UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE - FURG
INSTITUTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS, ADMINISTRATIVAS E CONTÁBEIS - ICEAC
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

Leonel dos Santos Silveira

ANÁLISE ECONÔMICA DO PERFIL DOS CONSUMIDORES DE CARNE DE PESCADOS NO MUNICÍPIO DE RIO GRANDE.

Rio Grande
2011

LEONEL DOS SANTOS SILVEIRA

ANÁLISE ECONÔMICA DO PERFIL DOS CONSUMIDORES DE CARNE DE PESCADOS NO MUNICÍPIO DE RIO GRANDE.

Monografia apresentada à Universidade Federal do Rio Grande como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientadora: Prof[a]. Dra. Patrízia Raggi Abdallah.

Rio Grande

2011

LEONEL DOS SANTOS DA SILVEIRA

ANÁLISE ECONÔMICA DO PERFIL DOS CONSUMIDORES DE CARNE DE PESCADOS NO MUNICÍPIO DE RIO GRANDE.

Monografia apresentada à Universidade Federal do Rio Grande – FURG, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas.

Aprovado em:

BANCA EXAMINADORA

Prof[a]. Dra. Patrízia Raggi Abdallah. – Orientador(a) – FURG

Prof. MSc. Gibran da Silva Teixeira – Membro – FURG

Prof. MSc. Blanca Lila Gamarra Morel– Membro – FURG

Dedico essa monografia a todos aqueles que contribuíram de forma direta ou indireta para conclusão da mesma.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por toda força que deu para trilhar esse caminho, e a minha família. Agradecimento especial à orientação da Prof[a]. Dra. Patrízia Raggi Abdallah que pela sabedoria e inspiração e aos colegas da UPEC, Marcio, Luceni e Mario pelo auxílio dado para a conclusão desse trabalho. Agradeço aos fundos do Inter American Institute for Global Change Research, no âmbito do projeto SACC-HD CRN 2076/ NSF-GEO-0452325, pelo apoio financeiro cedido a esta pesquisa e a todos que em algum momento estiveram presentes até a chegada deste momento.

À memória de meu pai Flávio dos Santos Silveira, a minha mãe Rosina dos Santos Silveira, a minha esposa Taiz ao meu filho Nicolas. O amor, o incentivo e o apoio de meus pais, minha esposa, meu filho e de meus amigos foi exemplar. “O maior destes é o amor’’I Coríntios 13:13.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Locais de entrevistas 23

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Maximização da satisfação do consumidor 17
Gráfico 2 - Utilidade Total e Marginal sobre o consumo de pescados 17
Gráfico 3 - Evolução do consumo per capta de pescados no Brasil (1996 a 2009) 32
Gráfico 4 - Consumo per capta de carne bovina nas capitais do país em quilogramas Período 2008-2009 34
Gráfico 5 - Consumo per capta de carne de Frango nas capitais, em quilogramas: Período 2008-2009 35
Gráfico 6 - Consumo per capta de carne suína nas capitais, em quilogramas: Período 2008-2009 36
Gráfico 7 - Consumo per capita de ovinos e caprinos no Brasil (quilogramas) 37
Gráfico 8 - Consumo per capta de pescado nas capitais do Brasil (quilogramas) 38
Gráfico 9 - Classificação socioeconômica da amostra da população de Rio Grande 43
Gráfico 10 - Perfil Socioeconômico dos consumidores de pescados no município de Rio Grande 44
Gráfico 11 - Motivos para o consumo de pescados 45
Gráfico 12 - Motivos para o não consumo de pescados 46
Gráfico 13 - Locais onde consomem pescados e frutos do mar 46
Gráfico 14 - Locais de aquisição do pescado consumido pelos moradores de Rio Grande 47
Gráfico 15 - Consumo de carnes dos moradores de Rio Grande 53

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Composição da amostra e características de controle dos elementos da população alvo 24
Tabela 2 - Consumo per capta de Pescados e Proteína Animal – 2007 30
Tabela 3 - Aquisição alimentar domiciliar per capta anual, na área urbana, por Grandes Regiões, de produtos de pescados e frutos do mar entre 2008 e 2009 40
Tabela 4 - Importância de atributos para consumir pescado 48
Tabela 5 - Quantidade consumida e freqüência de aquisição de pescados no município de Rio Grande 49
Tabela 6 - Opções de espécies mais consumidas de pescados e frutos do mar 51
Tabela 7 - Formas de preparar e consumir pescados e frutos do mar 52
Tabela 8 - Testes de aceitação a produtos processados de pescados, no município de Rio Grande 56

RESUMO

A carne de pescado tem sido ressaltada como relevante na base da alimentação humana, constituindo-se como essencial na complementação das fontes protéicas de origem animal. Atualmente, políticas públicas têm sido implementadas para incentivar o consumo destes alimentos, pois estes além de serem considerados importantes fontes de riquezas para a alimentação humana são de grande importância socioeconômica e ambiental. O estudo busca identificar o perfil do consumidor com relação ao consumo de pescados no município de Rio Grande delineando os aspectos relevantes ao aproveitamento socioeconômico e a segurança alimentar da população da cidade pólo pesqueira, cuja tradição regional implica no alto consumo de carne bovina. A metodologia utilizada foi a aplicação de questionários em diferentes pontos da cidade para posteriores inferências sobre a amostragem estatística representativa da população. Os resultados obtidos demonstraram que 65% da população de Rio Grande possuem o hábito de consumir pescado com alguma freqüência no ano. Dentre os consumidores de pescados não houve grandes distinções entre sexo e as faixas etárias, havendo bastante equilíbrio na distribuição dos que afirmaram possuir este hábito de consumo. Dos consumidores de pescados, 62% são indivíduos pertencentes à classe de renda B, os quais conforme critério de classificação socioeconômica, possuem ganhos mensais entre R$ 2.656 a R$ 4.754, constatando um percentual significativo de consumo para esta faixa de renda da população no município de Rio Grande.

Palavras-chave: *Perfil do consumidor, Consumo de pescados, Rio Grande.*

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO 13
2. REFERENCIAL TEÓRICO E METODOLÓGICO 16
2.1 Teoria do Consumidor e Perfil dos consumidores 16
2.1.1 Responsabilidades dos Governos 18
2.1.2 Responsabilidade das Empresas 19
2.1.3 Responsabilidade das Famílias 19
2.1.4 Responsabilidade dos Centros Universitários e de Pesquisa 20
2.2 Metodologia 20
2.2.1 Procedimentos Metodológicos 21
3. IMPORTÂNCIA DA CARNE DE PESCADO COMO FONTE DE ALIMENTO E FATORES RELACIONADOS AO MERCADO DO PESCADO 28
3.1 Consumo de Pescados e Perspectivas de Mercado 29
3.2 Situação Regional do Consumo de Pescado e Tipologias na Aquisição de Carnes 32
3.2.1 Consumo regional de pescados comparados com outras carnes fontes de proteína animal 34
3.2.2 Análise comparativa 39
3.2.3 Caracterização das tipologias regionais de Consumo de Pescados 40
4. PERFIL DOS CONSUMIDORES DE PESCADO NO MUNICÍPIO DE RIO GRANDE 42
4.1 Perfil socioeconômico da amostra e dos consumidores de pescado em Rio Grande 42
4.2 Razoes reveladas pelo consumo e não consumo de pescado 45
4.2.1 Motivos para o consumo de pescados 45
4.2.2 Motivos para o não consumo de pescados 46
4.3 Locais de consumo e aquisição de pescados 46

4.4 Importância para atributos do pescado no momento da aquisição . 48
4.5 Consumo mensal de pescado por entrevistado – quantidade adquirida. 49
4.6 Espécies consumidas de pescados e frutos do mar..... 50
4.7 Formas de preparo para consumir pescados e frutos do mar. 52
4.8 Comparativo de freqüência no consumo de proteína de origem animal no município de Rio Grande – carnes de pescado, frango, suína, bovinas e ovina. 53
4.9 Consumo potencial de produtos processados à base de peixe pela população de Rio Grande. 55
5. CONCLUSÃO 57
6. REFERÊNCIAS..... 60
7. ANEXOS 62
7.1 Questionário aplicado aos moradores do município de Rio Grande . 62

1. INTRODUÇÃO

Desde o início dos anos 90, tem sido observada no Brasil uma preocupação crescente com a questão de hábitos saudáveis, esporte e saúde sendo priorizados, hábitos alimentares associados a esta nova postura. Junto a esta ótica, surge uma atenção maior ao consumo de pescado, ao impulsionamento desta proteína de origem animal à mesa do brasileiro, ressaltando suas vantagens no melhoramento à saúde humana.

Esta motivação advém não somente do Governo brasileiro, mas também, como um argumento da Food Agriculture and Organization (FAO), um órgão da Organização das Nações Unidas (ONU) que trabalha e se preocupa com a segurança alimentar no mundo, principalmente nos países em desenvolvimentos e subdesenvolvidos.

As ações implementadas pelo Setor Público Brasileiro são caracterizadas por medidas de incentivo e conduzidas por instituições responsáveis pela segurança alimentar e fomento a pesquisa. Os estímulos que ocorrem principalmente via Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e Ministério da Ciência Tecnologia e Inovação (MCTI), os quais possuem função de conduzir diretrizes, alicerçar e coordenar projetos de desenvolvimentos na área de pesquisa, educação e extensão. Os projetos estão direcionados de forma geral, à aqüicultura e a gestão dos recursos pesqueiros, os quais visam à contribuição para a consolidação institucional do setor pesqueiro e eficácia das políticas públicas junto ao Governo. Têm-se como exemplo a criação do Ministério da Pesca e Aquicultura, (MPA), que possui como uma de suas iniciativas, a elevação do consumo nacional per capita da proteína alimentar oriunda da carne de pescado em benefício da população.

Nos últimos anos, o Governo Federal tem investido significativamente na proposta de incremento da proteína animal de origem do pescado para fazer parte freqüente da alimentação do povo no país. Para ativar esta proposta, o governo tem trabalhado no sentido de dinamizar e impulsionar o setor pesqueiro, sob diferentes âmbitos.

Portanto, o Brasil, pelo seu histórico no consumo de proteína alimentar de origem animal, é representado pela forte presença do consumo da carne bovina nas refeições diárias da população, considerando este, ser um produto de forte presença no hábito alimentar cultural da população brasileira. Sendo o país tipicamente consumidor de carne bovina, o consumo de pescado quase não é visto no cotidiano alimentar da população brasileira.

Neste contexto surgiu à necessidade de caracterizar a importância da carne de pescado como fonte de alimento e de discussão sobre as ações de incentivos implementadas, pelo Setor Público através de seus órgãos responsáveis, no Brasil e em específico no município de Rio Grande, de maneira que haja a possibilidade de contribuição científica da pesquisa para área da política de segurança alimentar e mercados. As análises realizadas buscam tornar possível a construção de teorias que visem o aproveitamento econômico e social do pescado e a satisfação dos consumidores pelo consumo de pescados e frutos do mar.

De acordo com PINDYCK & RUBINFELD (2010) tanto os Governos, quando impõe políticas públicas com a intenção de proporcionar segurança alimentar à população, quanto às empresas, quando querem lançar produtos novos no mercado, necessitam compreender a teoria do comportamento do consumidor sob o aspecto microeconômico. Tal fato surge da necessidade de entender como o consumidor aloca sua renda para a aquisição de produtos e serviços, procurando maximizar o seu bem estar.

Assim, acompanhando a meta estipulada pela ONU, o Brasil vem propondo elevar o consumo per capita de pescado no Brasil, que conforme dados do Ministério de Aqüicultura e Pesca, se situava em torno de 6,7 kg/pessoa/ano no início dos anos 90, atinge hoje uma média de 8,9 kg/pessoa/ano, com meta para 12 kg/pessoa/ano até o ano de 2015, conforme orientação da ONU.

No processo desta proposta e ação de introdução da carne de pescado como parte integrante da alimentação dos brasileiros, há a necessidade de melhor conhecimento dos potenciais consumidores brasileiros desta proteína animal. Torna-se, no entanto, bastante justificável identificar o perfil destes consumidores, como forma de auxiliar a colocação do produto no mercado, facilitar a aceitação de processados de pescado pelos consumidores brasileiros, e melhor entendimento desta temática principalmente em nível regional/local, devido à grande diversidade cultural apresentada no Brasil por suas regiões, raças e religiões.

No estado do Rio Grande do Sul, o município de Rio Grande – na região do extremo sul do Estado -, possui estrutura geográfica favorável para a atividade da pesca e realiza a mesma já há décadas, como atividade artesanal e industrial de relevância socioeconômica fundamental para a região. Destaca-se como sede do maior porto pesqueiro das cidades do Estado, concentrando as atividades recepção do desembarque dos recursos pesqueiros, Lagunares e estuarinos da região sulista do Brasil

Atualmente o município de Rio Grande se destaca em um contexto de desenvolvimento econômico, dados recentes apontam um PIB per capita corrente acima de 27 mil reais (IBGE, 2008). Por esta razão, atribui-se fator de informação fundamental ao

município, a avaliação e o conhecimento do consumidor sobre as suas percepções com relação ao consumo de pescado, visando otimizar o aproveitamento dos recursos pesqueiros em benefício da segurança alimentar da população nativa.

O objetivo principal desta monografia é analisar os hábitos e as preferências dos consumidores de pescado, no município de Rio Grande, com base em análises do ano de 2011. Já como objetivos específicos serão examinados a importância da carne de pescado para a saúde alimentar humana, busca-se também verificar o perfil socioeconômico do consumidor de pescado no município de Rio Grande. Outra fonte de estudo serão os locais de consumo e de compra do pescado no município de Rio Grande, bem como o consumo mensal médio no município e por fim será identificado o consumo potencial de produtos processados de pescado pela população de Rio Grande, consumidora ou não de pescado.

Para obtenção dos objetivos propostos, o método de pesquisa utilizada foi do tipo dedutiva, realizando análise descritiva da população, seguindo-se da revisão de literatura relevante sobre o assunto. Em seguida foi estruturado questionário e feito a análise dos dados, seguindo-se os passos descritos nos procedimentos de coletas de dados através de pesquisas de campo e técnicas de amostragens.

Assim, procura-se contribuir com um entendimento do perfil do consumidor de pescado, concentrando sua análise no município de Rio Grande. Este município, sede do público alvo da pesquisa, fornece informações relevantes para este tipo de estudo, por ser ao mesmo tempo, um local de forte presença da atividade pesqueira, o que propicia facilidades de consumo fresco do pescado, e ao mesmo tempo, por estar situado em um Estado onde o consumo de carne bovina é tradicional.

Esta monografia está estruturada em três capítulos, no primeiro é analisado o referencial teórico e metodológico, aspectos conceituais da teoria do consumidor e o processo de metodologia de trabalho, baseado em pesquisas de dados e utilização de métodos amostrais. No capítulo seguinte será realizado um exame da importância da carne de pescado como fonte de alimento e fatores relacionados ao mercado do pescado. Também será abordado um quadro comparativo dos principais tipos de carne adquiridos pela população do município de Rio Grande. O último capítulo encerrará com uma análise do perfil do consumidores de pescados da cidade do Rio Grande, através de análises realizadas com base em uma amostragem estatística representativa da população.

