

CONSTRUINDO SABERES, FORMANDO PESSOAS E TRANSFORMANDO A PRODUÇÃO ANIMAL

PERFIL DO CONSUMIDOR DE PESCADO COMERCIALIZADO NO MUNICÍPIO DE IPIXUNA DO PARÁ

Priscila de Souza RAMOS*¹, Maiara Alves dos ANJOS¹, Alaire Franco TAVARES¹, Ana Joyce Torres de OLIVEIRA¹, Paulo Lima SIMPLÍCIO¹, Mayrla Barbosa FARIA¹, Héllen Krislen Souza LIMA¹, Lilian de Nazaré Santos DIAS²

*autor para correspondência: priscila.dsr@hotmail.com

¹ Graduando de Zootecnia, Universidade Federal Rural da Amazônia, Paragominas, Pará, Brasil

² Doutora em Ciência Animal; Docente da Universidade Federal Rural da Amazônia, Paragominas, Pará, Brasil

Abstract: The fish farming has been highlighted in recent years, due to the large economic and social role that the activity exerts, producing quality food, generating employment and income. For the research, questionnaires were applied to 50 consumers at the municipal Fair of Ipixuna do Pará, using personal direct interviews with closed questions, through a structured interrogation containing 15 questions. Of the total questionnaires, it was found that 80% of respondents were female. 60% of respondents were between 36 to 45 years. Regarding the consideration of the healthy hake 100% of respondents approve the delicacy. As for the consumption of the hake 92% of the respondents consumed fish with habit ranging from 1 to 2 times per month (50%), 1 time per week (26%), 2 to 3 times per month (12%) and more times (4%); Only 8% did not consume, attributing this fact to the price (4%) followed by not having the habit (4%). About 86% of respondents have no preference as to the origin of the fish being of freshwater or salted water, 80% of respondents opt for fresh fish, 74% prefer the eviscerated fish. On the quality of the hake 78% claim that they are of good quality.

Keywords: acceptability, marketing, piscicultura, consumption

Promoção e Realização:



Apoio Institucional:



Organização:



CONSTRUINDO SABERES, FORMANDO PESSOAS E TRANSFORMANDO A PRODUÇÃO ANIMAL

Introdução

O Brasil dispõe de condições naturais muito favoráveis à produção de pescados, pois apresenta uma extensa faixa costeira extensa, e aproximadamente, 13% do total da reserva de água doce disponível no mundo (SIDONIO et al., 2012). Fator esse que colabora diretamente com o clima do país para criações de diversas espécies de peixes. Segundo Frascá-Scorvo e Scorvo-Filho (2011), dentre as atividades zootécnicas a piscicultura tem se destacado nos últimos anos, em decorrência ao grande papel econômico e social que a atividade exerce, produzindo alimentos de qualidade e gerando emprego e renda.

O consumo do pescado tem aumentado de forma significativa ao longo dos anos devido a procura por alimentos mais saudáveis e preços acessíveis, esse aumento caracterizou um perfil de consumidores exigentes em relação ao produto a ser comprado (Silva Neto et al., 2014).

Segundo Gomes et al. (2012) a comercialização de pescado em feira livre ainda é bastante tradicional em áreas urbanas. As feiras livres ainda são grandes pontos de comercialização, pois em pequenos municípios não dispõem de indústria de processamento do pescado e a preferência de consumo é o pescado “*in natura*”.

O objetivo deste estudo é caracterizar o perfil dos consumidores de pescado do município de Ipixuna do Pará.

Material e Métodos

Aplicou-se questionários a 50 consumidores na feira do município de Ipixuna do Pará, utilizando-se de entrevistas diretas pessoais com perguntas fechadas, por meio de um interrogatório estruturado contendo 15 questões. O local para a coleta de dados foi selecionado de forma não probabilística e por conveniência, levando-se em consideração que o município possui um galpão do agricultor onde os agricultores do município levam para venda sua produção semanal, com grande

Promoção e Realização:



Apoio Institucional:



Organização:



CONSTRUINDO SABERES, FORMANDO PESSOAS E TRANSFORMANDO A PRODUÇÃO ANIMAL

fluxo de consumidores aos fins de semana, de acordo com a Secretaria Municipal de Agropecuária.

O questionário foi dividido da forma que se identifique o perfil do consumidor; os hábitos de consumo/preferências do consumidor; fatores que afetam a decisão de compra; características ou atributos desejáveis do produto.

Resultados e Discussão

Do total dos 50 questionários, verificou-se que 80% dos entrevistados eram predominantemente do sexo feminino, que de acordo com Oliveira; Vela (2008) este fato pode ser justificado pelo papel que a mulher exerce, como dona de casa responsável pelas afazeres de casa; outro fato que reitera essa quantidade é de que elas se mostraram mais dispostas a responder os questionamentos; o público teve uma faixa etária de 25 a 65 anos, sendo que 60% dos entrevistados tinham entre 36 a 45 anos, mesmo fato observado por MANGAS et al. (2016) onde constatou que essa faixa etária corresponde as pessoas em plena idade laboral, que muitas vezes optam por alimentos de mais fácil preparo e saudável pela sua excelente qualidade nutricional. Em relação a consideração do pescado saudável 100% dos entrevistados aprovam a iguaria.

