



PERFIL DOS CONSUMIDORES DE PESCADOS DA CIDADE DE SOBRAL-CE

Samuel Carneiro de Barcelos⁽¹⁾, Daniele Maria Teixeira Sá⁽²⁾; Edilene Ferreira da Silva⁽¹⁾; Luciana Antônia Araújo de Castro⁽³⁾

Mestrando(a) em Tecnologia de Alimentos⁽¹⁾; IFCE-*Campus* Limoeiro do Norte, E-mail: s.c.barcelos.ifce@gmail.com.

Docente/pesquisador(a)⁽²⁾; IFCE-*Campus* Sobral.

Docente/pesquisador(a)⁽³⁾; IFCE-*Campus* Acaraú, E-mail: lucianaifce@gmail.com.

RESUMO. O presente trabalho teve como objetivo avaliar o consumo dos pescados e os fatores que interferem na sua compra, em supermercados do município da cidade de Sobral-CE. O questionário foi aplicado em três supermercados da cidade, para cem clientes. 95% dos entrevistados consideram o pescado um alimento saudável e 5% não o consideram. Quanto a frequência do consumo, 36% consome apenas 1 vez por semana. A maioria dos entrevistados (29,89%) atribui ao preço o motivo de não consumir ou consumir em menor quantidade o pescado. 41,26% dos entrevistados preferem peixes de água doce, 20,61% de água salgada e 37,11% não tem preferência. Quanto ao consumo, a maioria (51%) preferem a tilápia e ainda quanto à qualidade, 56,70% consideram o pescado de boa qualidade. Os supermercados (39,17%) foram os local de compra mais preferido, seguido dos mercados públicos (37,11%). Sobre a aquisição do pescado 68,04% afirmam ser difícil reconhecer um peixe de boa qualidade. Quando indagados sobre o motivo do consumo, 57,73% consomem o pescado por considera-lo saudável. Conclui-se que a maioria dos consumidores consomem pescado pelo menos uma vez por semana e consideram o pescado como um alimento saudável, sendo o preço o principal fator limitante para o seu consumo.

PALAVRAS-CHAVE: Qualidade. Mercado. Peixe. Saúde.

2. INTRODUÇÃO

Segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS) o recomendado para consumo de pescado por pessoa é de pelo menos 12 kg/ano (BRASIL, 2007). De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o consumo per capita aparente de pescado no país em 2010 foi de 9,75 kg/hab./ano, com crescimento de 8% em relação ao ano anterior. O valor nutricional do pescado e a divulgação de estudos que o associam com melhorias para a saúde têm causado, nos últimos anos, um aumento de interesse por esse alimento (BURGER, 2008). Entretanto, apesar deste crescimento o consumo de pescado no Brasil ainda está abaixo do recomendado pela OMS.

O consumo de pescado pode ser influenciado por diversos fatores, dos quais se destacam os socioeconômicos, os padrões de consumo alimentar, características pessoais, estado de saúde e dimensões atitudinais (TRONSDEN et al., 2003).

No Brasil, os estudos sobre fatores que determinam o consumo de alimentos, estão frequentemente relacionados a frutas, verduras e legumes (FIGUEIREDO, 2006), poucos são os estudos relativos a pescados (BARROS, 2001). Diante disto, o presente trabalho teve como objetivo avaliar o consumo dos pescados e os fatores que interferem na compra dos mesmos em supermercados do município da cidade de Sobral-CE, através de entrevistas com aplicação de questionário.

3 METODOLOGIA



A pesquisa foi realizada em 03 supermercados da cidade de Sobral- CE no período de uma semana. As informações foram coletadas por meio de entrevistas com 100 (cem) clientes de faixa etária entre 15 e 80 anos, através da aplicação de questionário (Figura 1).

Figura 1 - Questionário aplicado aos consumidores entrevistados.