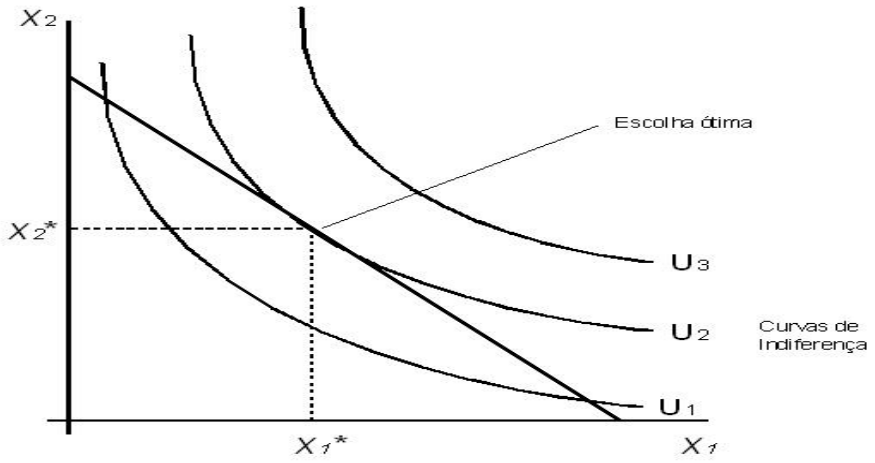
2. REFERENCIAL TEÓRICO E METODOLÓGICO

Neste capítulo são apresentados, numa primeira parte (item 2.1), aspectos conceituais da teoria do consumidor e perfil dos consumidores, conteúdo teórico básico de análise do comportamento do consumidor. Ainda neste contexto, são retratadas as responsabilidades do governo, das empresas, famílias e dos centros universitários enquanto preocupadas com a segurança alimentar e consumo de proteína animal, em específico, a carne de pescado. A partir desta breve abordagem teórica, constituindo-se no referencial teórico deste estudo, descreve-se a metodologia utilizada para atingir os objetivos, bem como os procedimentos metodológicos adotados (item 2.2).

2.1 Teoria do Consumidor e Perfil dos consumidores

De acordo com a teoria do consumidor, o mesmo torna-se mais compreendido quando podem ser analisados, através do enfoque microeconômico, basicamente três aspectos; as suas *preferências*, as *restrições orçamentárias* e suas *escolhas* (Pindyck & Rubinfeld, 2010). A primeira consiste em encontrar formas práticas de descrever porque as pessoas preferem uma mercadoria à outra. A segunda considera que os consumidores têm renda limitada, o que restringe a quantidade de mercadorias que podem adquirir. Já a terceira demonstra como diante das preferências e limitação de renda o consumidor escolhe as mercadorias, montando suas cestas de bens, as quais maximizam sua satisfação. O Gráfico 1, demonstra as escolhas do consumidor, em termos de utilidade, entre dois produtos haja vista as combinações de X_1 e X_2 e sua respectiva restrição orçamentária.

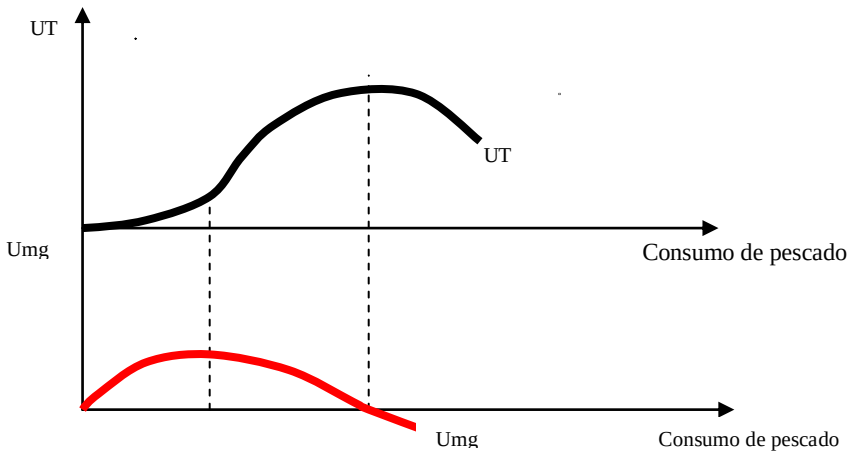
Gráfico 1 - Maximização da satisfação do consumidor



De acordo com a teoria econômica, os consumidores maximizam sua satisfação escolhendo a cesta de bens no ponto que tangencia a sua curva de restrição orçamentária, no nível mais elevado possível (curva U_2), sendo esta sua opção possível. No ponto de tangência, a inclinação da linha de orçamento é exatamente igual à curva de indiferença indicando a Taxa Marginal de Substituição de um bem por outro (TMS). As curvas de indiferença são convexas e o valor da TMS é igual à razão entre os preços dos produtos de escolha. Caso a TMS seja menor ou maior do que a razão entre seus preços, a satisfação do consumidor não estará sendo maximizada.

A Utilidade Marginal (UMg) mede a satisfação adicional obtida pelo consumo de uma unidade adicional de determinado bem. À medida que se consome mais de uma determinada mercadoria, quantidades adicionais da mesma mercadoria irão gerar cada vez menos utilidade de acordo com o princípio da *utilidade marginal decrescente*. O Gráfico 2 representa a Utilidade Total e Utilidade Marginal decorrentes do consumo de pescados por um indivíduo.

Gráfico 2 - Utilidade Total e Marginal sobre o consumo de pescados



De acordo com a teoria econômica, o Gráfico 2 indica que o consumidor, consumirá tanto pescado como outros tipos de produto, até o ponto em que maximiza a utilidade até que ela venha a se tornar decrescente.

Sobre as preferências do consumidor, a teoria ressalta que os consumidores, nem sempre, são racionais na tomada de decisão ao consumo dos bens. Muitas vezes, não levam em conta a restrição orçamentária, outras vezes compram por impulso ou são influenciados pelas decisões de consumo de outras pessoas, ou seja, não levam em conta por completo a multiplicidade de preços e escolhas com os quais se confrontam. Para explicar essas situações, novos estudos de microeconomia, intitulados de *economia comportamental*, têm surgido com o intuito de elucidar o comportamento do consumidor, levando em conta aspectos psicológicos, tais como, pontos de referência, o senso de justiça e as fugas às leis da probabilidade. Entretanto as preferências podem ser ordenadas quando o consumidor as revela, permitindo ranquear estatisticamente as opções disponíveis e compreender as características da demanda conforme a análise do perfil do consumidor (Pindyck & Rubinfeld, 2010).

2.1.1 Responsabilidades dos Governos

Atualmente com o objetivo de desenvolver políticas públicas que atendam às necessidades de bem estar da população, órgãos públicos e agentes econômicos trabalham no sentido de utilizar o pescado como forma de suprir as carências nutricionais da população mundial. Programas governamentais disponibilizam recursos públicos, para a aquisição da merenda escolar visando garantir segurança alimentar e incentivar o consumo do pescado da população. No Brasil o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE)

lançado no ano de 1995 e prosseguido pelos atuais governos, tem como objetivo estratégico à universalização da alimentação para os alunos da rede pública, aliando a inclusão escolar à política de segurança alimentar (NASCIMENTO, 2009).

No entanto essas políticas podem ser distorcidas quanto a sua eficácia, gerando externalidades para diversos setores da economia. O incentivo ao consumo de pescados acarreta em um aumento no esforço de captura para as espécies marinhas, as quais enfrentam problemas de limitação de estoques, inflacionando preços e excluindo indivíduos do direito de consumir (FAO 2010). Tal situação limita o consumo de pescados, uma vez que há a perda da competitividade desta proteína animal quando comparada com outras substitutas. Ao Estado incumbe a tarefa de não somente prover, mas de regular, tratando os problemas de forma abrangente e intervindo de forma a institucionalizar mercados, questões ambientais e promover políticas sociais com sentidos de equidade e eficiência (REZENDE, 2010).

2.1.2 Responsabilidade das Empresas

As empresas, dentro de uma perspectiva de aumento do consumo per capta de pescado, devem manter um esforço permanente para manter ofertas estáveis da carne para a população. Para que os consumidores obtenham segurança por ocasião da aquisição dos produtos de pescados, é necessário que a oferta dos produtos seja mantida de forma a atender as necessidades e exigências do consumidor. Com o objetivo de atender com eficiência o surgimento de novas demandas por pescado, é necessário que as empresas realizem pesquisas que busquem identificar a percepção dos consumidores sobre os fatores que influenciam na decisão de compra do consumidor.

A integração de empresas com objetivos alinhados permite que as mesmas exerçam práticas de governança mediante contratos, produção de insumos, fornecimento de orientação técnica e monitoramento de processos de produção na cadeia produtiva de alimentos (GONÇALVES, 2009).

2.1.3 Responsabilidade das Famílias

A sociedade civil em geral, deseja consumir alimentos saudáveis, que apresentem baixos teores de gordura, livres de colesterol e produzidos sem o uso de produtos químicos.

Suas principais responsabilidades, como sociedade consiste em compartilhar informações em seus meios, fiscalizando produtos, verificando as condições de oferta, certificações e qualidade dos produtos de pescados. Nesse sentido, devem buscar informações referentes à reputação sobre os produtos pescado oferecido, origem e maneira pela qual são tratados os animais, se há ingestão de hormônios ou utilização de produtos químicos na sua produção e se há compatibilidade entre as informações contidas nas rotulagens, embalagens e a qualidade dos produtos.

2.1.4 Responsabilidade dos Centros Universitários e de Pesquisa

Os centros universitários e de pesquisa têm a responsabilidade de produzir estudos científicos que tratem dos problemas sociais sob a ótica de vários ângulos, discutindo aspectos que beneficiem a sociedade como um todo. Com relação ao consumo de pescados, existem inúmeros aspectos a serem analisados, como a geração de externalidades, a qualidade do pescado (tanto oriundo da pesca extrativa como da aquicola), a garantia de segurança alimentar propiciada pelo consumo da carne, as condições do mercado, exigências dos consumidores, entre outros. Neste sentido, as pesquisas têm de ser conduzidas sempre com a missão de externar seus resultados para sociedade, contribuindo para a eficácia da gestão pública no setor e os benefícios para a sociedade.

2.2 Metodologia

Para atingir os objetivos propostos, utiliza-se do método de revisão de literatura relevante sobre o assunto, estruturação de questionário, coleta e análise de dados.

Para analisar a importância do pescado como fonte de alimento, foram coletados dados secundários, organizados e analisados os mesmos. Num primeiro momento, são realizados levantamentos sobre a literatura referente a estudos que indiquem a utilização do pescado como fonte de alimento humano, mercados, tipologias de consumo e aspectos regionais no consumo de proteína animal no Brasil, bem como publicações de pesquisas referentes à análise do perfil consumidor.

Na análise do perfil do consumidor de pescado em Rio Grande, os dados foram obtidos a partir da aplicação dos questionários. Na sequência, são apresentados os procedimentos metodológicos aplicados para atender aos objetivos da pesquisa.

2.2.1 Procedimentos Metodológicos

Nesta parte, são apresentados os procedimentos para definição da amostra a ser trabalhada na coleta dos dados, bem como o questionário elaborado e aplicado para coleta dos dados. Também, são apresentados os passos para definição da população-alvo, composição da amostra, técnica de amostragem, até alcançar o tamanho da amostra determinada para a coleta dos dados com os questionários.

2.1.1.1 Coleta de Dados

Para obter uma amostra representativa da população são recolhidos dados sociais e demográficos sobre a população de Rio Grande. Em seguida são aplicados questionários, que através do processo da amostragem estatística utiliza margem de erro máxima de 5%, considerando intervalo de confiança 95%. O trabalho estatístico é auxiliado pelo software SPSS Data Editor para que as respostas obtidas permitam analise mais precisa do comportamento do consumidor. Este tipo de pesquisa exploratória, detém a intenção de efetuar inferências relacionadas ao consumo de pescados e as relações econômicas sobre os potenciais consumidores do município de Rio Grande.

O questionário foi elaborado para a pesquisa exploratória, de forma a obter máxima padronização na coleta de dados sobre os aspectos relativos ao consumo de pescados e frutos do mar e está estruturado a partir de questionamentos sobre o consumo de frutos do mar. Em seguida o entrevistado responde a questões sobre itens que possui em sua residência, tais como, aparelhos domésticos, escolaridade do chefe da família e empregado doméstico. As perguntas elaboradas para a amostra auxiliam na observação direta das seguintes variáveis a respeito dos hábitos dos moradores de Rio Grande e suas preferências quanto ao consumo de pescados:

- ✓ Análise da freqüência de consumo.

- ✓ Motivos do não consumo.
- ✓ Locais de consumo.
- ✓ Percepção dos hábitos no consumo de carnes.
- ✓ Quantidades e locais de aquisição de pescados.
- ✓ Espécies mais consumidas.
- ✓ Formas de consumo de pescados.
- ✓ Influências no momento da compra do pescado.
- ✓ Testes de aceitação a produtos de pescado.
- ✓ Características sociais e demográficas dos consumidores.

2.1.1.2 Dados Censitários do Município de Rio Grande

De acordo com o Censo realizado pelo o IBGE (2010), o município possui uma população de 197.253 pessoas, sendo 94.997 a população masculina e 102.256 o total de pessoas do sexo feminino. A população urbana totaliza uma quantidade aproximada de 190.000.

2.1.1.3 Amostragem não probabilística por quotas

MALHOTRA (2006) afirma que em pesquisas exploratórias os resultados são tratados de forma preliminar e o uso da amostragem probabilística pode não ser assegurado. No entanto a técnica de amostragem não probabilística por quotas pode ser indicada para a análise do consumidor, pois a mesma obtém respostas que expressam várias atitudes e podem ser utilizadas nas proximidades de centros comerciais.

A amostragem por quotas é sugerida em projetos de pesquisa de marketing, os quais se enquadrem em certas condições para sua efetivação, tais como; (1) Baixo orçamento; (2) Curto tempo disponível, (3) Tamanho grande da população, (4) Pequena variância da característica, (5) Baixo custo de erros de amostragem, (6) Alto custo de erros não-amostrais, (7) Natureza da mensuração destrutiva e (8) Elevada atenção a casos individuais. (MALHOTRA, 2006)

Segundo o autor, objetivos distintos podem fazer com que métodos de estudos sejam comprometidos por tendenciosidades. Há a necessidade de existir responsabilidades mútuas

entre pessoas para a execução da pesquisa. Os exemplos citados abaixo são algumas causas da falta de ética em pesquisas de marketing:

- ✓ O pesquisador não segue os procedimentos adequados da pesquisa.
- ✓ O entrevistado deturpa o resultado da pesquisa.
- ✓ Falta de cooperação no âmbito privado.

MALHOTRA (2006) explica que as questões éticas podem ser resolvidas quando todos os segmentos da pesquisa se comportam de forma honrada.

Os passos a seguir são constituídos pelos procedimentos que definem a população-alvo da pesquisa, determinam a composição da amostra, apresentam a técnica de amostragem utilizada e determinam o tamanho da amostra.

2.1.1.4 Definição da população-alvo

A população-alvo, que possui a informação procurada, está definida em termos de elementos, unidades amostrais, extensão e período.

Elementos: Homens e mulheres freqüentadores de supermercados ou responsáveis pelo suprimento alimentar para o lar.

Unidades Amostrais: Arredores de centros comerciais no município de Rio Grande.

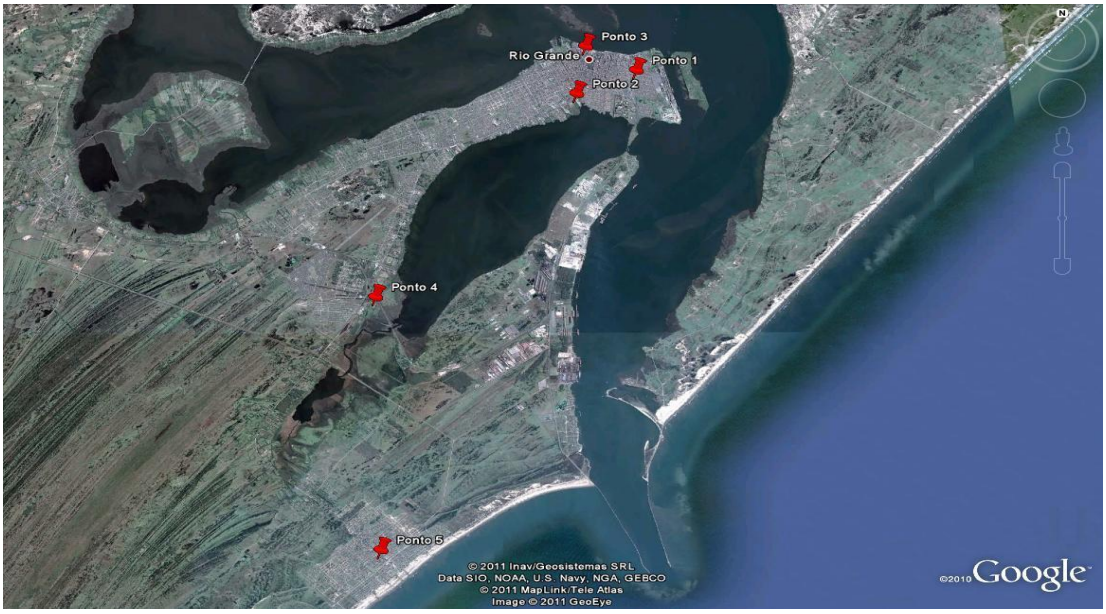
Extensão: Cinco supermercados, localizados em diferentes bairros do município.

