



FATORES DETERMINANTES NA TOMADA DE DECISÃO EM COMPRAS ORGANIZACIONAIS DE CARNE DE PEIXE NA CIDADE DE ARAGUAÍNA - TO

SILVA, Samara Lino¹; CONTI, Ana Carolina Müller²;

RESUMO

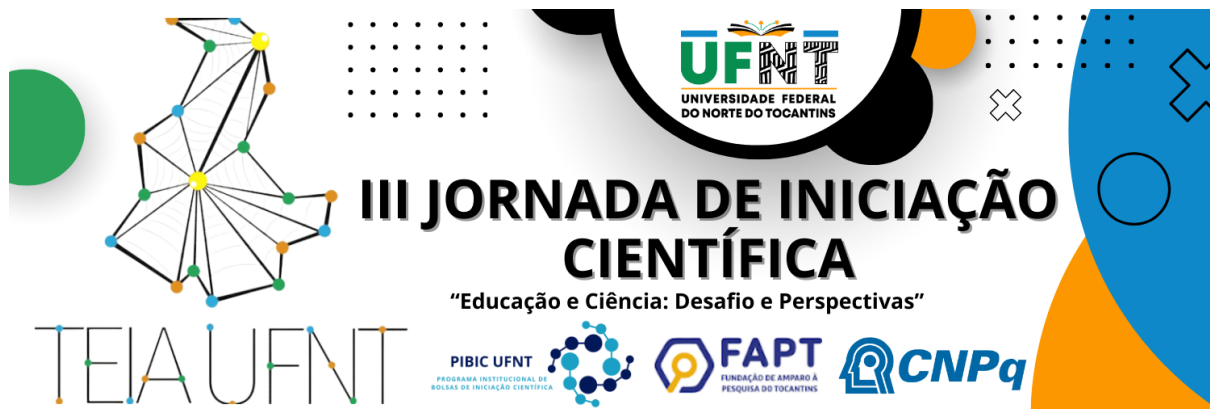
Objetivou-se descrever o comportamento do perfil dos consumidores organizacionais da cidade de Araguaína em relação a forma de comercialização do pescado. Foram aplicados 11 questionários a comerciantes ou administradores responsáveis pela compra da carne de peixe em supermercados, feiras-livres e restaurantes do Município de Araguaína - TO. A maior parte dos entrevistados (70%) é empreendimento de pequeno porte e que vende menos que uma tonelada. Apenas 46% dos estabelecimentos comercializam pescado inspecionado. Maranhão e Pará, são os maiores fornecedores de pescado (75%). Os consumidores organizacionais consideram que a qualidade é o atributo mais importante quando da decisão de compra do pescado, embora considerem que, para os consumidores finais, o atributo mais importante é o preço. Metade dos entrevistados afirmou que preferiria comprar pescado produzido no estado, caso houvesse maior oferta. Isso indica que há demanda por pescado na cidade e sugere que havendo incentivo à produção local o comércio poderia facilmente absorver o aumento da oferta.

Palavras-chave: Aquicultura. Consumidor. Desenvolvimento Econômico. Varejo.

I. INTRODUÇÃO/JUSTIFICATIVA

1 Bolsista do Programa de Iniciação Científica (PIBIC). Universidade Federal do Norte do Tocantins (UFNT), Centro de CCA. Samara.lino@ufnt.edu.br

2 Professora Doutora, da Faculdade de Zootecnia. Universidade Federal do Norte do Tocantins (UFNT), coordenadora do projeto de PIBIC. Ana.conti@ufnt.edu.br



A aquicultura é um ramo importante para a economia e garantia de alimentos no estado do Tocantins, que apresenta potencial de destaque no setor devido a seu potencial hídrico e condições climáticas favoráveis. O estado do Tocantins tem aprovado leis para incentivo da piscicultura (Lei nº 3.516 e Lei Complementar nº 124), no entanto Vasconcelos (2010) relata que, embora haja no país incentivo a aquicultura por parte do Estado, é necessário o reconhecimento das necessidades, expectativas, anseios e dificuldades encontradas pelo consumidor antes de fomentar campanhas de incentivo ao consumo dessa carne. Assim, busca-se conhecer os fatores determinantes para a tomada de decisão quanto à compra de pescado pelo consumidor organizacional da cidade de Araguaína - TO para fornecer subsídios para as ações de fomento à produção, processamento e comercialização da carne de peixe.

II. BASE TEÓRICA

De acordo com a PEIXEBR (2024), em 2023, o Tocantins ocupou o 18º lugar no ranking nacional produzindo 17.556 toneladas de pescado, contudo a produção aquícola tem potencial de crescimento devido as condições hídricas e climáticas favoráveis do estado (DIAS, 2017).

Pedroza Filho, et al. (2020) elucidam sobre perspectivas de desenvolvimento da cadeia produtiva da piscicultura no estado do Tocantins demonstrando grande margem de crescimento tanto no comércio como na produção interna de pescado.