Quanto ao consumo do pescado 92% dos entrevistados consumiam pescado de forma que o hábito variava em 1 a 2 vezes por mês (50%), 1 vez por semana (26%), 2 a 3 vezes por mês (12%) e mais vezes (4%), o menor consumo pode ser justificado por geralmente os preços estarem em alta e o consumidores acabam optando por outros tipos de alimentos, mesmo a cidade sendo banhada por rios onde a pesca tradicional e a piscicultura tem forte influência, este aspecto não influencia no consumo. Apenas 8% dos entrevistados não consumiam e atribuíram o fato do preço (4%) seguido de não ter o hábito (4%).

A maioria dos entrevistados cerca de 86% não têm preferência quanto a origem do pescado ser de água doce ou salgada. Sobre a escolha das espécies de

Promoção e Realização:



Apoio Institucional:



Organização:



CONSTRUINDO SABERES, FORMANDO PESSOAS E TRANSFORMANDO A PRODUÇÃO ANIMAL

pescados para o consumo, das opções dadas pelo questionário (traíra, cara, tucunaré, tambaqui, dourada, pescada gó, piramutaba, bonito e outros) à maioria consumidora preferem tambaqui (36%) sendo esse consumo bastante relacionado à maior disponibilidade desse tipo de pescado, já que na cidade tem um piscicultor com uma pequena produção de tambaqui; seguido de dourada (28%), tucunaré (16%), pescada gó (8%), piramutaba (2%) e traíra (2%). Para preferência do preparo 6% dos entrevistados preferem frito, 22% preferem assado ou grelhado e 64% dos entrevistados preferem todos os modos (frito, assado ou grelhado, cozido), essa preferência deve-se às diversas opções de pratos típicos e receitas regionais.

De acordo com as respostas 80% dos entrevistados optam pelo peixe fresco, o principal motivo pela compra do pescado fresco está relacionado com a certeza de que o alimento adquirido está em boas condições para consumo; o tipo de corte preferido foi o peixe eviscerado (74%) que relacionaram também ao fato do frescor do pescado na hora da compra.

Questionados sobre a qualidade do pescado 78% afirmam que são de boa qualidade, os resultados obtidos podem não condizer com a real qualidade do pescado avaliado pelos consumidores, pois o pescado é exposto de forma livre na feira, podendo causar contaminações oferecendo riscos à saúde pública. Para o local onde costumam a comprar pescados a feira livre e peixaria com 92% foram de maior preferência, em relação a limpeza dos locais 90% dos questionados consideraram limpos, a higiene e qualidade do pescado são os fatores que influenciam diretamente na compra do produto.

Sobre a aquisição do pescado 78% dos entrevistados levam em consideração na hora da compra um peixe de boa qualidade e da espécie desejada, mas esse fato entra em discursão quando alguns entrevistados afirmaram que não sabem identificar qual peixe estão comprando e nem se está fresco. O motivo da compra do pescado os 82% dos entrevistados afirmam que utilizam a iguaria para variar o

CONSTRUINDO SABERES, FORMANDO PESSOAS E TRANSFORMANDO A PRODUÇÃO ANIMAL

cardápio, pois os consumidores estão mudando os hábitos alimentares em busca de alimentação mais saudável.

Conclusão

Nota-se que a maioria dos entrevistados leva em consideração a qualidade do produto adquirido, local de procedência, mostrando que os consumidores estão cada vez mais atentos ao produto consumido. Fazendo com que haja uma busca por melhorias na produção por parte dos fornecedores, beneficiando os consumidores.

Referências

- FRASCÁ-SCORVO, C. M. D.; SCORVO-FILHO, J. D. 2011. A piscicultura. Pesquisa & Tecnologia, v.8, n.2, p.1-4.
- GOMES, P. M. A.; BARBOSA, J. G.; COSTA, E. R. 2012. Avaliações das condições higiênicas sanitárias das carnes comercializadas na feira livre do município de Catolé do Rocha – PB. Revista Verde, v.7, n.1, p.225-232.
- MANGAS, F. P.; REBELLO, F. K.; SANTOS, M. A. S.; MARTINS, C. M. 2016. Caracterização do perfil dos consumidores de peixe no município de Belém, estado do Pará, Brasil. Revista em Agronegócio e Meio Ambiente, v. 9, n. 4, p. 839-857, out./dez.
- OLIVEIRA, N. R. F.; VELA, H. A. G. 2008. *Escolhas alimentares, decisões culturais: a mulher define o que vai pra mesa*. Florianópolis: UFSM.
- SIDONIO, L.; CAVALCANTI, I.; CAPANEMA, L.; MORCH, R.; MAGALHÃES, G.; LIMA, J.; BURNS, V.; ALVES JÚNIOR, A. J.; MUNGIOLI, R. 2012. Panorama da aquicultura no Brasil: desafios e oportunidades. Rio de Janeiro: BNDES, (BNDES Setorial 35).
- SILVA NETO, A.M.; RAMOS, L.A.S.; SANTOS, M.J.; OLIVEIRA, M.F.S.; BRITO, T.P. 2014. Perfil dos consumidores de pescado no município de Belém, PA, Brasil. In: FEIRA NACIONAL DO CAMARÃO, Fortaleza. Anais... Fortaleza: ABCCAM.1p.