Período: Janeiro-fevereiro de 2011.

2.1.1.5 Determinação da composição da amostra

A determinação da composição da amostra é a representação dos elementos da população-alvo. Constitui-se dos moradores do município de Rio Grande entrevistados em pontos localizados aos arredores de alguns dos principais centros comerciais conforme indica o mapa geográfico da Figura1.

Figura 1 - Locais de entrevistas



Fonte: Google maps (2011).

Para a pesquisa exploratória serão realizados em média 40 questionários nos arredores de cada supermercado considerado importante centro comercial de cinco regiões do município, totalizando 204 ao total, os quais compõem a composição da amostra. A justificativa para aplicar questionários nos arredores dos supermercados deve-se ao sentido de se caracterizarem por locais de grande circulação, fontes populares de aquisição de vários produtos domésticos, além de comercializarem peixes frescos e processados. São abordados indivíduos maiores de dezoito anos de idade os quais representam membros de família ou potenciais consumidores, proporcionalmente ao Censo populacional realizado pelo IBGE (2010). O período de execução da tomada de questionários utilizados no processo de amostragem estatística ficou determinado conforme descrito abaixo:

- ✓ Mês de janeiro e fevereiro: auge da temporada de verão.

Os entrevistados são examinados com relação ao consumo de pescados, a fim de assegurar que eles satisfaçam os critérios de população-alvo da amostra, como demonstrado na Tabela 1 logo a seguir:

Tabela 1 - Composição da amostra e características de controle dos elementos da população alvo

Sexo do chefe da família	Censo (Rio Grande)	Idade do Chefe da Família (> de 18 anos)	Proporção na Amostra	Quantidade da população de Rio Grande	Proporção na Amostra
Mulheres	52%	Acima de 35 e abaixo de 35 anos	52%	102.256	107
Homens	48%	Acima de 35 e abaixo de 35 anos	48%	94.997	97

Fonte: Elaborada pelo autor (2011).

2.1.1.6 Técnica de amostragem

A técnica empregada na pesquisa é a Amostragem por quotas. Para tanto são feitas algumas considerações sobre a mesma:

"A Amostragem por quotas é uma técnica Não-Probabilística a qual é usualmente utilizada quando o interesse é extrair respostas para várias atitudes, para as quais não será necessário fazer projeções para as populações" (MALHOTRA, 2006, pg. 338).

Consiste em uma amostra pelo julgamento do pesquisador em dois estágios:

No primeiro estágio desenvolvem-se categorias, ou quotas, chamadas de *características de controle de elementos da população* (sexo e idade). As quotas são atribuídas de modo que a proporção dos elementos da amostra sejam as mesmas que a proporção de elementos da população com essas características.

No segundo estágio selecionam-se os elementos da amostra com base na conveniência ou no julgamento. Há considerável liberdade na escolha dos elementos a serem incluídos na amostra, desde que tais elementos se adaptem às características de controle.

A Amostragem por quotas pode apresentar *Vieses de seleção*, não havendo garantias de representatividade da população. Entretanto MALHOTRA (2006), afirma que sob condições favoráveis tal técnica de amostragem, pode apresentar resultados próximos aos da amostragem probabilística convencional.

Feitas estas considerações para a coleta de dados, cabe ressaltar que foram realizadas entrevistas com pessoas aos arredores dos centros comerciais questionando-as sobre suas preferências com relação ao consumo de pescados e frutos do mar, hábitos de freqüência de consumo, como consomem, onde consomem motivos do consumo ou não consumo, locais de aquisição, bem como, questões que possibilitam enquadrá-las de acordo com o critério de

classificação econômica da ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE PESQUISA (ABEP, 2011). Tal critério caracteriza-se pela acessibilidade das unidades amostrais.

2.1.1.7 Determinação do tamanho da amostra

A abordagem estatística considerada para determinar o tamanho da amostra se baseia na inferência estatística tradicional. Nessa abordagem o nível de confiança é previamente especificado. No entanto o método de determinação do tamanho da amostra por intervalos de confiança se baseia na construção de intervalos de confiança em torno das médias ou proporções utilizando a fórmula do erro padrão.

BARBETTA (2002) sugere a seguinte fórmula para o cálculo do tamanho da amostra:

$$n_{0=\frac{1}{E_0^2}} \qquad n = \frac{N.n_0}{N + n_0}$$

Onde:

- ✓ N= Tamanho da população
- ✓ E_0 = erro amostral tolerável
- ✓ n_0 = Primeira aproximação do tamanho da amostra
- ✓ n = Tamanho da amostra

Considerando a população do município de Rio Grande, N igual a 197.253 pessoas e admitindo um erro amostral tolerável de 7% (E_0 =0,07), temos:

$n_0 = 1/(0{,}07)^2 \cong$ 204 pessoas

Corrigindo o tamanho da amostra:

$$n = \frac{197253.204{,}09}{197253 + 204{,}09} \cong$$ 204 pessoas

Portanto o tamanho da amostra fica determinado em 204 pessoas, distribuídas nos cinco pontos diferentes do município, as quais serão submetidas aos questionamentos sobre os aspectos no consumo de pescados. Serão abordadas 40 pessoas, especificadas como elementos da população, ao redor de cada centro comercial. De acordo com BARBETA (2002) grandes amostras não são eficientes para *amostragens estatísticas não probabilísticas*, tal como a amostragem estatística por quotas utilizada como método do trabalho, pelo fato de que uma amostra não consiste de um percentual do tamanho da população para ser representativa. No entanto a fórmula da primeira aproximação da amostra permite-nos determinar o tamanho amostral, conforme o objetivo em questão.

Assim, utiliza-se toda a estrutura metodológica para coleta, organização e análise dos dados, sendo feito uma análise de distribuição de freqüência da amostra, de forma a avaliar diretamente a percentagem de cada resposta dos moradores do município de Rio Grande com relação ao consumo de pescados bem como os seus aspectos relativos.

Após todos os passos da amostragem probabilística por quotas acima apresentados, partiu-se para aplicação do questionário (constituindo esta etapa da coleta dos dados primários), onde os mesmos foram organizados (com o auxílio do software SPSS Data Editor – um programa estatístico), e partiru-se, então para análise estatística e teórica do perfil do consumidor no município de Rio Grande.

3. IMPORTÂNCIA DA CARNE DE PESCADO COMO FONTE DE ALIMENTO E FATORES RELACIONADOS AO MERCADO DO PESCADO

A carne de pescado tem sido, nos últimos anos, ressaltada como relevante na base da alimentação humana, constituindo-se como essencial na complementação das fontes protéicas de origem animal. Conforme a Organização Mundial Saúde (2010), os alimentos advindos da pesca (extrativa e aquícola) são considerados importantes fontes de riquezas para a alimentação humana. O órgão considera um patamar ideal o consumo médio de 12 quilogramas por ano o consumo *per capta* desse tipo de alimento, para que a população alcance um nível de segurança alimentar desejado.

Durante as últimas décadas, hábitos alimentares saudáveis têm recebido maior atenção, devido à crescente procura por alimentos que possuam melhor qualidade nutricional. Neste sentido instituições governamentais e de pesquisa trabalham para que a oferta de alimentos de origem animal, os quais supram as carências nutricionais da população mundial, seja mantida de forma sustentável.

O pescado se insere neste contexto por ser reconhecido como um produto facilmente digerível, altamente protéico e de baixo valor calórico, comparados aos demais alimentos protéicos disponíveis no mercado e também o consumo do mesmo regularmente é uma das possíveis práticas de melhora da saúde (GONÇALVES *et al*., 2008).

> A carne de pescado apresenta atualmente um grande potencial de mercado, pois esse produto industrializado ou in natura pode atender as necessidades do consumidor em aspectos: a) nutricionais (rico em proteínas e ácidos graxos poliinsaturados); b) sensoriais (sabor agradável, suave e característico); c) conveniência (fácil preparo o pré-pronto); e, d) aspectos econômicos (com preços acessíveis). (GONÇALVES *et al*., 2008)

Na atualidade, as principais causas do consumo ou não consumo de pescados estão atreladas a fatores culturais, econômicos, à subutilização do produto da pesca e à falta de diversificação da indústria processadora de pescado (FURLAN *et al*., 2009). Porém, algumas culturas são destaques no consumo desta proteína animal, com consumo per capita anual bem acima dos padrões ideais estabelecidos pela Organização Mundial da Saúde como suplemento alimentar a população animal (por exemplo, pelos povos da região do mediterrâneo europeu – espanhóis franceses, portugueses, e os asiáticos – como japoneses e chineses). O mesmo já não ocorre para grande parte dos países no mundo, como é o caso do Brasil.

Considerando a relevância da carne de pescado como fonte de proteína necessária a ser incentivada no consumo humano, alguns dados relevantes são destacados a seguir.

3.1 Consumo de Pescados e Perspectivas de Mercado

De acordo com Anuário da FAO (2008), dos mais de 140 milhões de toneladas de pescados produzidos no ano de 2007, cerca de 80% desta produção foram destinadas ao consumo humano e 19% foram destinadas para fins não alimentares. A carne de peixe foi consumida por mais de 1,5 bilhões de pessoas, registrando cerca de 20% do aporte médio de proteína animal. Do montante total de proteína animal consumida, a carne de pescado forneceu a 3 bilhões de pessoas em todo o mundo, 15% destas proteínas. No referido ano, estimou-se que o consumo per capita médio foi de 17,1 quilogramas de proteína advinda do consumo de carne de pescado, representando 6,2 % de todas as proteínas consumidas. Dados do ano 2007 da FAO apontam como as principais espécies comercializadas no mercado internacional de commodities de pescado, o Camarão, o Salmão, a Pescada, o Bacalhau e o Atum.

No entanto, a crescente representatividade da população mundial no consumo deste alimento implica em alterações na economia pesqueira mundial. Isto implica em ofertas estáveis para atender a um mercado evolutivo e exigente. MINOZZO et. al.(2010), ao analisar as percepções de mercado em estudo sobre o perfil do consumidor na região Sudeste do Brasil, acrescentam que há tendência crescente deste tipo de comportamento do consumidor com relação ao consumo de pescados no mercado interno.

> Os consumidores estão cada vez mais exigindo qualidade e inocuidade dos produtos alimentícios que adquirem, buscam informações a respeito dos novos lançamentos, de que maneira são tratados os animais para o abate, qual a alimentação dos mesmos e se estes ingerem hormônios ou não, dentre outras preocupações. A preocupação em consumir alimentos mais saudáveis, que apresentem baixos teores de gordura, livres de colesterol e produzidos sem o uso de produtos químicos, tem contribuído para um incremento na demanda do consumo de pescado (Minozzo et.al., 2010).

ENGEL et. al. (2000), explicam que o conhecimento das variáveis de influência sobre o comportamento dos consumidores e potenciais consumidores é necessário, na medida em que os empresários buscam qualificar seus produtos e serviços, considerando efetivamente os desejos e as necessidades do consumidor e orientando suas ofertas para o mercado. Neste

contexto o mercado pesqueiro mundial acena para a necessidade de conhecimento do perfil do consumidor para aperfeiçoar a sintonia entre oferta e demanda de pescados e frutos do mar.

A Tabela 2 apresenta dados da dimensão no consumo médio de pescados e proteína animal, oriundos da pesca extrativa e aquícola, atingida em alguns dos principais continentes e países no âmbito mundial:

Tabela 2 - Consumo per capta de Pescados e Proteína Animal – 2007

Continente/ País	Consumo total de pescados (kg/ano)	Quantidade proteínas (g/pessoa/dia)
Mundo	16.69	4.67
Oceania	25.57	6.24
América do Norte	24.03	5.66
Europa	20.55	6.29
Ásia	18.34	5.09
Caribe	10.78	2.95
América Central	9.19	2.72
América do Sul	8.86	2.11
África	8.48	2.49
Japão	60.78	21.92
Portugal	54.82	14.51
China	26.46	6.41
EUA	24.05	5.62
Perú	21.36	5.70
Chile	20.07	7.42
Brasil	6.87	1.79
Argentina	6.40	1.80

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da FAOSTAT_2011.

Conforme FAO (2007), o Japão é país que apresenta o maior consumo per capita de pescados, configurando a carne de peixe como o alimento mais tradicional no prato de seus cidadãos. Tradicionalmente os pescados são mais consumidos por países que o utilizaram como fonte básica de subsistência. Estes por possuírem certa limitação territorial para o cultivo de outras atividades, devido a guerras e a conseqüente escassez de alimentos,

utilizaram o pescado como fonte de proteína animal (FAVARET FILHO & SIQUEIRA, 1997).

Ao observar a Tabela 2, constata-se que a America do Sul apresenta um consumo per capita abaixo do nível de todos os outros continentes, superando apenas o Africano. Percebe-se ainda que na América do Sul, Peru e Chile se localizam como os países de maior consumo per capta neste continente, e o Brasil com consumo per capita abaixo da média consumida no Continente Sul Americano.

Ao analisar sobre as *Perspectivas Alimentares dos Mercados Mundiais*, o relatório da FAO (2008), relata que para as espécies marinhas que enfrentam problemas de limitação de estoques, estas têm seus preços pressionados para cima. Tal fator é limitante no aumento do consumo *per capta* de pescado, uma vez que há a perda da competitividade desta proteína animal quando comparada com outras substitutas (carne de frango, suína, bovina e ovina).

FURLAN *et al*. (2009) destaca que no Brasil o baixo índice de consumo per capita de pescado pode ser atribuído a fatores culturais, econômicos, à subutilização do produto da pesca, e à falta de diversificação da indústria processadora de pescado. BOMBARDELLI *et al*. (2005) ao salientar que apesar dos fatores culturais e econômicos não favorecerem o consumo de pescados em nível nacional, a indisponibilidade de produtos processados em quantidade e qualidade são pontos relevantes ao desestímulo e desincentivo ao consumo desta proteína animal, pois são produtos alimentícios de elevada perecibilidade, de difícil preparo, o que não desperta o interesse do consumidor.

