**PADRÕES DE CONSUMO DE PESCADO EM ARAGUAÍNA-TO: UM ESTUDO SOBRE PREFERÊNCIAS E FREQUÊNCIA**

**SASSI**, Milena Santos[[1]](#footnote-2); **CONTI**, Ana Carolina Muller[[2]](#footnote-3);

**RESUMO**

A aquicultura tem potencial para favorecer o progresso econômico, social e a segurança alimentar. Embora o estado do Tocantins possua um grande potencial para criação de peixes, a produção aquícola ainda é incipiente. Conhecer os hábitos de consumo do consumidor pode direcionar o setor produtivo e torná-lo mais eficiente Diante disso, buscou se analisar os hábitos de consumo da população de Araguaína-TO e identificar possíveis vulnerabilidades do consumo e comercialização do pescado. Entre as espécies preferidas pelos consumidores destacam-se o tambaqui, caranha e tilápia. Além disso, foi possível observar que o preço do pescado é um dos fatores que mais contribuem para que os consumidores optem por outra fonte de proteína na hora da compra.

**Palavras-chave**: Consumidor. Pescado. Preço.

1. **INTRODUÇÃO/JUSTIFICATIVA**

O setor piscícola no Brasil tem potencial de contribuir com desenvolvimento econômico, social e na garantia da segurança alimentar, além de promover o desenvolvimento sustentável da área e reduzir os impactos ambientais, desse modo é fundamental realizar um detalhamento em relação à produção e venda do pescado (Kirchner *et al.,* 2016). Embora o Tocantins tenha um grande potencial hídrico e clima favorável, sua produção de pescado é baixa, ocupando a 18ª posição entre os estados brasileiros, ademais o consumo de pescado é considerado baixo no Brasil, sendo de 10 kg/ano e quando considerado somente os peixes de cultivos, 4,35 kg por ano (PEIXE BR, 2024). Além disso, Filho, Barroso e Flores (2014), observaram que o Tocantins apresenta pontos vulneráveis que exigem o desenvolvimento de modelos associativos para que os pequenos piscicultores tenham um melhor envolvimento no mercado formal. Compreender os hábitos de consumo faz com que a oferta seja dimensionada e adaptada aos interesses e preferências do mercado consumidor de pescado (Botelho *et al.,* 2007). Desse modo, para que a piscicultura continue a crescer, é essencial investimentos e pesquisas para o setor funcionar de forma eficiente. (Pantoja-Lima *et al.,* 2021).

1. **BASE TEÓRICA**

O pescado é reconhecido como uma proteína de grande potencial nutricional e, que se destacou mais ainda no período pós pandemia, devido a busca por alimentos mais saudáveis que se enquadram às demandas dos consumidores (Ximenes; Vidal, 2023). Desse modo, compreender como os consumidores se portam é fundamental, visto que pesquisas nessa área geram informações valiosas que podem ser usufruídas pelas indústrias, orientando nas tomadas de decisões estratégicas que irão impulsionar a produção (Cipriano *et al,.* 2021).

1. **OBJETIVOS**

**Objetivo geral:**

Objetivou-se conhecer o hábito de consumo de carne de peixe da cidade de Araguaína–TO.

**Objetivo específico:**

Caracterizar o consumo, descrever o consumidor e apontar possíveis pontos de vulnerabilidades na produção e na comercialização de pescado em Araguaína - TO.

1. **METODOLOGIA**

Essa pesquisa foi aprovada pelo comitê de ética em pesquisa da UFT sob parecer nº 4.522.096 e CAEE nº 35035420.0.0000.551 sendo aplicados 150 questionários para consumidores em diferentes locais de compra na cidade de Araguaína – TO em horários de pico de movimento. Para os entrevistados era explicado o objetivo da pesquisa, os riscos em participar, a possibilidade de desistência e entregue uma cópia do termo de compromisso livre e esclarecido.

Os dados coletados foram tabulados em planilhas eletrônicas, analisados através de teste do Qui-Quadrado usando software estatístico SAS e adotando-se 0,05 de nível de significância.

1. **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Dentre os entrevistados 50,7% são mulheres e 49,3% homens, logo, quanto ao sexo podemos inferir que essa amostra reflete a população araguainenses com 51,4% de mulheres e 48,6% são homens (Felipe, 2023). Em relação à renda salarial, 25,2% dos entrevistados optaram por não responder sua renda familiar, 25,2% recebem até 1 salário-mínimo e 20% entre 1 e 2 salários mínimos. Foram entrevistadas pessoas de todas as faixas etárias, porém a maior parte dos entrevistados apresentou de 21 a 30 anos. A maioria dos entrevistados relataram ter somente ensino médio completo (30,5%), seguido de ensino superior incompleto (20%) e ensino superior completo (13,2%).