Segundo Vieira (2002) o estudo do comportamento do consumidor é caracterizado como a análise das atividades relacionadas de obtenção, consumo e uso e de produtos e serviços, abrangendo também os processos de tomada de decisão que ocorrem antes e após essas ações.

Rita et al. (2006), evidenciaram que a lealdade, transporte e a regularidade foram de fato os fatores mais importantes nas relações entre os consumidores



organizacionais de tilápia e seus fornecedores. Para Mendonça; Cassetta e Lewandowisk (2017), o hábito de consumo, o preço, a disponibilidade do produto, a variedade, o sabor e o valor nutricional são os fatores que o consumidor varejista mais leva em consideração.

OBJETIVOS

Objetivo geral:

Conhecer o comportamento de compra de carne de peixe dos comércios e peixeiros da cidade de Araguaína – TO.

Objetivo específicos:

Caracterizar a obtenção de carne de peixes pelos consumidores organizacionais, descrever o estabelecimento quanto ao porte e finalidade e prospectar ações de fomento à piscicultura na cidade.

III. METODOLOGIA

Essa pesquisa foi aprovada pelo comitê de ética em pesquisa da Universidade Federal do Tocantins sob parecer nº 4.522.096 e CAEE nº 35035420.0.0000.5519 e caracterizou-se pela aplicação de questionários aos responsáveis pela compra de pescado em estabelecimentos comerciais (consumidores organizacionais) e a vendedores autônomos de pescado.

A amostragem dos consumidores organizacionais foi por amostragem de conveniência. Os entrevistados receberam um termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE) em que constava informações sobre os objetivos da pesquisa sobre seus direitos. Os dados coletados foram tabulados e analisados descritivamente utilizando planilhas eletrônicas.

IV. RESULTADOS E DISCUSSÃO



A maioria dos empreendimentos participantes da pesquisa é de pequeno porte, no entanto a maior parte do pescado é vendida em supermercado (60%). Apenas um supermercado vende a maior parte do pescado comercializado na cidade (11 toneladas mensais).

A parte predominante do pescado comercializado é vendido resfriado (91%) e eviscerado (64%), pois segundo os entrevistados essa é a preferência dos clientes. Em pesquisa realizada no Baixo São Francisco em Fortaleza a forma de aquisição mais comum foi a congelada (SANTA RITA et al. 2006). O processamento do peixe é uma forma de agregação de valor e consiste em fases como evisceração e descama, corte em postas e filetes (PEDROZA et. al. 2020).

Grande parte do pescado (46%) é comprada de frigoríficos com inspeção sanitária estadual e federal, no entanto, 26% do pescado comercializado na cidade não passa por nenhum tipo de inspeção sanitária e outros 27% afirmam adquirir pescado de frigoríficos com inspeção municipal, mas não há na cidade frigorífico ou entreposto com fiscalização sanitária.

O Maranhão e Pará são os maiores fornecedores dos varejistas entrevistados (75%), o que pode onerar o preço do alimento. De acordo com Santos e Araújo (2015) o transporte é um dos componentes que agregam valor ao produto. Talvez, devido a esse fato, metade dos entrevistados afirmou preferir comprar produzido no estado, caso houvesse maior oferta.

A caranha e a tilápia foram as espécies mais comercializadas na cidade e são também as espécies de maior preferência do consumidor araguainense (Conti et. al, 2022).

Quando perguntados sobre os atributos considerados mais importantes na decisão de compra do pescado pelo consumidor organizacional, maiores notas foram atribuídas à qualidade do pescado e a embalagem, no entanto, acreditam que para o consumidor final o mais importante é o preço do produto (Tabela 1). De acordo com



Vandré et al. (2020) e Maciel et al. (2015) a principal motivação de compra do pescado é a sua qualidade, boa procedência e um bom preço.

Em um estudo realizado por Simon et al. (2019), o preço seria o maior motivador do aumento do consumo de peixe, assim, fomentar a produção de pescado local, pode aumentar o consumo, uma vez que diminuiriam se os gastos com logística, entregando um produto mais barato ao atacado e conseqüentemente, ao varejo.

Tabela 1 - Notas para atributos pelo empreendedor à fatores que acredita serem motivadores da compra de pescado pelo seu empreendimento e para o seu consumidor.

Consumidor	Atributos						
	Origem	Preço	Espécie	Corte	Conservação	Qualidade	Embalagem
Organizacional	4,45	4,00	4,73	4,00	4,55	4,91	4,82
Final	4,20	5,00	4,55	3,73	4,91	4,91	4,09

Fonte: Elaboração das autoras.

CONCLUSÃO/CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que, em Araguaína, há demanda para carne de peixe e que o aumento da produção será, ao menos em parte, absorvido pelo comércio local. A maior parte da comercialização de pescado se dá em mercado.

O poder público e os institutos de pesquisa e extensão têm papel fundamental no processo de fomento à atividade na cidade, bem como sua estruturação quanto ao processamento e logística.