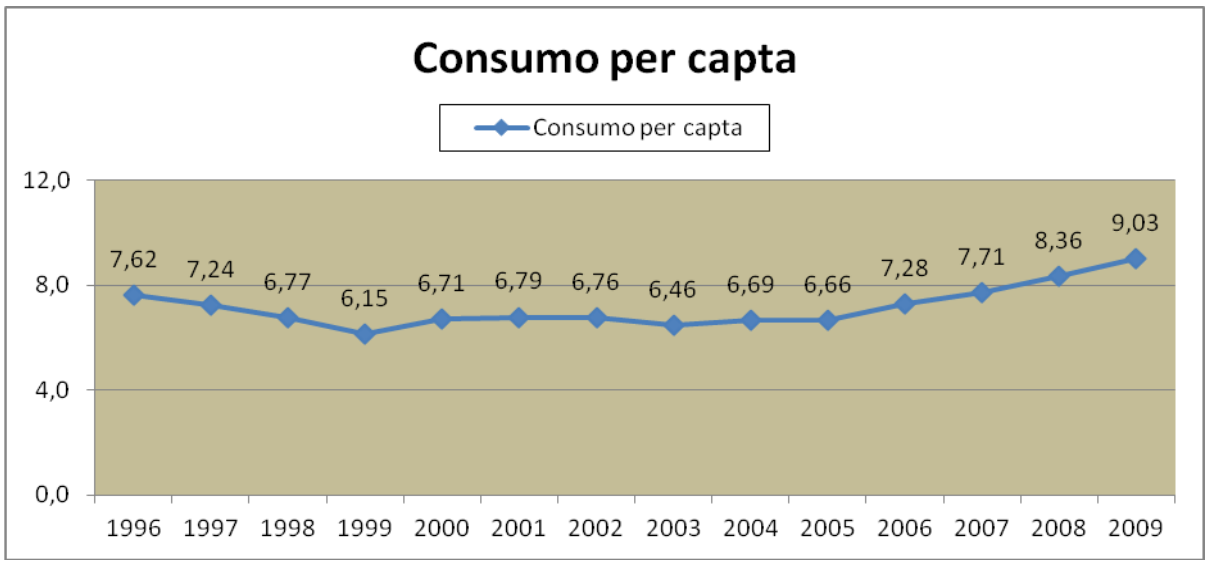
Mesmo com as características inerentes de estímulo ao consumo de pescado, segundo o MPA (2011) o consumo médio de pescado no Brasil evoluiu dos 6.9 quilos em 2007 para 9 quilos por habitante no ano de 2009, um aumento de apenas 31%. Este crescimento foi devido a um estímulo de política pública brasileira, pós anos 2003, que estimulou a pesca extrativa e, principalmente, o investimento na aqüicultura, de forma a colocar no mercado pescados cultivados, com preços acessíveis e com grau de processamento relevante, para estimular, mesmo que de forma tímida, o consumo nacional. No entanto, este nível de consumo está bem abaixo da média de consumo mundial per capita, conforme observado anteriormente. No âmbito nacional o consumo ainda é baixo em relação ao recomendado pela FAO, a qual estabelece um consumo de 13,1 Kg por habitante ao ano para alcançar o nível desejado de segurança alimentar.

Desde 2003 o Brasil desenvolve, via Governo Federal, ações de incentivo ao consumo de pescado, através da comercialização direta, como as feiras do peixe, inserção do pescado

na merenda escolar e a semana do peixe. A meta estipulada para o país para o ano de 2011 é atingir o consumo per capita 12 kg e aproximar-se do recomendado pela FAO (MPA, 2009).

A seguir o Gráfico 3 demonstra a evolução no consumo per capta de pescados.

Gráfico 3 - Evolução do consumo per capita de pescados no Brasil (1996 a 2009)



Fonte: MPA (2009), adaptado pelo autor (2001).

Conforme a análise do gráfico acima é possível observar que o consumo per capita de pescados no Brasil situa-se abaixo da média de consumo recomendado pela FAO, porém encontra-se em nível evolutivo, crescendo a partir do ano de 2003, a uma taxa média de 6% ao ano.

3.2 Situação Regional do Consumo de Pescado e Tipologias na Aquisição de Carnes

SONODA (2006) em seus resultados sustenta que o consumidor brasileiro é mais sensível às variações positivas na renda para que haja o aumento da quantidade de pescado consumido, do que para a redução no preço do pescado. No entanto, o mesmo ressalta que os principais substitutos para o pescado são as proteínas mais elaboradas tais como, iogurtes, lingüiça, leite em pó e outros produtos processados, e não as carnes mais tradicionais, como a de ave e bovina.

No Brasil as Regiões Norte e Nordeste lideram quanto ao consumo per capta de pescados e frutos do mar, correspondendo a 60% do consumo nacional, conforme IBGE-POF (2008-2009). Tal fato atribui-se a estas regiões serem as maiores produtoras e conseqüentemente ofertarem produtos com maior quantidade, menor preço e maior qualidade.

Em estudo de mercado no estado do Pará, COSTA et.al. (2009) ressaltaram que o pescado, tem se tornado cada vez mais importante na preferência de consumo dos habitantes daquela localidade e que o preço é fator de decisão no momento da compra, sendo mais expressivo para a atitude da aquisição do pescado, além das preocupações com a qualidade da carne.

SHIROTA & SONODA (2007) relatam ainda que fatores como menor custo com fretes e menor tempo entre a despesca e o consumidor final facilitam a entrada do pescado no hábito de consumo familiar da população de baixa renda de regiões, as quais representam grande parte dos consumidores brasileiros do produto. Os autores salientam ainda, a necessidade de inovações na confecção de produtos prontos para atender uma parcela significativa de não consumidores de pescado (os potenciais consumidores), que não o fazem pela dificuldade de prepará-lo para o consumo.

Ao analisar as percepções do consumidor sobre a oferta de pescados na cidade de Campo Grande- MS, observou-se assimetrias de informações no mercado de pescados, onde consumidores não obtém informações sobre a procedência do pescado, sugestões de modo de preparo, informações de cortes (com ou sem espinhas) e sobre o frescor da carne ofertada na cidade, fator que influencia negativamente no momento de decidir sobre a aquisição do produto **(**PINEYRUA et. al., 2006).

> A distinção entre produtos advindos de cativeiro e extrativismo não é eficiente, principalmente quando foi observado nos mercados da cidade, onde o cliente tem que ir atrás da informação, que muitas vezes é passada de forma fria. Produtos de valor agregado se perdem no meio da distribuição homogênea nas gôndolas, gerando um aspecto de produto de baixa qualidade ou de consumo pouco nobre, se aproximando a visão de feiras livres. (PINEYRUA et. al. *apud* ROCHA, 2003).

As Regiões Sudeste e Sul correspondem respectivamente a 9,45% e 6,88% do consumo per capita nacional de pescados e frutos do mar. A região Sul se destacou na média de aquisição anual per capita dos grupos de carnes (35,7 kg), no entanto ainda possui baixa representatividade quanto ao consumo de pescados. O menor percentual encontrado no Sul se deve, principalmente, a fatores culturais forçados pela pressão do consumo de carne bovina nos Estados do Sul, com destaque para o estado do Rio Grande do Sul. O estado do Rio Grande do Sul, culturalmente, apresenta-se como um dos maiores consumidores de carne bovina do país. A população gaúcha supera em média 10 Kg no consumo per capta de carne vermelha, em comparação com o resto do país (IBGE, 2011).

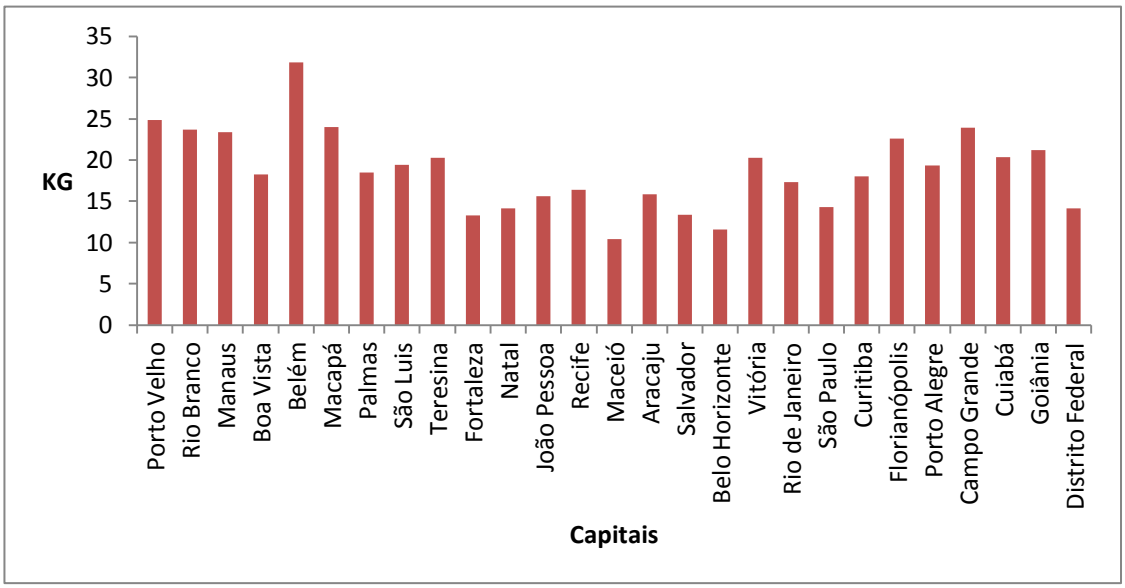
3.2.1 Consumo regional de pescados comparados com outras carnes fontes de proteína animal

Para comparar o consumo regional de carne de pescado com o consumo regional de outras fontes de proteína animal, faz-se uma análise do perfil de consumo das principais carnes consumidas no Brasil, nas capitais dos Estados brasileiros, de forma a compará-los com o consumo da carne de pescado no cenário regional representado pelas capitais brasileiras. Assim, serão avaliados os consumos per capita regionais, representados pelo consumo das capitais brasileiras, para a carne bovina, de frango, suína, ovina e caprina, e por fim, para a carne de pescado.

3.2.1.1 Carne bovina

De acordo com os dados do IBGE POF (2008-2009), a carne bovina foi a fonte de proteína animal de maior consumo entre a população das capitais do Brasil. Em média, o consumo per capta de carne bovina foi de 18,75 kg, representando 44,13% de todas as fontes de proteína animal consumida durante o período analisado, na média das capitais do país.

Gráfico 4 - Consumo per capta de carne bovina nas capitais do país em quilogramas Período 2008-2009



Fonte: Elaborado pelo autor (2011) com base nos dados do IBGE (2010).

Pela análise do Gráfico 4, observa-se que o menor consumo per capita de carne bovina, apresentado durante o período analisado, está representado pela maioria dos Estados

Nordestinos (Fortaleza, Natal, João Pessoa, Recife, Maceió e Salvador), pelo Estado de Minas Gerais, São Paulo e Distrito Federal.

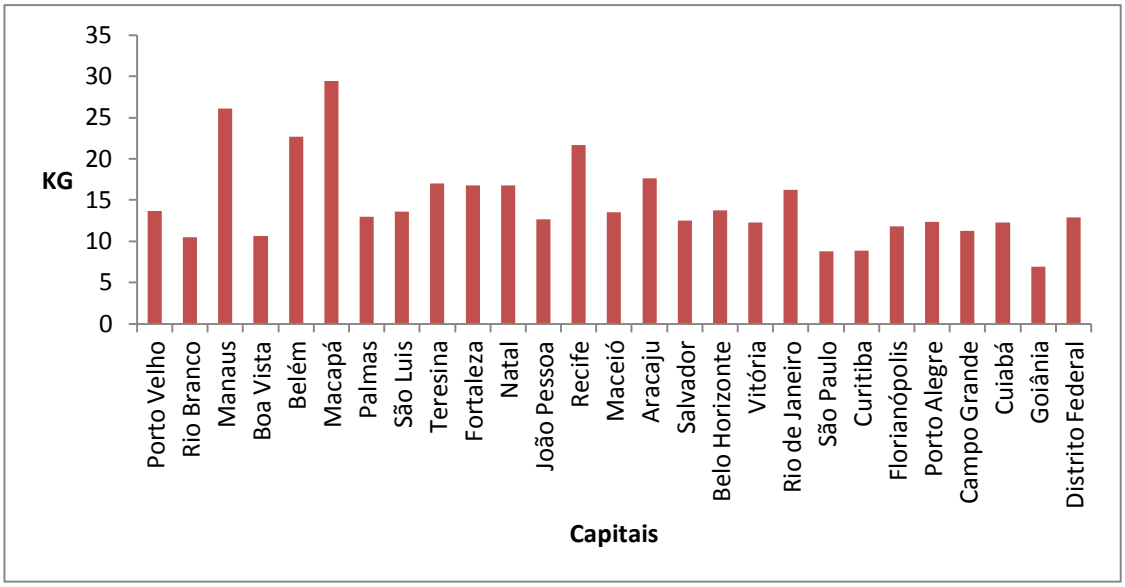
Importante notar que, apesar da região amazônica ser grande consumidora da carne de pescado, conforme o Gráfico 8 da pagina 37, a capital do Pará apresenta, no período em análise, o maior consumo per capita de carne bovina, dado este que deve ser destacado, ao contrastá-lo com a informação do IBGE-POF (2008-2009) de que nas regiões Norte e Nordeste estão registrados os maiores indicadores de consumo per capita de pescado no Brasil, no período analisado.

3.2.1.2 Carne de frango

A carne de frango figura como a segunda opção dentre as preferências por carne da população urbana das capitais, sendo o seu consumo per capta médio 14,65 kg, obtendo uma representatividade no montante de 34,5% da proteína animal consumida entre as capitais (IBGE 2010).

O Gráfico 5, ilustrado abaixo, apresenta o consumo per capta da carne de frango, em quilogramas, consumida nas capitais brasileira no período de 2008-2009.

Gráfico 5 - Consumo per capita de carne de Frango nas capitais, em quilogramas: Período 2008-2009



Fonte: Elaborado pelo autor (2011) com base nos dados IBGE POF (2008-2009).

Dentre as capitais brasileiras, Macapá, Manaus, Belém e Recife se destacam com consumo per capita superior a 20 kg/pessoa/ano, ficando todas as demais capitais do país abaixo da media dos 17 kg/pessoa, para o período analisado.

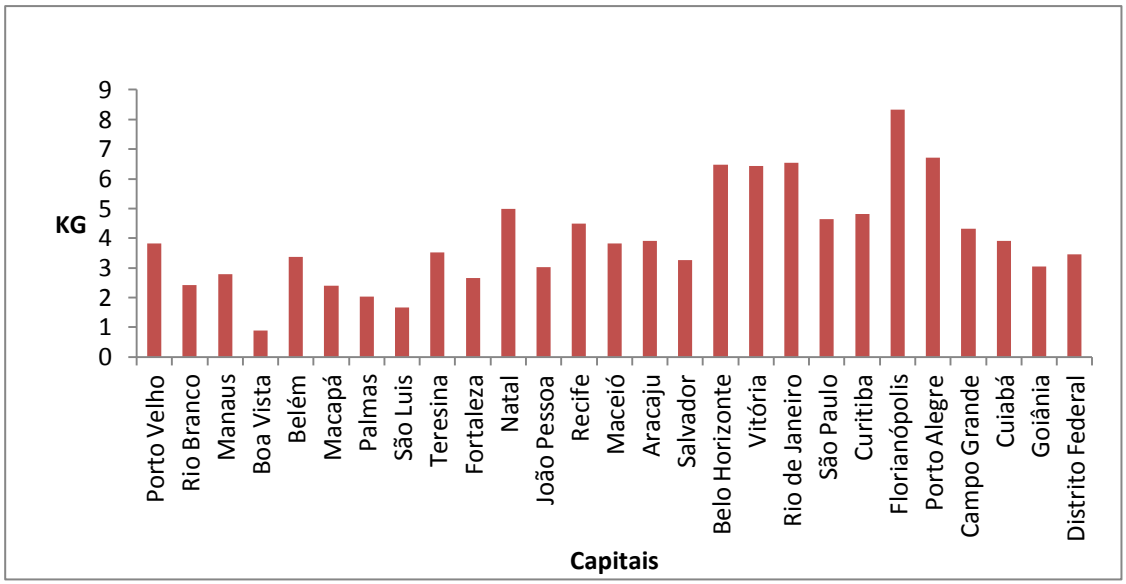
Em uma análise específica do perfil do consumidor da carne de frango na cidade de Porto Alegre, FRANCISCO et. al. (2007) constataram fatores importantes que influenciam a procura pela carne de frango nesta cidade, como a estabilidade e diversidade da oferta de produtos à base de carne de frango, de rápido e fácil preparo. Além destes fatores, a pesquisa dos autores ressaltaram que os consumidores estão alertas às sinalizações de qualidade do produto, quando aparecem registros dos selos de qualidade. Este fato é um aspecto positivo do ponto de vista da satisfação do consumidor, tornando-os dispostos a pagar mais pela carne.