QUESTIONÁRIO	
1-Idade ____ Anos.	8-Qual sua preferência em relação ao preparo do pescado?
2-Sexo: () masculino () feminino	() Frito ou empanado () Assado ou grelhado
3-Você considera o pescado um alimento saudável?	() Cozido ou ao molho () Outros
() Sim () Não	9-O que o Sr. (a) acha da qualidade do pescado que compra?
4-Você costuma consumir pescado?	() Ótima () Regular
() Não consumo () 1 a 2 vezes por mês	() Boa () Ruim
() 1 vez por semana () De 2 a 3 vezes por mês	10-Qual o local onde costuma comprar o pescado?
() 2 ou mais vezes por semana	() Feiras livres () Peixarias
5-Qual motivo você atribui ao fato de não comer mais pescado no seu dia a dia?	() Mercados publico () Supermercados
() Preço () Não tem o hábito	11-Você considera limpo e adequado às instalações do local onde você compra o pescado?
() Falta de acesso () Outros	() Sim () Não
6-Se você tivesse a opção de escolher o pescado, qual você escolheria?	12-O que você acha mais difícil na hora de comprar um peixe?
() Peixe (de água doce) () Todos	() Reconhece um peixe de boa qualidade
() Peixe (de água salgada)	() Encontra a espécie que deseja consumir
7-Qual das espécies abaixo você compraria para consumo?	13-Qual é o motivo que lhe leva ao consumo de pescado?
() Traíra () Sardinha	() O benefício à saúde () Carne branca
() Tilápia () Outros	() Variar o cardápio da família () Carne de fácil digestão

Fonte: Autores.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O público entrevistado foi composto, predominantemente, pelo sexo feminino (56%), com faixa etária de 30 a 40 anos, em sua maioria donas do lar. Com relação à consideração do pescado como um alimento saudável, 95% dos entrevistados consideram que o pescado é um alimento saudável e apenas 5% não consideram como saudável.

Quanto a frequência do consumo do pescado, a maioria respondeu consumir pescado pelo menos 1 vez por semana (36%), seguido dos que consomem 2 ou mais vezes por semana (28%), os que consomem de 1 a 2 vezes por mês e de 2 a 3 vezes por mês (20% e 13%) respectivamente. Apenas 3% dos entrevistados não consomem pescado. Isto é, a maioria dos entrevistados (64%) consomem pescado pelo menos uma vez por semana, apresentando uma boa frequência no consumo do mesmo. Segundo Galvão, (2015), o Brasil em geral apresenta um consumo baixo de pescado, especialmente quando se avalia a imensa extensão do litoral e os recursos fluviais do país.

Em relação ao motivo de não consumir ou consumir em menor quantidade o pescado no seu dia-a-dia, a maioria dos entrevistados atribuiu esse fato ao preço (29,89%), seguido de não ter o hábito (27,83%), não consomem pescados por outros motivos 25,77% dos entrevistados e em menor quantidade (16,49%) não tem acesso a pescados. Apesar de o Brasil apresentar potencial para se tornar o maior produtor de pescado cultivado do mundo, isso devido à existência de água disponível para o cultivo, disponibilidade de grãos como a soja e o milho para produção de rações, o clima tropical, o crescente aumento da população de consumidores em relação à diminuição da disponibilidade do recurso e o fato do Brasil ter a maior e mais diversificada fauna de água doce do mundo. O consumo ainda é baixo e só atinge a recomendação da FAO em algumas regiões do país (OETTERER, 2002).



A maior parte dos entrevistados (41,26%) tem preferência por peixes de água doce, enquanto que apenas 20,61% têm preferência por peixes de água salgada e outros 37,11% não têm preferência quanto a origem do pescado ser marinho ou de água doce. De acordo com Oetterer, (2002) o desafio do mercado atual está em superar as falhas ocorridas no passado com o pescado marinho comercializado in natura, vencer o baixo consumo e a fama de que o brasileiro não come peixe porque é “raro e caro”.

