7%, resultado relacionado as dificuldades na disponibilidade em responder as questões, e a generosidade das mesmas com o grupo de entrevistadores. O resultado do estudo se assemelha com o encontrado por Silva & Silva (2004) observaram no município de Macapá-AP, que 68% dos entrevistados pertenciam ao sexo masculino (Tabela 01). No presente estudo este resultado foi relatado devido aos horários e dia das coletas, que foram efetuadas aos fins de semana, onde visivelmente a presença do sexo masculino é maior.

Dos entrevistados, a maioria é natural do município de Macapá (65,7%) (Tabela 01). A idade variou entre 20 e 62 anos, onde 56,3% encontra-se na faixa de 40 e 59 anos, Olsen (2003) constatou que consumidores mais idosos tinham uma atitude mais ativa em relação ao envolvimento com a saúde e provavelmente esse fator interfere no aumento ao consumo de peixe.

Com relação ao número de integrantes da família, verificou-se que 45,7% dos entrevistados possuem entre dois e quatro integrantes familiares e apenas 25,7% possuem mais de seis integrantes, maior número informado, resultado semelhante ao encontrado por Mangas (2016), onde 49,25% possuem até três moradores e o número máximo encontrado foram de 7 morados representando 1,75% da amostra total.

No que diz respeito a profissão, 8,82% são autônomos. Quanto a renda mensal das famílias, constatou-se a predominância do grupo de consumidores com renda mensal entre um e dois salários mínimos 31,4%, e apenas 17,1% apresentaram renda menor que 1 salário mínimo. Resultado semelhante ao encontrado por NETO (2010) em que a maioria da população apresentava renda mensal de 1 a 3 salários mínimos, representando 57%.

**Tabela 01**. Variáveis demográficas naturalidade, idade, composição familiar, renda, escolaridade.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variável** | | **N** | **%** |
| **Estado** | **Cidade** |  |  |
| Amapá | Amapá | 2 | 5,7 |
|  | Macapá | 23 | 65,7 |
| Pará | Anajás | 1 | 2,9 |
|  | Belém | 1 | 2,9 |
|  | Breves | 2 | 5,7 |
|  | Chaves | 1 | 2,9 |
|  | Monte Alegre | 1 | 2,9 |
|  | Vigia | 1 | 2,9 |
|  | Santarém | 1 | 2,9 |
|  | - | 1 | 2,9 |
| Piauí | - | 1 | 2,9 |
| **Idade** |  |  |  |
| Entre 18 e 24 anos |  | 1 | 2,9 |
| Entre 25 e 39 anos |  | 10 | 28,6 |
| Entre 40 e 59 anos |  | 19 | 54,3 |
| ≥ 60 anos |  | 5 | 14,3 |
| **Composição familiar** |  |  |  |
| Entre 02 e 04 |  | 16 | 45,7 |
| Entre 04 e 06 |  | 10 | 28,6 |
| > 06 |  | 9 | 25,7 |
| **Renda\*1** |  |  |  |
| > 01 |  | 6 | 17,1 |
| Entre 01 e 02 |  | 11 | 31,4 |
| Entre 02 e 03 |  | 9 | 25,7 |
| Entre 03 e 04 |  | 9 | 25,7 |
| **Escolaridade\*2** |  |  |  |
| EFI |  | 4 | 11,4 |
| EFC |  | 5 | 14,3 |
| EMI |  | 1 | 2,9 |
| EMC |  | 12 | 34,3 |
| ESI |  | 2 | 5,7 |
| ESC |  | 11 | 31,4 |

Legenda: \*1 Em salário mínimo; \*2 Número de pessoas; EFI= Ensino Fundamental Incompleto; EFC= Ensino Fundamental Completo; EMI= Ensino Médio Incompleto; EMC= Ensino Médio Completo

Quanto a escolaridade, a maioria dos consumidores entrevistados apresentam ensino médio completo, com 34,3%, e 31,4% apresentam ensino superior completo. Myrland et al., (2000) constataram, na Noruega, que os indivíduos com nível de escolaridade superior apresentavam maior taxa de consumo de peixe. A predominância de entrevistados que possuem ensino médio completo também foi constatada por Figueiro et al., (2014), em Bragança – PA, e Vasconcelos (2010), em Santo André – SP. Mangas et al., (2016) concluíram que os consumidores com um maior nível de escolaridade, por dispor de maior instrução e informações, são mais exigentes quanto à qualidade do produto, tendo em vista garantir a boa saúde.

Todos os entrevistados possuem o habito de se alimentar de peixes, em relação a frequência alimentar e 42,86% consomem peixe uma vez por semana. Belo (2015) observou para o munícipio de Porto Velho-RO que 78% dos entrevistados consomem peixe no mínimo uma vez por semana. Já Tavares (2013) constatou para a cidade de Belo Horizonte MG que apenas 23,3% dos entrevistados consomem duas ou mais vezes ao mês. Pinto (2011) mostra que o consumo de carne no bovina no município de Campos dos Goytacazes - RJ bovina é maior, seguida pela carne de frango, carne suína e, por último, a carne de peixe.