3.2.1.3 Carne suína

O consumo da carne suína, segundo dados do IBGE-POF (2008-2009) foi de 4 kg/pessoa/ano no período analisado. A carne suína apresenta-se como a quarta espécie de proteína animal consumida no país, representando um percentual de 9,4% do total de carnes adquiridas para o consumo, para o período em análise.

A aquisição de carne suína, conforme demonstra o Gráfico 6, possui expressiva representatividade nos estados do Sul, sendo que o Rio Grande do Sul e Santa Catarina são os estados onde há maior consumo per capita da carne entre as capitais brasileiras.

Gráfico 6 - Consumo per capita de carne suína nas capitais, em quilogramas: Período 2008-2009



Fonte: Elaborado pelo autor (2011) com base nos dados do IBGE

Sobre a ótica da oferta de carne suína, GONÇALVES et.al. (2009) observaram que na região Sul, a adoção de mecanismos de *coordenação vertical*[1] na produção de carne, tem proporcionado níveis satisfatórios de produtividade e destacado o setor entre os melhores produtores desta carne, no mundo. Tal situação demonstra que a provisão de ofertas estáveis neste setor contribui para a expressividade deste Estado no consumo de carne suína.

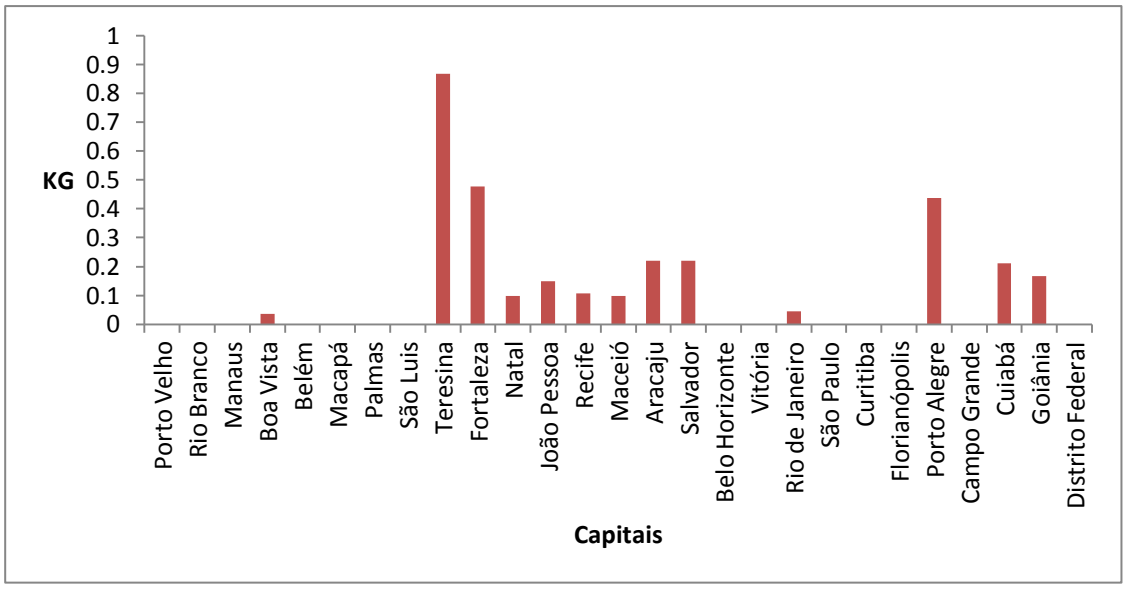
3.2.1.4 Carne ovina e caprina

Conforme IBGE-POF (2008-2009), a carne de ovinos e caprinos, durante o período analisado, não apresentou consumo para a maioria das capitais brasileiras, se mostrando presente basicamente na mesa do consumidor das capitais nordestinas, e nas capitais Porto Alegre, Cuiabá, Goiânia. Este tipo de carne não é de habito alimentar cotidiano para o povo brasileiro, não fazendo parte das refeições diárias, salvo em dias especiais. Seu consumo médio, conforme a mesma fonte é de 115 gramas por pessoa por ano, registrando apenas

0,27% do total da aquisição de carnes da população brasileira, conforme Gráfico 7 logo a seguir.

Gráfico 7 - Consumo per capita de ovinos e caprinos no Brasil (quilogramas)

[1] Conjunto de transações entre os agentes que compõem a cadeia produtiva, desde os insumos até a distribuição final.

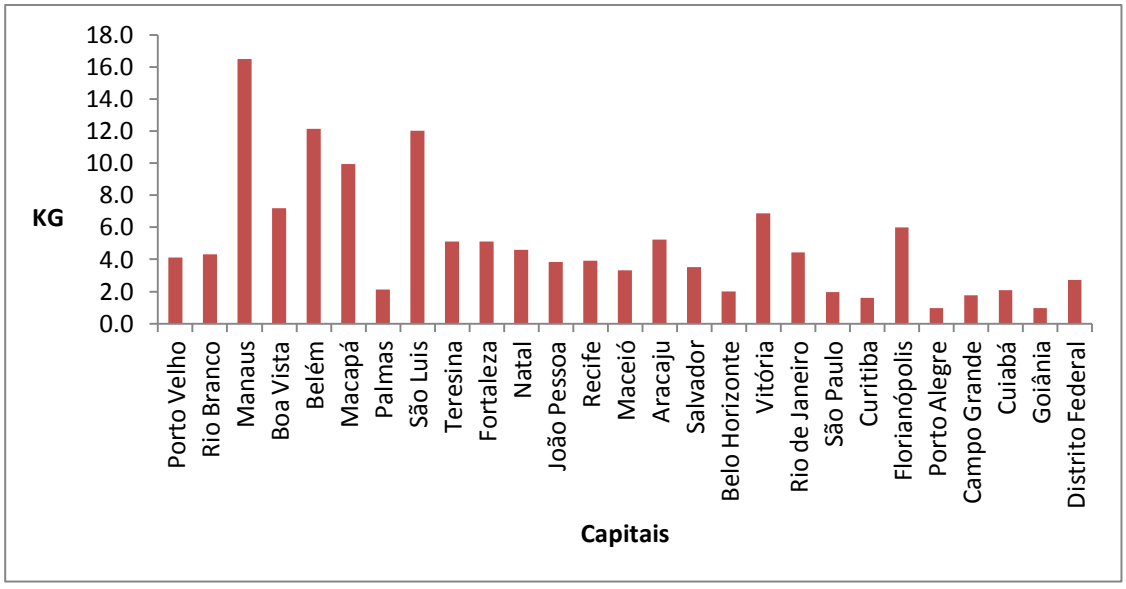


Fonte: IBGE POF 2008-2009 (Adaptado pelo autor 2011).

3.2.1.5 Carne de pescado

Em nível nacional a carne de pescado obteve média de consumo de 4,97 kg/pessoa/ano, registrando um percentual de 11,7% do total das carnes consumidas no país no período analisado (IBGE-POF, 2008-2009). O Gráfico 8 mostra que Manaus e Belém foram as capitais que apresentaram maior consumo per capita entre a população das capitais brasileiras, 16,5 kg e 12,2 kg respectivamente. O consumo per capita menos expressivo foi registrado nas capitais do Rio Grande do Sul e de Goiás, sendo menor de 1 kg a aquisição para o consumo nestas capitais.

Gráfico 8 - Consumo per capita de pescado nas capitais do Brasil (quilogramas)



Fonte: IBGE POF 2008-2009 (Elaborada pelo autor 2011).

No conjunto das capitais brasileiras, a região Norte é que apresenta o maior consumo médio per capta de pescado no período em análise, puxado pelo consumo de Manaus e Belém. A região nordeste se posiciona, neste indicador, em segundo lugar na media per capita de consumo de carne de pescado. Na região Sudeste, a capital capixaba (do Espírito Santo) mostra um indicador de consumo per capita superior às outras capitais da região, enquanto que, na região Sul, Florianópolis se destaca com uma média de consumo per capita bem superior às demais capitais da região.

3.2.2 Análise comparativa

Dentre as principais fontes de proteína animal consumidas no Brasil, a carne bovina é a mais consumida, sendo a carne de pescado a terceira mais consumida, atrás da carne bovina e de frango. Esta percentagem coloca a carne de pescado como importante fonte de proteína animal na mesa da população brasileira.

A carne de pescado apresenta, entretanto certo equilíbrio na preferência com relação ao consumo da carne suína que, segundo dados do IBGE POF (2008-2009) foi de 4 kg/pessoa/ano.

A carne que apresenta a menor representatividade entre as preferências de aquisição da população das capitais do Brasil foi o grupo de carnes ovinos e caprinos representando aquisição média para consumo de 115 gramas por pessoa ano, apenas 0,27% do total da aquisição de carnes da população brasileira.

A região Norte representada principalmente, pelas capitais de Manaus, Belém e Macapá, apresentou maior consumo per capita da carne de pescado no Brasil.

A região Sul se mostrou relevante no consumo de carne de pescado apenas na capital de Santa Catarina. Porto Alegre foi a capital de menor consumo per capita de pescado entre as capitais brasileiras. Analisando o consumo per capita de carne de pescado apenas na cidade de Porto Alegre, a carne de pescado também foi a que menos representou neste consumo, indicando com clareza que esta proteína de origem animal, não é significativa no consumo da capital gaúcha.

3.2.3 Caracterização das tipologias regionais de Consumo de Pescados

No Brasil, são comercializadas várias espécies de pescado, tanto os capturados pela pesca brasileira como os pescados importados. A partir da tipologia do pescado comercializado no Brasil, usando dados recentes do IBGE-POF (2008-2009) avalia-se o consumo regional per capita brasileiro, por tipologias de pescado adquiridos pelas famílias, nas áreas urbanas das grandes regiões do Brasil (Norte, Nordeste, Sudeste, Sul e Centro-Oeste). Estes dados fornecem um perfil das espécies comercializadas no país.

A Tabela 3 apresenta a tipologia do pescado consumido no Brasil e em Grandes Regiões.

Tabela 3 - Aquisição alimentar domiciliar per capta anual, na área urbana, por Grandes Regiões, de produtos de pescados e frutos do mar entre 2008 e 2009

Produtos	**Aquisição alimentar domiciliar *per capita* anual, na área urbana (kg)**					
	Brasil	**Grandes Regiões**				
		Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste
Pescados	3,306	12,210	4,651	2,087	1,520	1,621
Pescados de água salgada	1,776	3,530	2,477	1,549	1,059	0,675
Anchova fresca	0,012	-	0,005	0,016	0,022	-
Bacalhau	0,084	0,016	0,089	0,125	0,017	0,014
Bagre fresco	0,034	0,380	0,029	-	-	-
Cação fresco	0,028	0,010	0,027	0,036	0,021	0,007
Camarão fresco	0,163	0,417	0,229	0,102	0,133	0,139
Corvina fresca	0,122	0,028	0,291	0,095	0,030	0,016
Merluza em filé congelado	0,070	0,002	0,065	0,088	0,075	0,029
Merluza em filé fresco	0,020	-	0,002	0,028	0,020	0,041
Parati fresco	0,007	0,105	-	-	-	-
Pescada em filé congelado	0,031	0,046	0,014	0,037	0,019	0,064
Pescada em filé fresco	0,022	0,004	0,006	0,040	0,011	0,005
Pescada fresca	0,195	1,242	0,253	0,097	0,007	0,003
Pescadinha fresca	0,015	0,018	0,030	0,013	-	-
Sardinha em conserva	0,145	0,210	0,172	0,127	0,164	0,073
Sardinha fresca	0,104	0,155	0,161	0,099	0,029	0,048
Tainha fresca	0,047	0,149	0,058	0,012	0,111	0,003
Outros pescados em filé congelado	0,140	0,023	0,093	0,188	0,145	0,106
Outros pescados em filé fresco	0,108	0,030	0,084	0,135	0,130	0,052
Outros pescados frescos	0,401	0,662	0,829	0,288	0,095	0,065
Outros pescados salgados	0,028	0,032	0,040	0,024	0,030	0,011
Pescados de água doce	1,035	7,296	1,314	0,268	0,211	0,606
Acará fresca	0,062	0,097	0,208	0,010	-	-
Acari fresco	0,018	0,064	0,009	0,023	0,003	-
Anujá fresco	0,023	0,117	0,021	0,018	-	0,017
Curimatã fresco	0,081	0,636	0,110	0,019	0,007	0,002
Dourada fresca	0,044	0,527	0,016	0,005	0,001	0,004
Jaraqui fresco	0,098	1,397	-	-	-	0,001
Lambari fresco	0,028	0,055	0,054	0,022	0,005	0,001
Mapará fresco	0,012	0,135	0,002	0,002	-	0,009

Piau fresco	0,023	0,128	0,045	0,004	-	0,014
Surubim fresco	0,027	0,194	0,013	0,005	0,013	0,083
Tambaqui fresco	0,109	0,918	0,164	-	-	0,062
Tilápia fresca	0,075	0,003	0,262	0,016	0,023	0,001
Traíra fresca	0,015	0,022	0,046	0,004	0,001	-
Tucunaré fresco	0,023	0,230	0,029	-	-	0,002
Outros pescados em filé congelado	0,059	0,273	0,036	0,033	0,072	0,068
Outros pescados em filé fresco	0,035	0,132	0,037	0,021	0,038	0,013
Outros pescados frescos	0,288	2,260	0,241	0,084	0,046	0,326
Outros pescados salgados	0,013	0,106	0,021	0,001	0,002	0,003
Pescados não especificados	0,496	1,385	0,860	0,271	0,251	0,340
Peixe em filé congelado	0,025	0,026	0,019	0,028	0,031	0,008
Peixe em filé fresco	0,009	0,015	0,009	0,005	0,017	0,011
Peixe fresco	0,451	1,338	0,801	0,232	0,203	0,321
Peixe salgado	0,011	0,006	0,031	0,006	-	-

Fonte**:** Elaboração própria 2001, com base nos dados do IBGE, 2010.

Observa-se que os dados da Tabela 3 que acabamos de visualizar, destaca que em nível nacional, a maior parte da aquisição per capita de pescados destinados ao consumo humano corresponde às espécies de água salgada, o equivalente a 53,7% do total, sendo 31,3% espécies de água doce e 15% de pescados não especificados. Conforme demonstra a Tabela 3, é possível analisar ainda que em nível nacional há maior preferência pela aquisição de espécies como a *Pescada fresca, a Sardinha e o Camarão.*

A única região em que prevalecem espécies de água doce entre as preferências por pescado da população, localiza-se no Norte do país, representando cerca de 60% do consumo per capita de pescados no território brasileiro. Na região Norte, característica pela sua importância geoeconômica da Amazônia, 59,7% das espécies do pescado consumido pela população são de água doce. Destacam-se as espécies típicas da Região como o *Jaraqui fresco,* o *Tambaqui fresco,* o *Curimatã fresco, a Dourada fresca* e o *Tucunaré fresco,* como as mais preferíveis quanto à aquisição destinadas ao consumo da população da Região.

Na região Centro-Oeste houve relativo equilíbrio entre o consumo espécies de água salgada e espécies de água doce, sendo que as espécies de água salgada superam em apenas 4% as espécies de água doce na aquisição per capta regional.

Nas regiões Nordeste, Sudeste e Sul há um predomínio na preferência por espécies de águas salgadas, representando respectivamente 53,26%, 74,22% e 69,67% da aquisição per capta de pescado.

4. PERFIL DOS CONSUMIDORES DE PESCADO NO MUNICÍPIO DE RIO GRANDE

Neste capítulo, analisa-se o perfil dos consumidores de pescado no município de Rio Grande, sob diferentes dimensões além do perfil socioeconômico dos consumidores. São analisados os motivos do consumo ou não consumo, preferências sobre os locais de consumo e aquisição, quantidades adquiridas e espécies mais consumidas, preferências quanto a formas de consumo, aceitação de produtos processados para consumo, entre outras características que definem o perfil do consumidor de pescado no Município.