Sobre a escolha das espécies de pescados para o consumo, das opções dadas pelo questionário (traíra, tilápia, sardinha, outros) à maioria dos entrevistados (51%) afirmaram escolher a tilápia como o peixe preferencial para consumo. Essa preferência pode está associada a diversas características da tilápia. Segundo Souza, (2002) a tilápia apresenta requisitos típicos dos peixes preferidos pelo consumidor, tais como carne branca de textura firme, sabor delicado e fácil filetagem. O que a torna uma espécie de grande interesse para a piscicultura. Além disso, no Brasil, a expansão da tilápia tem sido impulsionada pela demanda de mercado por sua boa aceitação pela população, quanto ao sabor, valor nutritivo e preços baixos (SIMÕES et al., 2007).

Para preferência do preparo do pescado houve uma leve preferência (37,11%) para peixes cozido ou ao molho, enquanto que 36,08% e 26,80% afirmaram preferir frito e/ou empanado ou grelhado respectivamente. Segundo Brum et al., (2009) a preferência no preparo do pescado é igual para empanado/frito e cozido ou ao molho com 48,8% e grelhado/assado com 2,4%. No presente trabalho também houve correlação no preparo do pescado frito ou empanado e cozido ou ao molho (36,08%) e (37,11%), respectivamente.

Questionados sobre a qualidade do peixe que consomem, apenas 1,03% afirmam ser ruim, enquanto que 56,70% relataram ser de boa qualidade e 14,43% afirmam ser de ótima qualidade. De acordo com Neto, (2010) os resultados obtidos podem não condizer com a real qualidade do pescado avaliado pelos consumidores. Isso se deve ao fato da forma de exposição nas feiras livres e mercados públicos e o armazenamento nos supermercados e peixarias. Para o local onde costumam comprar pescados há uma leve preferência pela compra em supermercados (39,17%) seguida pelos mercados públicos (37,11%). Em menor quantidade há preferência pela compra em feiras livres e peixarias (13,40%) e (10,30%) respectivamente.

Questionados se consideram limpo ou não o local onde adquirem o peixe, a grande maioria afirmaram limpo (70,10%), enquanto que a minoria não consideram limpo o local de venda (29,89%). O fator higiene e qualidade são considerados como primordiais no processo de compra do pescado. Cabe, portanto, a exploração de métodos e técnicas que assegurem que o pescado seja comercializado de forma segura com sua qualidade nutricional preservada (NETO, 2010).

Sobre a dificuldades para aquisição do pescado, a maioria (68,04%) dos entrevistados responderam que o mais difícil é reconhecer um peixe de boa qualidade, enquanto que em menor quantidade (31,95%) afirma ser difícil encontrar a espécie que deseja consumir. Kubitzka, (2002) também observou os mesmos fatores, na opinião dos entrevistados, as dificuldades mais frequentes na hora de decidir pela compra do pescado é a inabilidade em determinar se o pescado é fresco, elegida pela maioria dos entrevistados.

Em relação ao motivo que os leva ao consumo de pescado, observa-se que 57,73% consideram os benefícios do pescado, 38,14% assumem comer peixe para variar o cardápio, enquanto que 3,09% consomem pescado por ser carne branca e 1,03% por ser uma carne de fácil digestão. Para Pinto et al., (2011), O comportamento dos consumidores e os hábitos alimentares estão sofrendo mudanças em consequência da busca por uma alimentação mais saudável.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa realizada mostra que a maioria dos consumidores entrevistados na cidade de Sobral-CE, consomem pescado pelo menos uma vez por semana (no mínimo) (64%) e consideram o



pescado como um alimento saudável, sendo o preço, como principal fator limitante para o aumento deste consumo. Há uma maior preferência pela tilápia, possivelmente pela maior disponibilidade desta espécie já que a cidade de Sobral está localizada em um dos polos do estado que concentra grande atividade pesqueira no que se refere ao cultivo desta espécie, além das características da carne deste peixe ter uma alta aceitação. A maior parte dos entrevistados consideram que a qualidade do pescado consumido é boa, sendo este resultado influenciado pela dificuldade relatada pela maioria dos entrevistados em saber identificar um pescado de qualidade, fato este que também pode interferir no baixo consumo do pescado nesta região.