Quando questionados sobre a frequência do consumo de pescado em suas residências, 34,7% relataram consumir ocasionalmente, 20% responderam que consomem mais de uma vez na semana, 14% uma vez no mês e12% uma vez na semana (p<0,0001). Segundo a FAO (2024), 89% da produção de animais aquáticos de 2022 foram destinados ao consumo humano, o que corresponde a 20,7 kg per capita.

Já em relação ao local de aquisição do pescado cerca de 32,7% dos entrevistados adquirem seu produto em supermercados (p<0,0001), 12,7% preferem comprar nas feiras e 12,0% no mercado municipal. Fornari *et al,* (2017) também constataram em seu trabalho realizado em Palmas/TO, que a maioria dos entrevistados compram seu pescado em supermercado. O que pode estar relacionado a flexibilidade da forma de pagamento, além do longo prazo de funcionamento dos estabelecimentos no dia e a forma como os produtos são refrigerados (Mangas *et al.,* 2016).

Observou-se que 57,3% relataram não ter preferência por nenhuma espécie de peixe, seguidos dos que escolheram peixes redondos (caranha -12,7% e tambaqui *-* 9,3%) e tilápia (10,7%) (p<0,0001). Resultados corroborados por Fornari *et al. (*2017) que encontraram preferência por peixes redondos. Já Silva (2017) destacou em seu trabalho que 47% preferem tambaqui e 46% tilápia.

Dentre os entrevistados 30,7% preferem comprar o produto em postas, 24,7% inteiro e 16,7% eviscerado (p<0,0025). Viana (2022) relatou que 39% têm preferência por adquirir o pescado inteiro e realizar a evisceração. Sobre a forma de conservação, os participantes relataram preferir o pescado ainda fresco (67,3%), seguido de congelado (16,7%) e resfriado (5,3%).

A maioria das pessoas (Tabela 1) afirmou trocar a carne de peixe por outra proteína de origem animal por motivações não ligadas ao preço como espécie e qualidade. No entanto, 16,7% afirmaram que trocam o peixe por outro tipo de carne devido ao valor do pescado.

Para o consumidor a qualidade e a conservação são os pontos mais relevantes na hora de comprar (Tabela 2). Esses resultados estão em consonância com Botelho *et al*. (2007), que concluiu que os aspectos visuais são considerados um dos fatores de maior relevância, sendo crucial na decisão da compra do pescado.

Tabela 1. Motivação de troca do pescado por outra proteína de origem animal.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Motivação | n | % | p-valor |
| Altos preços | 25 | 16,7% | <0,0001 |
| Falta da espécie preferida | 8 | 5,3% |
| Dificuldade no preparo | 10 | 6,7% |
| Baixa qualidade dos pescados | 4 | 2,7% |
| Falta da apresentação desejada | 3 | 2,0% |
| Falta do tipo de conservação | 6 | 4,0% |
| Outros | 94 | 62,7% |

Fonte: Elaboração da autoras

Observa-se que os motivos que levam os consumidores a comprar o pescado (Tabela 2) são diferentes daqueles que motivam os consumidores a trocarem o pescado por outra proteína (Tabela 1). Assim, quando estão decididos a comprar pescado, os fatores preponderantes são a qualidade, a conservação e a embalagem. Mas quando não estão decididos sobre qual proteína de origem animal comprar, o preço e outros atributos não mencionados são considerados mais importantes.

Tabela 2 – Média dos atributos que motivam o consumidor araguainenses a comprar pescado.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Atributo** | **Preço** | **Espécie** | **Corte** | **Conservação** | **Qualidade** | **Embalagem** |
| Média | 3,91 | 3,97 | 3,90 | 4,85 | 4,89 | 4,43 |

Fonte: Elaboração das autoras

1. **CONCLUSÃO/CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A compra de pescado ocorre predominantemente em supermercados, talvez devido ao horário de funcionamento e qualidade dos produtos. A população de Araguaína apresenta uma frequência de consumo reduzida de pescado, o que pode estar relacionado aos preços elevados do pescado, levando os consumidores a optarem por outras fontes de proteína animal. Assim, o fortalecimento da cadeia produtiva de pescado na cidade trará benefícios para todos os envolvidos, incluindo o consumidor final, que será favorecido pela redução do preço do pescado devido ao aumento da oferta do produto.