4.1 Perfil socioeconômico da amostra e dos consumidores de pescado em Rio Grande

Para descrever o perfil dos consumidores de pescado no município de Rio Grande, foram realizadas entrevistas com 204 moradores, no período de verão, entre os meses de janeiro e fevereiro. Seguindo a metodologia proposta, de uma amostra composta de acordo com as características demográficas da população do município, identificando preferências e dados sociais de 52% de moradores do sexo feminino e 48% de moradores do sexo masculino.

Foram identificados moradores de Rio Grande residentes de 28 localidades do município. A média de idade dos entrevistados foi de 42 anos de idade, sendo que o indivíduo mais velho possuía 69 anos e o mais novo 19 anos, todos residentes do município.

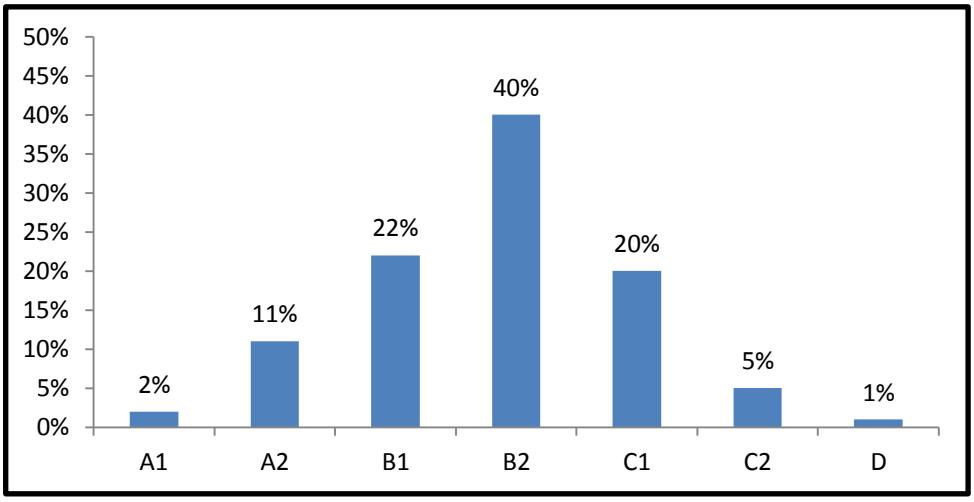
Observaram-se, na primeira tomada da amostra, características da população da amostra quanto ao nível de escolaridade e foi possível identificar um percentual de 26% de entrevistados que possuía o ensino médio completo, 21% o ensino fundamental incompleto, 18% curso superior completo, 14% fundamental completo, 8% superior completo, 7% médio completo e ainda 6% que possuíam o ensino médio técnico.

Para analisar a amostra segundo a situação socioeconômica dos entrevistados, usou-se da classificação conforme Critério Brasil (ABEP 2011). Segundo esta fonte, a renda média das famílias por classes sociais ficaram definidas como: A1 (renda média de R$ 11480,00), A2 (renda média de R$ 8295,00), B1 (renda média de R$ 4754,00), B2 (renda média de R$ 2656,00), C1 (renda média de 1459,00), C2 (renda média de R$ 962,00), D (renda média de R$ 680,00) e (renda média de R$ 415,00). O Critério Brasil de classificação socioeconômica

permite agrupamentos evidenciando o poder de compra das pessoas e famílias urbanas, evitando a pretensão de classificar a população em termos de “classes sociais”.

Assim, a composição dos entrevistados na amostra quanto à classificação socioeconômica de acordo com o CRITÉRIO BRASIL (2011) ficou caracterizada na seguinte forma: 39,7% de indivíduos da classe B2, 22,1% da classe B1, 19,6% da classe C1, 11,3% da classe A2, 5,4% da classe C2, 1,5% da classe A1 e 0,5% composta por indivíduos da classe D. O Gráfico 9 apresenta a classificação socioeconômica da população de Rio Grande, conforme questionário aplicado entre janeiro e fevereiro de 2011.

Gráfico 9 - Classificação socioeconômica da amostra da população de Rio Grande



Fonte: Trabalho de campo, elaboração pelo autor (2011).

Com a análise de Classificação Socioeconômica da composição da amostra, foi possível observar que 81,4% dos indivíduos entrevistados eram pertencentes às classes B1, B2 e C1, conforme critério de classificação socioeconômica e possuem respectivamente renda mensal de R$ 4754, R$ 2656 e R$ 1459 (ABEP 2009).

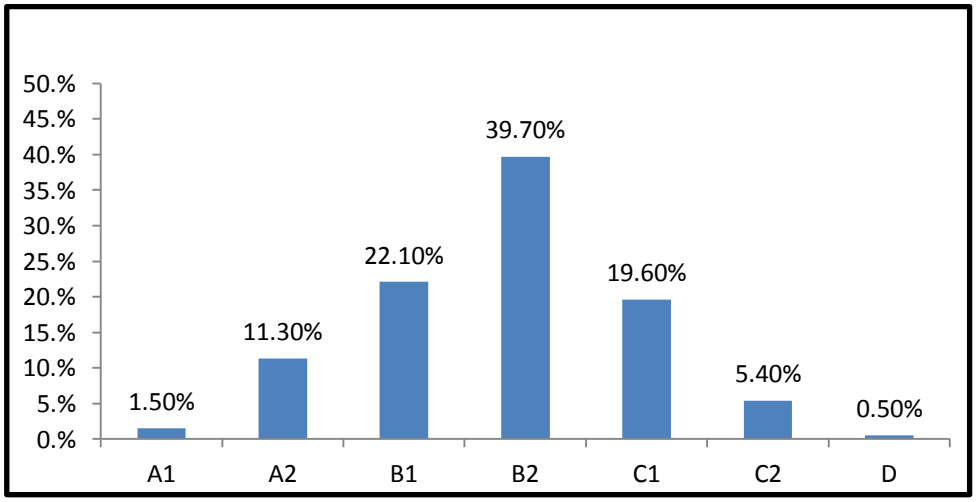
Com relação ao consumo de pescados, a análise de distribuição de freqüência permite-nos observar que 64,3% dos moradores de Rio Grande consomem peixe com alguma freqüência no período analisado. Observou-se também uma freqüência de rejeição para o consumo de pescados em 35,7 % dos entrevistados, que afirmaram jamais consumir pescados em suas refeições.

Dos 64,3% dos entrevistados que se declararam consumidores de pescado no município de Rio Grande, 80% estão classificados nas faixas de renda B1, B2 e C1. Foram identificados percentuais cujas proporções na amostra se dão da seguinte maneira; 42% de

consumidores possuem de renda mensal média de R$2.656,00, 21% são de renda média de R$4.754,00 e 17% estão classificados na faixa de renda média de R$1.459,00, somando um total de 80% dos consumidores de carnes situados nestas três faixas de renda, que juntos, constituem uma renda média de mensal R$3.000,00 (ABEP, 2011). Tendo em vista que a família brasileira possui gastos com o orçamento doméstico, de em média, R$ 2.626,31 por mês (IBGE, 2010), em consonância com a teoria do consumidor, considera-se razoável a limitação de renda para estas classes consumidoras de pescado, haja vista que o consumidor reage sensivelmente a variações nos preços e renda disponível ao consumo. Do lado da demanda, um aumento de preços faz com que os consumidores reduzam a quantidade consumida em razão da combinação dos efeitos renda e substituição (Sonoda, 2006).

Diante disto os percentuais abaixo demonstram o perfil socioeconômico dos consumidores de pescados que formam a composição da amostra estão demonstrados no Gráfico 10 logo abaixo.

Gráfico 10 - Perfil Socioeconômico dos consumidores de pescados no município de Rio Grande



Fonte: Trabalho de campo, elaborado pelo autor (2011)

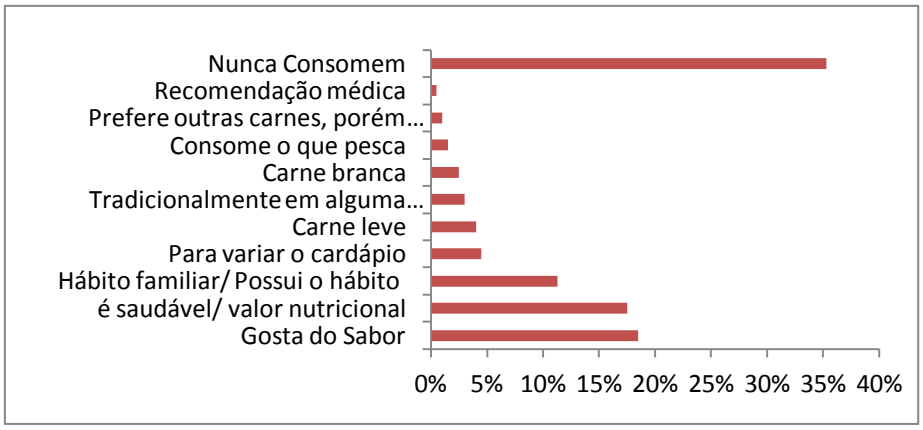
Um fator a ressaltar, é quanto aos consumidores de carne de pescado, aqueles que estão classificados nas rendas médias dos extremos do Gráfico 10. Tanto para aqueles que ganham renda média mais elevada como para os que se situam classificados com renda média baixa (categorias de renda A1, C2 e D), estes somam menos que 10% entre os consumidores de carne de pescado. Trata-se de consumidores com alto padrão de renda e reduzido padrão de renda média os que mostraram reduzido hábito de consumo de carne de pescado, ficando assim registrado que, da população de Rio Grande que consome esta proteína animal, a maior parte é da classe intermediária da população.

4.2 Razoes reveladas pelo consumo e não consumo de pescado

4.2.1 Motivos para o consumo de pescados

Com relação ao motivo de se consumir pescado observou-se na amostra, respostas bastante heterogênea. Destacam-se, entre os principais motivos associados ao consumo, aspectos relacionados ao *gosto pelo sabor da carne* de pescado, ao *benefício à saúde* e *importância nutricional* que o consumo de carne de pescado proporciona, e ao *hábito de consumo na família*, representando respectivamente 18,48%, 17,52% e 11,30% da preferência dos entrevistados, os quais afirmaram consumir pescado com certa freqüência, no município de Rio Grande. O Gráfico 11 abaixo demonstra as respostas observadas para o motivo de consumir pescado.

Gráfico 11 - Motivos para o consumo de pescados



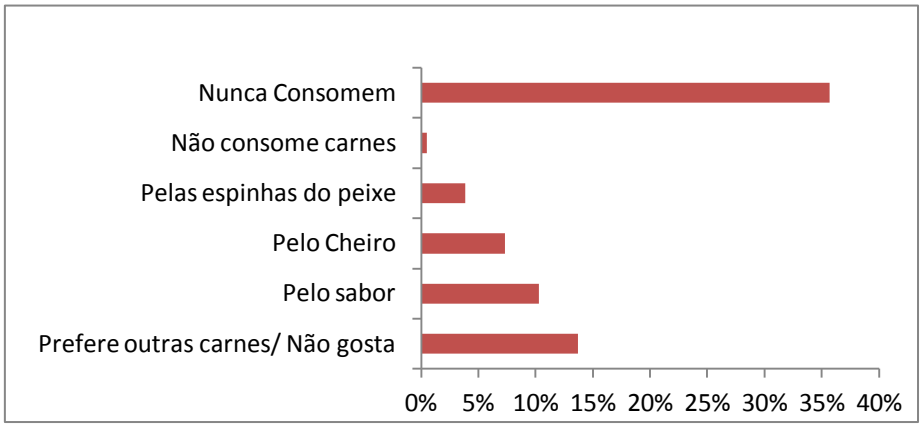
Fonte: Trabalho de campo, elaborado pelo autor (2011).

É importante observar que os outros motivos que levam o consumidor a preferir o consumo de pescado em sua refeição, também são bastante significativos. Opções do cotidiano das refeições dos entrevistados, como *variar o cardápio*, considerar o pescado uma *carne leve* ou *carne branca*, pela prática da pescaria esportiva que o leva a *consumir o que pesca*. Cerca de 3% de consumidores esporádicos (até 3 vezes no ano), revelaram ter por hábito consumir pescado em eventos na cidade, em datas comemorativas culturais e religiosas (Semana Santa, Festa do mar, durante o verão), segundo MPA (2010) os brasileiros consomem mais peixe no período da quaresma. Menos de 1% afirmou consumir pescados por recomendação médica, considerando desta forma motivos preponderantes para o consumo de pescados, conforme ilustrado no gráfico acima.

4.2.2 Motivos para o não consumo de pescados

Dentre os motivos do não consumo de pescados revelados pela amostra, os fatores mais observados estão associados a fato de *não gostar do sabor*, à *preferência por outras carnes*, tais como, a carne bovina, a carne de frango, a carne suína e a carne ovina. A rejeição ao pescado devido ao seu *odor característico*, o fato do peixe possuir *espinhas* na sua carne e desse modo causar um desconforto durante a mastigação também são fatores que acarretam percentual expressivo das justificativas para rejeição ao pescado. Observou-se também um pequeno percentual que não consomem pescados devido ao fato de não consumirem quaisquer tipos de carne. O Gráfico 12 logo a seguir, ilustra as principais respostas observadas e suas respectivas freqüências para o não consumo de pescados.

Gráfico 12 - Motivos para o não consumo de pescados

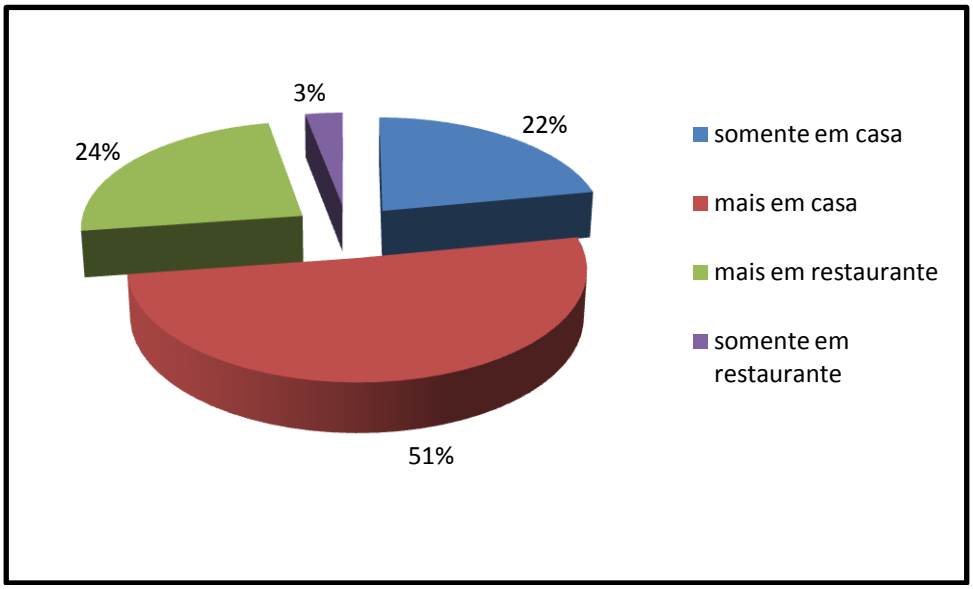


Fonte: Trabalho de campo, elaborado pelo autor (2011).

4.3 Locais de consumo e aquisição de pescados

Sobre os locais onde costumam consumir pescado, observou-se que o hábito de mais da metade dos consumidores do município de Rio Grande (51%) é o de consumi-lo na maioria das vezes em suas residências, sendo que em certas oportunidades consomem pescados em restaurantes ou eventos na cidade. Obteve-se ainda 24% de consumidores que afirmaram consumir pescados mais em restaurantes do que em suas residências, 22% afirmaram consumir pescados somente em casa e 3% que possuem o hábito de consumi-lo somente em restaurantes. O Gráfico 13 ilustra o percentual de respostas dos consumidores de pescado do Município de Rio Grande sobre os locais onde costumam consumir a carne.