5. REFERÊNCIAS

- BARROS, A. Fundamentos econômicos da dinâmica da pesca em Pernambuco. **Revista Econômica do Nordeste**. v.32, p. 569-591, N. Especial, 2001.
- BRASIL. **Secretaria Especial de Aquicultura e Pesca**. Cartilha do Pescado fresco. Brasília, 2007. 24 p. Disponível em: http://www.agos.com.br/dados2015/kcfinder/file/cartilhas/pescado_fresco.pdf. Acesso em: 04 Dez. 2016.
- BRUM, A.; FERREIRA, A.; PASSOS, A.; SANTOS, T. Perfil do Consumo de Pescado na Cidade de Açailândia-MA. Belém-PA 2009. In: CONGRESSO DE PESQUISA E INOVAÇÃO DA REDE NORTE E NORDESTE DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA, 4, 2009. Belém-PA. Anais eletrônicos... Belém, PA, CONNEPI, 2009. Belém-PA. **Anais eletrônicos...** Belém, PA, CONNEPI, 2009. Disponível em: http://connepi2009.ifpa.edu.br/connepi-anais/artigos/49_2380_2069.pdf. Acesso em: 23 ago, 2015.
- BURGER J. Fishing, fish consumption, and awareness about warnings in a university community in central New Jersey in 2007, and comparisons with 2004. **Environmental Research**. v. 108, n. 1, p. 107-116, 2008.
- FIGUEIREDO, I.C.R. **Determinantes do consumo de frutas, verduras e legumes em adultos residentes no município de São Paulo**. 2006. 76p. Dissertação (Mestrado) - Faculdade de Saúde Pública, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.
- GALVÃO, J. A. **Boas práticas de fabricação: da despesca ao beneficiamento do pescado**. 2010. Disponível em: ftp://ftp.sp.gov.br/ftpcesca/IIsimcope/oficina_juliana_galvao.pdf. Acesso em: 16 maio 2015.
- KUBITZA, F. **Com a palavra os consumidores**. *Panorama da Aquicultura*. v. 12, n. 69, p. 48-53, 2002.
- 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.
- OETTERER, M. **Industrialização do pescado cultivado**. Guaíba: Livraria e Editora Agropecuária Ltda. 200p., 2002.
- PINTO, R. M.; SILVA, V. G. V.; SHIMODA, E.; PEREIRA, V. F.; Perfil do consumidor de pescado no município de Campos dos Goytacazes – RJ; **Perspectivas**. online: Ciências humanas & sociais aplicadas, Campos dos Goytacazes, v. 1, n. 3, p. 25-36, 2011.
- SIMÕES, M.R.; RIBEIRO, C.F.A.; RIBEIRO, S.C.A.; PARK, K.J.; MURR, F.E. Composição físico-química, microbiológica e rendimento do filé de tilápia tailandesa (*Oreochromis niloticus*). **Ciência e Tecnologia de Alimentos**. v. 27, n. 3, p.608-613, 2007.
- SOUZA, M. L. R. Comparação de Seis Métodos de Filetagem, em Relação ao Rendimento de Filé e de Subprodutos do Processamento da Tilápia-do-Nilo (*Oreochromis niloticus*). **Revista Brasileira de Zootecnia**. v. 31, n. 3, p. 1076-1084, 2002.
- TRONDSSEN, T.; SCHOLDERER, J.; LUND, E.; EGGEN, A. E. Perceived barriers to consumption of fish among Norwegian women. **Appetite**. v. 41, n. 3, p. 301-314, 2003.