V. REFERÊNCIAS

CONTI, A. C. M. **Hábito de consumo de carne de peixe na cidade de Araguaína – Tocantins.** Monografia. UFT, 2021.

DIAS, C. B. **Processo logístico de reprodução artificial de alevinos na aquicultura da fazenda São Paulo em Brejinho de Nazaré Tocantins,** Porto Nacional, 2017.



EMBRAPA. **O mercado de peixes da piscicultura no Brasil: estudo do segmento de supermercados**, Palmas, 2020.

EMBRAPA. **Diagnóstico da cadeia produtiva da piscicultura no estado de Tocantins**, Palmas, 2014.

FLORES R.M.V; PEDROZA M.X.F. Is the internal market able to accommodate the strong growth projected for Brazilian aquaculture?. **Journal of Agricultural Science and Technology**, v. 4, p. 407/5-417, 2014.

FAO - Food and Agriculture Organization of the United Nations. **Value chain dynamics and the small-scale sector**. Policy recommendations for small-scale fisheries and aquaculture trade. Rome: FAO, 2014.

HARVEY, B., SOTO, D., CAROLSFELD, J., BEVERIDGE, M; BARTLEY, D.M. **Planning for aquaculture diversification: the importance of climate change and other drivers**. FAO

IBGE– Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. PPM– Pesquisa da Pecuária Municipal. Rio de Janeiro: IBGE 2022.

Mendonça, B. S., Casetta, J., & Lewandowski, V., Fatores que afetam o consumo de peixe no Brasil. **Revista de Ciência Veterinária e Saúde Pública**, (2017).

101–MPA. (2011). **Ministério da Pesca e Aquicultura**. Boletim estatístico da pesca e aquicultura.

MPA. (2024). **Ministério da Pesca e Aquicultura**. Boletim estatístico da pesca e aquicultura.

MPA. (2012). **Ministério da Pesca e Aquicultura**. Boletim estático da pesca e aquicultura

PEDROZA FILHO, M. X., OLIVEIRA. B., **PERSPECTIVAS PARA O DESENVOLVIMENTO DA CADEIA PRODUTIVA DA PISCICULTURA NO TOCANTINS**, Palmas, TO, 2020.

PEIXEBR– Associação Brasileira da Piscicultura. **Anuário da piscicultura 2024**. Brasil produz 887.029t de peixes de cultivo. 63p. (2024)



RITA, L. P. S., IMBUZEIRO, P. E. A., FILHO, A. C. G. B., NASCIMENTO, T. C. **Análise do consumidor organizacional de pescados: um estudo do arranjo produtivo de piscicultura do Baixo São Francisco**, Fortaleza, 2006.

SANTA RITA, Luciana Peixoto et al. **Análise do consumidor organizacional de pescados: um estudo do arranjo produtivo de piscicultura do Baixo São Francisco**. 2006. In. XXVI ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO. Fortaleza, CE, Brasil, 9 a 11 de out. de 2006.

SANTOS, E. L. N., ARAÚJO, R. S. B., **A logística como fator para determinação da competitividade das exportações de pescados do Rio Grande do Norte**, Rio Grande do Norte, 2015.

SIMON, Karoline Fontana et al. **Será que a população consome a quantidade de peixe recomendada pela FAO?**. Rev. Simbio-Logias, V.11, Nr. 15 – Santa Catarina, 2019.

Technical Workshop - FAO Fisheries and Aquaculture Proceedings . Rome: FAO, 2017.

TOCANTINS. Lei nº 3.516, 5 de agosto de 2019. **Concede isenção de Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação - ICMS nas operações internas e interestaduais de pescados, na forma que especifica, e adota outras providências**. 5 AGO 2019.

VANDRÉ, T; SILVA, R; FURTADO, L; SOUSA, A. **Perfil do consumidor e fatores relevantes na compra de peixe no mercado de ferro do Ver-o-Peso, Belém (PA)**. Belém, PA, 2020. 20 p.

VASCONCELLOS, Juliana Parreira. **Determinantes do consumo de pescado pela população que frequenta feiras livres no município de Santo André, SP**. 2010. 104 p. Dissertação (Mestrado em Epidemiologia Experimental Aplicada à Zoonoses) Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

VIEIRA, V. A.; **Comportamento do consumidor**, 6. ed. Rio de Janeiro, Editora LTC, 6. ed. 476 p. 2000.



VI. AGRADECIMENTOS

À Fundação de Amparo à Pesquisa do Tocantins e a Pró Reitoria de Pesquisa da Universidade Federal do Norte do Tocantins pela concessão de bolsa à primeira autora. À Fundação de Atividade Municipal Comunitária de Araguaina, que permitiu que aplicássemos questionários nas feiras e mercado municipal. Agradecemos ao Conselho de ética em Pesquisa da UFT por aprovar o desenvolvimento desse trabalho.