Gráfico 13 - Locais onde consomem pescados e frutos do mar



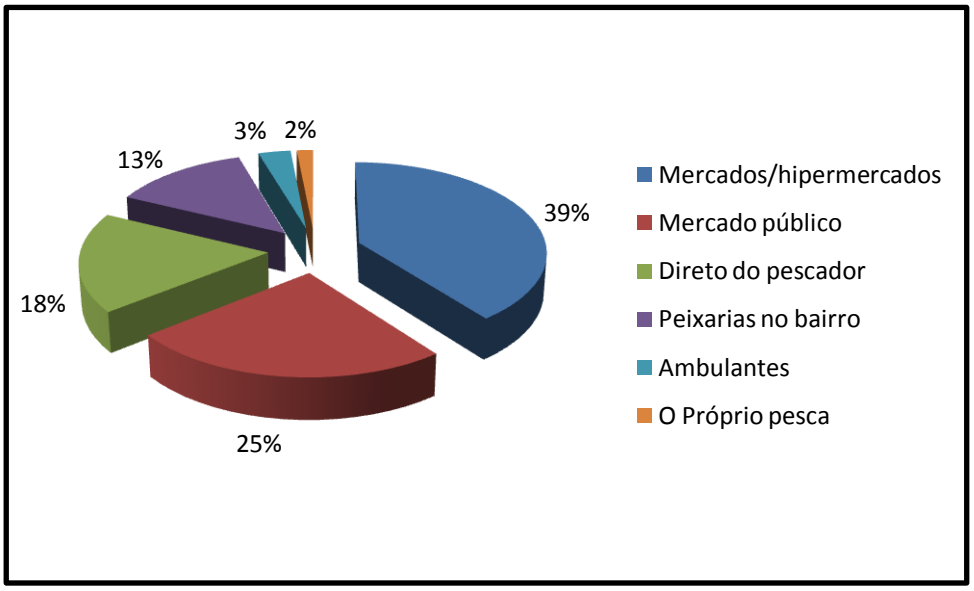
Fonte: Trabalho de campo, elaborado pelo autor (2011).

Importante ressaltar o fato de que no Brasil, durante os últimos seis anos, a participação urbana da alimentação fora do domicílio nos gastos com alimentação subiu de 25,7% para um terço 33,1%, e a rural subiu de 13,1% para 17,5% revelando uma tendência de hábito da população (IBGE, 2010).

Os moradores de Rio Grande, que costumam consumir pescados em suas casas foram questionados com relação ao local onde adquirem o pescado consumido.

Na a amostra foram identificadas (6) seis diferentes formas e locais para a aquisição do pescado, sendo que foram citados pelos consumidores por ordem de freqüência, os *hipermercados/ supermercados*, o *mercado público* da cidade, *diretamente do pescador*, *peixarias* localizadas *nos bairros*, compra de *vendedores ambulantes* e a aquisição através da *própria pesca*. Logo a seguir, o Gráfico 14 demonstra a freqüência observada sobre os locais e formas de aquisição do pescado consumido.

Gráfico 14 - Locais de aquisição do pescado consumido pelos moradores do município de Rio Grande



Fonte: Trabalho de campo, elaborado pelo autor (2011).

Uma informação adicional, neste item, refere-se à forma de aquisição do pescado. No município, os consumidores informaram que o pescado é adquirido tanto pelo pagamento em moeda pelo produto, como em muitos casos, adquirem o pescado via própria pesca e/ou doações de terceiros. Estas formas de aquisições fazem parte dos registros das estatísticas do IBGE (2009).

4.4 Importância para atributos do pescado no momento da aquisição

Os resultados para esta questão evidenciaram a preocupação dos consumidores de pescado de Rio Grande com a qualidade do pescado. Os percentuais obtidos demonstram que os consumidores estão exigentes quanto a aspectos como o cheiro, o preço, a aparência e a embalagem do pescado, conforme escala de importância demonstrada na Tabela 4

Tabela 4 - Importância de atributos para consumir pescado

Atributos	Nenhuma	Pouca	Bastante	Total
Cheiro	0,50%	2,45%	31,40%	32,35%
Preço	1,96%	11,76%	25,49%	27,45%
Aparência	1,95%	6,38%	31,38%	27%
Embalagem	10,30%	26%	20%	9,40%

Fonte: Trabalho de campo, elaborado pelo autor (2011).

Conforme a análise da Tabela 4 acima é possível observar que a maioria dos consumidores de pescado, no município de Rio Grande consideram com relevada importância alguns aspectos no momento de decidir sobre o consumo de pescados. Atributos do pescado como o *cheiro, o preço e a aparência* são fundamentais para que os moradores adquiram o pescado de maneira a ficarem satisfeitos. Tal fato demonstra que os mesmos analisam com maior exigência estas qualidades para decidir sobre a compra do pescado, pois consideram *bastante* ou *total* a importância dada a estes aspectos.

Quanto ao atributo embalagem, não foram observadas concentrações nas escalas de importância dada pelo consumidor a este aspecto, sendo que a maior representatividade (26%) foi a de pouca importância para embalagem na hora de consumir pescado.

4.5 Consumo mensal de pescado por entrevistado – quantidade adquirida.

Os consumidores de pescado foram questionados com relação à quantidade adquirida a cada compra de pescado. As quantidades consumidas e freqüências desta resposta pelos entrevistados estão ilustradas na Tabela 5, conforme podemos observar abaixo:

Tabela 5 - Quantidade consumida e freqüência de aquisição de pescados no município de Rio Grande

Aquisição Mensal	%
Não se aplica (não consomem)	35,70%
1 a 2 kg por mês	23,80%
3 a 4 kg por mês	15,20%
4 a 8 kg por mês	12,00%
05 kg a 1kg por mês	7%
Uma porção (consomem em restaurantes)	4,80%
2 a 4 peças mês	1,50%
Total de entrevistados	100%

Fonte: Trabalho de campo, elaborado pelo autor (2011).

A distribuição das respostas sobre as quantidades e freqüência de aquisição de pescados, foram agrupadas de acordo com a finalidade da pesquisa. Para obter maior padronização dos resultados e fornecer maior consistência à variedade de respostas encontradas sobre esta questão as quantidades foram sempre quantificadas em aquisição

mensal. As quantidades e freqüências mais observadas foram à aquisição de *1 a 2 quilogramas por mês* e a quantidades de *3 a 4 quilogramas por mês* correspondendo ao hábito de aquisição de mais da metade dos consumidores de pescados .

4.6 Espécies consumidas de pescados e frutos do mar

Os entrevistados que possuem o hábito de consumir pescados e frutos do mar foram questionados sobre quais espécies mais consomem em suas refeições. Para tanto foram solicitados a citar três espécies por ordem de importância de suas preferências de consumo. Dentre as três opções de consumo, foram identificadas vinte e sete (27) espécies de pescados e frutos do mar na amostra realizada.

✓ Primeira opção de espécie mais consumida

Os resultados da amostra realizada demonstram que das espécies mais consumidas de pescados e frutos do mar, citadas como primeira opção de consumo dos moradores de Rio Grande, destacam-se o Camarão, a Tainha, a Traíra, o Salmão, a Anchova, a Pescada, o Atum, o Linguado, a Sardinha e a Abrótea, nesta ordem de importância.

Importante ressaltar que o Camarão, a Tainha, a Anchova, a Pescada, o Linguado e a Abrótea são espécies facilmente encontradas no mercado de Rio Grande, em seus respectivos períodos de safra, sendo comercializadas não apenas nos supermercados e peixarias na cidade de Rio Grande, mas também e inclusive no mercado público de venda livre de pescado, localizado no centro da cidade.

✓ Segunda opção de espécie mais consumida

As mesmas espécies que foram relatadas na primeira opção de consumo também apareceram na segunda opção na preferência de consumo dos moradores de Rio Grande, figurou. Porém, surgiram espécies adicionais como segunda opção, como a Corvina, o Bagre e o Bacalhau entre as mais preferíveis para o consumo de pescados e frutos do mar.

A Corvina e o Bagre são espécies que entram no mercado de Rio Grande pela própria pesca industrial predominante na região, sendo também comercializados tanto nos supermercados e peixarias da cidade de Rio Grande, como também em mercados de feiras livres e mercado público da cidade. O mesmo não acontece com o bacalhau, que é uma espécie importada, sendo comercializada em supermercados.

✓ Terceira opção de espécie mais consumida

Na terceira opção de preferência de consumo dos entrevistados, prevaleceu às espécies citadas na primeira e segunda opção como as mais preferíveis, surgindo adicionalmente espécies como o Siri e o Jundiá, que mesmo atuando como uma terceira opção, estão entre as mais representativas para o consumo de pescados e frutos do mar no município de Rio Grande.

A Tabela 6 abaixo apresenta as ordens de preferências pelas espécies para o consumo dos moradores de Rio Grande. Os respectivos percentuais representam na forma percentual a freqüência observada para as três espécies sugeridas, sendo que por ocasião do questionamento não poderia haver repetição entre as três opções citadas pelos entrevistados, de acordo com seus hábitos de consumo.

Tabela 6 - Opções de espécies mais consumidas de pescados e frutos do mar

Primeira opção		Segunda opção		Terceira Opção	
Camarão	11,80%	Camarão	10,30%	Camarão	6,90%
Tainha	10,30%	Anchova	7,40%	Sardinha	5,90%
Traíra	5,40%	Pescada	5,90%	Linguado	5,60%
Salmão	5,00%	Linguado	4,10%	Corvina	5,40%
Anchova	4,40%	Tainha	3,90%	Anchova	4,40%
Pescada	4,40%	Sardinha	3,40%	Pescada	3,90%
Atum	2,50%	Traíra	3,40%	Bagre	3,90%
Linguado	2,50%	Corvina	2,90%	Jundiá	3,90%
Sardinha	2,50%	Bagre	2,50%	Tainha	3,40%
Abrótea	2%	Bacalhau	2,50%	Siri	3,40%
Bagre	2%	Cação	2,50%	Bacalhau	2,50%
Cação	2%	Miragaia	2,50%	Cação	2%
Miragaia	2%	Siri	2,50%	Merluza	2%
Pintado	2%	Abrótea	2%	Abrótea	1,50%
Corvina	1,50%	Atum	2%	Miragaia	1,50%
Jundiá	1%	Jundiá	2%	Traíra	1%
Anjo	0,50%	Merluza	1,50%	Atum	1%
Bacalhau	0,50%	Polvo	1%	Namorado	1%
Carpa	0,50%	Salmão	0,50%	Carpa	1%
Peixe Rei	0,50%	Namorado	0,50%	Salmão	0,50%
Polvo	0,50%	Lula	0,50%	Polvo	0,50%
Siri	0,50%	Carpa	0,50%	Lula	0,50%
				Lambari	0,50%
				Anjo	0,50%
				Pintado	0,50%
				Piava	**0,50%**

Fonte: Trabalho de campo, elaborado pelo autor (2011).

Percebe-se, pela Tabela 6, que o camarão é a espécie mais citada entre três opções de consumo de pescados e frutos do mar dos entrevistados que afirmaram consumir a carne de pescados. A tainha aparece como a segunda espécie mais citada na primeira opção de consumo, seguida pelas espécies, Traíra, Salmão, Anchova, Pescada, Atum, Linguado, Sardinha, Abrótea e outras espécies demonstradas conforme a Tabela acima.

Como segunda opção de consumo dos entrevistados, a Corvina, o Bagre e o Bacalhau aparecem entre as espécies mais consumidas pelos moradores de Rio Grande. O mesmo ocorre na terceira opção, onde figuram as mesmas espécies citadas na primeira opção, entretanto surgem espécies como o Siri e o Jundiá, entre as dez espécies mais preferíveis para o consumo.

4.7 Formas de preparo para consumir pescados e frutos do mar.

Os consumidores de pescados foram solicitados a citar três formas de suas preferências, quanto à forma de consumir pescados de acordo com seus gostos e hábitos. A Tabela 7 demonstra a freqüência em escalas de opções verificada na amostra.

Tabela 7 - Formas de preparar e consumir pescados e frutos do mar

Primeira opção		Segunda opção		Terceira opção	
Filé Frito	18,10%	Filé Frito	14,20%	Cozido	8,80%
Assado	12,00%	Cozido	9,80%	Filé Frito	6,40%
Cozido	5,40%	Assado	7,80%	Assado	5,90%
Grelhado	5,40%	Com Arroz	3,00%	Com Massa	5,90%
Com Pizza	3,40%	Com Pastel	2,50%	Ensopado	4,90%
Frito	3,00%	Refogado	2,50%	Muqueca	3,20%
A Milanesa	2,50%	Ensopado	2,50%	Com Arroz	2,70%
Com Arroz	2,00%	A Baiana	2,50%	Com Pizza	2,10%
Com Massa	2,00%	Grelhado	2,00%	Grelhado	2%
Com Pastel	2,00%	Com Pizza	2,00%	A Milanesa	1,50%
Ensopado	2,00%	Muqueca	2,00%	Bolinho de Peixe	2%
Assado Recheado	1,50%	Pirão	2,00%	Com Pastel	1%
A Baiana	1,50%	A Milanesa	2,00%	Com Empada	1%
Lasanha	1,50%	Com Massa	1,50%	Assado Recheado	1%
Muqueca	1,00%	Bolinho de Peixe	1,50%	Com Saladas	1%
Refogado	0,50%	Lasanha	1,50%	Pirão	1%
Paeja	0,50%	Assado Recheado	1,00%	Refogado	0,50%
		Caçarola	1,00%	Paeja	0,50%
		Com Saladas	1,00%	Caçarola	0,50%
		Frito	1,00%	A Baiana	0,50%
		Com Empada	1,00%	Com Panqueca	0,50%

Fonte: Trabalho de campo, elaborado pelo autor (2011).

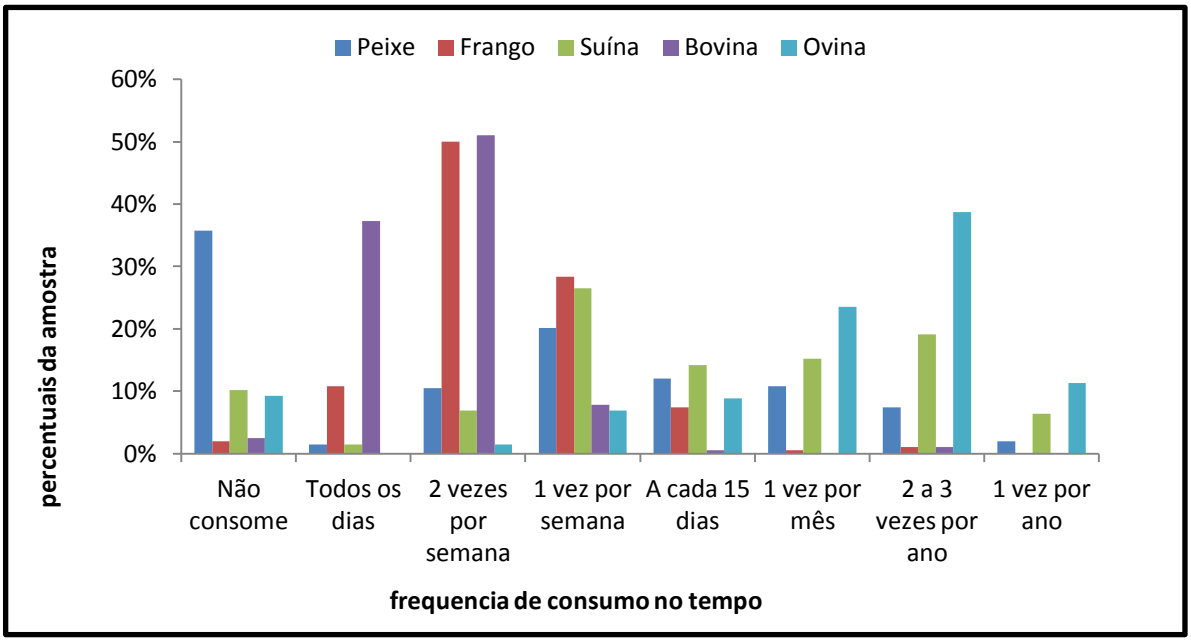
Foram identificadas na amostra, vinte e quatro (24) formas de preparo e/ou preferência para o consumo de pescados e frutos do mar. A partir da Tabela, observa-se que à forma de consumir pescado em filé frito, lidera as preferências, tanto na primeira como na segunda opção de consumo, e também aparece no início da lista da terceira opção de preparo para o consumo de pescados dos moradores de Rio Grande. Consumir o pescado, em forma de filé frito, foi lembrada por 18,1% dos entrevistados, seguido de 12% que afirmaram a preferência pelo consumo de pescado assado, 5,4% preferiam o consumo de pescado cozido, e 5,4% preferiam consumir o pescado grelhado, dentre as formas mais citadas pelos entrevistados.