Dos entrevistados apenas 2,9% possui o habito de comprar o peixe direto com o pescador e 97,1% entrevistados possuem preferência por compra nas feiras. A espécie com maior preferência de compra entre os consumidores foi a dourada (22%) seguida pelo tambaqui e pescada, 15% e 14%, respectivamente. Resultado semelhante ao encontrado por Silva & Silva (2004), em que a dourada foi a espécie mais citada pelos entrevistados. A forma de beneficiamento com maior interesse em compra pelo consumidor foi a limpa e eviscerada, representando 69% das respostas, já 22% preferem a compra de forma inteira e 11% filetada. 3,1% tem preferência por peixes com 2 kg, seguido por peixes com 1,5 kg. Quanto ao valor máximo aceito a ser pargo no peixe conservado no gelo, foi o de dez reais, representando 25,7%, e 20% responderam que doze reais seriam a o valor máximo a ser pago no peixe vivo.

**REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA**

BELO, M. A. A. Consumo de pescado no Município de Porto Velho-RO. ENCICLOPÉDIA BIOSFERA, Centro Científico Conhecer - Goiânia, v.11 n.21; p. 2015.

BERTOLAMI, M.C. O Impacto da Carne e do Leite de Bovinos na Saúde Humana. **Instituto de Cardiologia do Estado de São Paulo**. São Paulo: 2005.

BOMBARDELLI, R.A. SYPERRECK, M. A.; SANCHES, E. A. Situação atual e perspectivas para o consumo, processamento e agregação de valor ao pescado. **Arquivos de Ciências Veterinárias e Zoologia**, v. 8, p. 181-195, 2005.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Guia Alimentar da População Brasileira: Promovendo a Alimentação Saudável.** 1ed. Brasília, 2008. Disponível em: < http://bvsms.saude.gov.br/-bvs/publicacoes/guia\_alimentar\_populacao\_brasileira.pdf>. (Acesso em: 13/dez/2016).

BRASIL. Ministério da Pesca e Aquicultura. **Boletim estatístico da pesca e aquicultura: Brasil 2010**. Brasília: MPA, 2012. 129p.

ENGEL, J. et al. Comportamento do consumidor. 8.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

FAO, Food and Agriculture of The United Nations. El estado mundial de la pesca y la acuicultura 2016. Contribución a la seguridad alimentaria y la nutrición para todos. Roma, 2016. 224 p. Disponível em http://www.fao.org/publications (acessado em 17/Ago/2011).

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. Belém. Disponível em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/uf.php?lang=&coduf=15&-search=para>. Acesso em: 26 jul. 2017.

MANGAS, F. P.; REBELLO, F. K.; SANTOS, M. A. S. dos; MARTINS, C. M. Caracterização do perfil dos consumidores de peixe no município de Belém, estado do Pará, Brasil. Revista em Agronegócio e Meio Ambiente, Maringá (PR), v. 9, n. 4, 2016, p. 839-857.

NETO, A. P. R. Fatores que influenciam na decisão de compra de pescado nas feiras livres de Macapá -AP.2010.38 f. Monografia (TCC em Extensão Pesqueira).Coordenação do Curso de Engenharia de Pesca,Universidade do Estado do Amapá, 2010.

OLSEN, S. O. Understanding the relationship between age and seafood consumption: The mediating role of atitude, health involvementand convenience. **Food quality and Preference,** v. 14, 2003, p. 199-209.

OSTRENSKY, A.; BORGHETTI, J. R.; SOTO, D. Aquicultura no Brasil: o desafio é crescer. Brasília: Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação (FAO), 2007. v. 1. 276p.

PINTO, R. M. Perfil do consumidor de pescado no município de Campos dos Goytacazes - RJ. **Perspectivas** **Online: Ciências Humanas & Sociais Aplicadas**, v.4, p.25-36, 2011.

SILVA, L. M. A. da, & SILVA, S. L. F. Fatores de decisão de compra de pescado nas feiras de Macapá e Santana – Amapá. Nota científica. Boletim Técnico Científico CEPNOR, Belém, v. 4, n. 1, 2004, p. 89-98.

SONODA, D. Y. CAMPOS, S. K.; CYRINO, J. E. P.; CYRINO, J. E. P.; SHIROTA, R. Demand for fisheries products in Brazil. Scientia Agrícola (USP. Impresso), v. 69, p. 313-319, 2012.

TAVARES, G. C. *et al.* Perfil do Consumo de pescado na Cidade de Belo Horizonte-MG.  ***B. Indústr. anim.,*** N. Odessa, v.70, n.3, p.2-23, 2013