1. **REFERÊNCIAS**

BOTELHO, Marcel do Nascimento *et al*. Características comportamentais do consumidor de peixe no mercado de Belém. **Bol. Téc. Cient. Cepnor**, Belém, v. 7, n. 1, p. 115 – 133. 2007. Disponível em: <http://li.cnm.org.br/r/5SWl3Q> . Acessado em: 30 set, 2024

CIPRIANO, Lévison da Costa et al. Perfil do consumidor de carne bovina no Estado de Roraima. **Brazilian Journal of Development**, v. 7, n. 1, p. 1849-1864, 2021. Disponível em: <http://li.cnm.org.br/r/a8juDo>. Acessado em: 29 set. 2024

FELIPE, Rafael. **Censo 2022: TO é um dos quatro estados com mais homens que mulheres; veja ranking das maiores cidades tocantinenses!. Gazeta do Cerrado**, Palmas -TO, 28/10/2023. Disponível em:< http://li.cnm.org.br/r/GCZFqo> Acessado em: 20 de ago, 2023.

FILHO, Manoel Xavier Pedroza; BARROSO, Renata Melon; FLORES, Roberto Manolio Valadão. Diagnóstico da cadeia produtiva da piscicultura no Estado do Tocantins. 1ª Edição. Palmas**: Embrapa,** 2014. p. 7-65. Disponível em: <http://li.cnm.org.br/r/AgQJAh>. Acessado em: 10 de out, 2024.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS. **The State of World Fisheries and Aquaculture 2024**. Blue Transformation in action. Rome, FAO. ISSN 1020-5489. 2022. DOI:https://doi.org/10.4060/cd0683en

FORNARI, Carolina Araújo Cunha *et al*. Estudo sobre os hábitos alimentares e de consumo de pescado da população de Palmas (TO). **Revista Desafios**, Palmas -UFT, v. 04, n. 04, p.136-142, 2017. Disponível: <http://li.cnm.org.br/r/c4imdh>. Acessado em: 30 set, 2024.

KIRCHNER, Rosane Maria *et al*. Análise da produção e comercialização do pescado no Brasil. **Revista Agro@ mbiente On-line**, Boa vista RR, v. 10, n. 2, p. 169-177, 2016. Disponível em: <DOI:10.18227/1982-8470ragro.v10i2.2783>. Acessado em 30 set, 2024.

MANGAS, Flávio Paixão *et al*. Caracterização do perfil dos consumidores de peixe no município de Belém, estado do Pará, Brasil. **Rev. Agro. Amb**. UFRA, v. 9, n. 4, p. 839-857, 2016. Disponível em: <<https://doi.org/10.17765/2176-9168.2016v9n4p839-857>>. Acessado em: 30 set, 2024.

PANTOJA-LIMA, Jackson *et al*. O estado da piscicultura na Amazônia brasileira. Aquicultura na Amazônia: estudos técnico-científicos e difusão de tecnologias. **Atena,** Ponta Grossa, p. 1-12, 2021. Disponível em:< http://li.cnm.org.br/r/Z2mGZ7>. Acessado em: 30 set, 2024.

PEIXE BR. **Anuário brasileiro da piscicultura PEIXE BR 2024**. São Paulo. Brasil. 2024, p. 4-120.

SILVA, José Francisco. Perfil do Consumidor de Pescado do Município de Penedo/AL, Brasil. **Revista Craibeiras de Agroecologia**, v. 1, n. 1, 2017. Disponível em: <<https://www.seer.ufal.br/index.php/era/article/view/3653/2902>>. Acessado: 08 de out, 2024.

VIANA, Adriene Benassuli**. Perfil de consumidores de peixe comercializado nos principais mercados de Chapadinha–MA**. 2022. TCC de graduação, Zootecnia. UFMA. p. 12-35.

XIMENES, Luciano Feijão; VIDAL, Maria De Fatima. Pesca e Aquicultura: Piscicultura. **Caderno Setorial ETENER**, Nº 272,p. 21-19, março, 2023. Disponível em:< http://li.cnm.org.br/r/fAKB9K >. Acesso em: 29 set. 2024.

1. **AGRADECIMENTOS**

Agradeço ao CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico) e a Pró-Reitoria de Pesquisa da Universidade Federal do Norte do Tocantins, pelo apoio à realização do trabalho, através da concessão de bolsa. Agradeço à Fundação de Atividade Municipal e Comunitária (FUNAMC) da Prefeitura Municipal de Araguaína, por permitir o uso do mercado municipal da cidade para realização das pesquisas, ao Comitê de ética em Pesquisa da Universidade Federal do Tocantins por aprovar a condução o projeto de pesquisa.

1. 1 Bolsista do Programa de Iniciação Científica (PIBIC). Discente do curso de Zootecnia da Universidade Federal do Norte do Tocantins (UFNT). e-mail. milena.sassi@ufnt.edu.br [↑](#footnote-ref-2)
2. 2 Docente do curso de Zootecnia da Universidade Federal do Norte do Tocantins (UFNT), Coordenadora do Projeto de Pesquisa e Extensão. ana.conti@ufnt.edu.br [↑](#footnote-ref-3)