Observa-se também percentuais bastantes significativos nas opções de consumo dos moradores, nas quais estão relacionadas com espécies de pescados e frutos do mar em específico. Como exemplo disso observa-se nas preferências, o camarão com pastel, sardinha com massas, empada de Siri, pizza de camarão e o bolinho de bacalhau.

4.8 Comparativo de freqüência no consumo de proteína de origem animal no município de Rio Grande – carnes de pescado, frango, suína, bovinas e ovina.

A amostra realizada permitiu identificar a freqüência do consumo de pescados, assim como a freqüência do consumo da carne de frango, carne suína, carne bovina e da carne ovina, dos consumidores no município de Rio Grande. Para tanto os entrevistados foram questionados a respeito do hábito de consumo semanal, mensal e anual. O Gráfico 15 logo a seguir demonstra a distribuição da freqüência observada no consumo de carnes dos moradores de Rio Grande nos períodos especificados.

Gráfico 15 - Consumo de carnes dos moradores de Rio Grande



Fonte: Trabalho de campo, elaborado pelo autor (2011).

Com base no gráfico acima, é possível observar que a carne de pescado representa a maior rejeição ao consumo entre a preferência do consumidor por todos os tipos de carne, sendo que 35,7% dos entrevistados afirmaram rejeitar o consumo de carne de pescado. Dentre os entrevistados que responderam consumir a carne de pescado, a freqüência de resposta mais observada foi o hábito de uma vez por semana, representado por 20,1% dos entrevistados. Em seguida a freqüência de consumo quinzenal, a qual representa o hábito de 12% dos entrevistados, a freqüência de consumo mensal representou o hábito de 10,8% dos entrevistados e a freqüência de consumo de duas vezes por semana, representou 10,5% dos entrevistados.

Os entrevistados que afirmaram consumir duas a três vezes por ano e uma vez por ano a carne de pescado, são considerados consumidores esporádicos e representam respectivamente, 7,4% e 2% da amostra. Apenas 1,5% de consumidores afirmaram consumir diariamente carne de pescado.

Com relação à carne de frango observou-se que o consumo de duas vezes por semana configurou a freqüência mais observada, sendo este o hábito de 50% dos entrevistados que afirmaram consumir a carne nesta freqüência. A freqüência de consumo de carne de frango de uma vez na semana foi assumida por 28,4% dos entrevistados e 10,8% afirmaram consumir carne de frango todos os dias da semana.

Para o consumo de carne suína, observou-se que 26,5% dos entrevistados afirmaram consumir na freqüência de uma vez por semana, seguido por 19,1%, os quais afirmaram serem consumidores esporádicos da carne consumindo-a duas a três vezes por ano.

A carne bovina foi a que apresentou maior freqüência de consumo diário, sendo 37,3% os entrevistados que afirmaram consumi-la todos os dias da semana. No entanto, a freqüência mais observada para a carne bovina foi a que apresentou o consumo de duas vezes por semana, na qual representa o hábito de consumo de 51% dos entrevistados.

O consumo de carne ovina destaca-se por ter o maior percentual de consumidores esporádicos representado por 38,7% dos entrevistados que afirmaram consumi-la na freqüência de duas a três vezes por ano. Destaca-se também a freqüência no consumo mensal da carne ovina, a qual 23,5% dos entrevistados afirmou possuir o hábito de consumir neste intervalo de tempo.

4.9 Consumo potencial de produtos processados à base de peixe pela população de Rio Grande.

Com o propósito de avaliar o potencial consumo de pescado por parte dos consumidores no município de Rio Grande, questionou-se aos entrevistados na amostra, fossem consumidores ou não de pescados, com relação à preferência desses em relação ao consumo de produtos processados à base de carne de pescado. Os produtos sugeridos foram; *peixe enlatado, salsicha de peixe, Nuggets e hambúrguer de peixe*.

Esta questão foi direcionada de modo a identificar a preferência de todos os integrantes da amostra verificando inclusive a aceitação do *não consumidor de peixe* a produtos mais elaborados e a possibilidade de tornarem-se potenciais consumidores de peixe. Os resultados obtidos para a aceitação dos produtos citados estão expostos na Tabela 8 abaixo, segundo os produtos e o perfil dos consumidores.

Tabela 8 - Testes de aceitação a produtos processados de pescados, no município de Rio Grande

Produto	Consumidores de pescados	Não consumidores de pescado
Peixe enlatado	85,60%	6,95%
Salsicha de peixe	29,54%	9,70%
Hambúrguer de peixe	53,80%	26,60%
Nuggets de peixe	66,70%	23,40%

Fonte: Trabalho de campo, elaborado pelo autor (2011).

Com base na Tabela 8 é possível observar que, em relação aos consumidores de pescados, os produtos que obtiveram resultados mais expressivos de aceitação foram o peixe enlatado e nuggets de peixe.

O hambúrguer de peixe obteve razoável aceitação para o consumo, sendo que mais da metade dos entrevistados, consumidores de peixe, demonstraram interesse em consumir o produto.

O produto que obteve menor percentual de aceitação, pelos consumidores de pescado, foi à salsicha de peixe. Este produto representou a aceitação de pouco menos de 30% dos entrevistados, sendo descartado para o consumo pela grande maioria.

Com relação aos entrevistados que afirmaram não possuir o hábito de consumir pescado, os produtos que obtiveram maior interesse para o consumo, foram nuggets e o hambúrguer de peixe, obtendo em média 25% de aceitação, demonstrando dessa forma representativo interesse para estes produtos por parte dos não consumidores de peixe.

Para os moradores de Rio Grande que afirmaram não possuir o hábito de consumir pescados, com relação à aceitação de produtos elaborados de pescados, os mesmos demonstraram menor interesse para o consumo de peixe enlatado e salsicha de peixe, obtendo percentual de aceitação abaixo de 10% para estes produtos.

Testes utilizando método de tabulação cruzada permitiram identificar que 7% dos não consumidores de pescado, os quais demonstraram interesse no consumo de peixe enlatado, justificaram o não consumo de pescados pelas espinhas características da carne. Foram identificados ainda respectivamente, 3%, 4,2% e 4,2% de consumidores que demonstraram interesse no consumo dos produtos salsicha, nuggets e hambúrguer de peixe, os quais pelo

mesmo motivo (espinhas do peixe) não consomem peixe com determinada freqüência considerável.

5. CONCLUSÃO

O presente estudo teve como objetivo principal, analisar os aspectos relevantes sobre a importância da carne de pescado como fonte de alimento, identificar os locais de consumo e de compra do pescado no município de Rio Grande, bem como o consumo mensal médio dos moradores. Para tanto foram analisados o perfil socioeconômico dos entrevistados, consumidores ou não de pescados, bem como seus hábitos e percepções a respeito do consumo de pescados. Também foram estabelecidas comparações entre o consumo de outras carnes fontes de proteína animal e a carne de pescado, além de caracterizar as preferências e identificar o consumo potencial de produtos a base de peixe pela população residente no município de Rio Grande.

A metodologia aplicada para obtenção dos objetivos propostos utilizou da literatura referente a assuntos que indicaram o pescado como fonte de alimento, fundamentando-se no levantamento de questões econômicas relevantes ao assunto. Para descrição do perfil dos moradores de Rio Grande, orientou-se na pesquisa de marketing, utilizando o processo de amostragem estatística não probabilística por quotas, estruturando questionário e coletando dados através da aplicação de questionários nos arredores de grandes centros comerciais localizados em cinco diferentes pontos no município.

Dentre os fatores que destacam relevância a carne de pescado como fonte de alimento os dados indicam que em nível mundial a carne de peixe foi consumida por mais de 1,5 bilhões de pessoas, representando cerca de 20% do aporte médio de proteína animal na alimentação da população mundial para o ano de 2007. Foi ressaltado, diante da literatura pesquisada, que a carne de pescado é reconhecida pela sua fácil digestão, pelo seu alto valor protéico e de baixo valor calórico, comparados aos demais alimentos protéicos disponíveis no mercado e também devido ao seu consumo estar associado a possíveis práticas de melhora da saúde.

No Brasil, verificou-se que o consumo de pescado ainda é considerado baixo quando comparado à média mundial, isto devido principalmente a fatores que limitam a oferta do produto a preços acessíveis e com boa qualidade.

Na análise de consumo médio per capta de pescado para o período de 2008-2009, observou-se que, em nível nacional, no conjunto das capitais brasileiras a região Norte é que

apresenta o maior consumo médio per capta de pescado, destacando-se as capitais Manaus e Belém. A região Nordeste, para o mesmo período, se encontra em segundo lugar na media de consumo per capita de carne de pescado, enquanto que, na região Sul, Florianópolis se destaca com uma média de consumo per capita bem superior às demais capitais da região. Importante destacar que a capital do Pará apresenta, no período em análise, o maior consumo per capita de carne bovina. Este dado se destaca, pois nas regiões Norte e Nordeste estão registrados os maiores indicadores de consumo per capita de pescado no Brasil, e também registram maior consumo de carne bovina do país. Porto Alegre foi a capital de menor consumo per capita de pescado entre as capitais brasileiras.

Nas regiões Nordeste, Sudeste e Sul houve predomínio na preferência por espécies de pescados advindos de águas salgadas. Na região Norte do país, são registrados maiores consumo, pela população local, de pescado de água doce. Já na região Centro-Oeste houve relativo equilíbrio entre o consumo de espécies de água salgada e espécies de água doce, sendo que as espécies de água salgada superaram em pouco menos de 5% as outras, no consumo per capita local.

Quanto ao município de Rio Grande, observou-se, através da amostra realizada sobre os moradores, que o consumo da carne de pescados e frutos do mar foi bastante significativo, conforme os resultados obtidos no estudo. Obteve-se que 64,3% dos moradores de Rio Grande consomem peixe com alguma freqüência, no período analisado (janeiro e fevereiro de 2011). Dentre os principais motivos do consumo destacaram-se o gosto pelo sabor da carne e o fato de os consumidores considerarem o pescado um alimento leve e saudável. Não houve grandes distinções entre o consumo de pescados e o sexo, nível de escolaridade e as faixas etárias dos consumidores, havendo bastante equilíbrio na distribuição dos que afirmaram possuir o hábito de consumo e estas variáveis.

No município de Rio Grande, o consumidor de pescado consome, em média, de 1 a 2 quilogramas de pescado por mês, sendo que este consumo é realizado com maior freqüência em sua própria residência, mantendo uma média de consumo semanal em torno de 500 gramas por pessoa em cada refeição. Assim, está sendo apresentada uma característica expressiva do hábito de consumo dos moradores no município de Rio Grande.

Quanto às preferências dos consumidores de pescados, foi observado que desejam consumi-lo principalmente por gostar do sabor da carne e sentirem-se satisfeitos com relação aos benefícios à saúde que o consumo da carne proporciona. Verificou-se ainda que grande parte dos consumidores possuem maior preferência pelo consumo de pescado fresco, revelando entre as opções mais preferíveis para o consumo espécies típicas da região. O

camarão foi unânime entre as três opções de espécies sugeridas para consumo, ressaltando-se outras espécies de pescados tais como, tainha, traíra, salmão, anchova e pescada entre as mais representativas nas opções de preferências da população.

Os locais onde se consomem, segundo hábitos dos entrevistados, estes em maioria relataram ser, na maior parte das vezes, em suas próprias residências. Quanto à aquisição da carne de pescado, é feita principalmente nos supermercados, no mercado público da cidade e diretamente do pescador. O estudo identificou ainda que os consumidores são exigentes quanto a aspectos como o preço, o cheiro, a aparência e a embalagem do pescado oferecido, demonstrando sensibilidade a estes aspectos no momento de decidir sobre o consumo.

Os principais substitutos de origem animal para carne de pescado foram as carnes de rês e de frango, carnes estas que representam maior freqüência semanal no consumo alimentar dos moradores de Rio Grande. No entanto, observou-se que os principais substitutos para o pescado são as proteínas mais elaboradas tais como, iogurtes, lingüiça, leite em pó, e outros produtos processados, e não as carnes mais tradicionais, como a de ave e bovina. Ressalta, entretanto, que o pescado processado pode ser uma alternativa de marketing para angariar competitividade e agregar valor ao produto.

A pesquisa observou que apesar do consumo de pescado ser bastante expressivo na cidade de Rio Grande, os consumidores são mais propensos a consumir carne de rês em suas refeições devido a tradição local no consumo da mesma. A falta de pescados com qualidade ofertada no mercado também é um dos aspectos que dificultam a entrada do pescado na alimentação dos moradores.

Para garantir que o pescado consumido responda às expectativas do consumidor quanto as suas qualidades (alimento saudável, rico em nutrientes), o consumidor deve atentar para os locais onde se comercializam o produto (observar as condições de higiene e limpeza do ambiente e dos equipamentos de manuseio e se os vendedores estão devidamente uniformizados, validade do produto, etc.). A partir destes aspectos, os quais qualificam os produtos e padronizam os serviços de comercialização do pescado, dentro de uma estrutura de mercado, entende-se que o conhecimento das variáveis de influência sobre o comportamento dos consumidores e potenciais consumidores, são informações que se complementam com os padrões definidos ao mercado. Assim, estas informações sobre o perfil do consumidor de pescado em Rio Grande são relevantes, pois possibilitam que os empresários orientem suas ofertas, considerando efetivamente os desejos e as necessidades do consumidor.

Neste sentido o presente estudo pode vir a contribuir com futuras pesquisas científicas, na medida em que seus resultados abrem possibilidades de dar prosseguimento a estudos que

identificam a percepção dos moradores sobre o consumo de pescados e frutos do mar no município de Rio Grande.

Estudos que analisam aspectos temporais sobre o consumo, potencialidades, gostos e preferências dos consumidores podem alinhar-se com estudos de mercado, fortalecendo dessa forma, a cadeia produtiva, a gestão de políticas para o setor e o aproveitamento econômico do pescado para a população nativa.

6. REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE PESQUISA. 2011. **Critério de Classificação Econômica Brasil.** Disponível em: <www.abep.org >Acesso em: 10 de out. 2011.

BARBETTA, P.A.; **Estatística Aplicada as Ciências Sociais**. **2002.** Editora UFSC 5° Edição.

BOMBARDELLI, R.A.; SYPERRECK, M.A; SANCHES, E.A. **Situação atual e perspectivas para o consumo, processamento e agregação de valor ao pescado. 2005.** Disponível em: < revistas.unipar.br> Acesso em: 05 jul 2011.

COSTA, A.D.; ALMEIDA, I.C.; OLIVEIRA, J.S. **Mercado e Perfil do Consumidor de Peixe no Estado do Pará.** Disponível em: <www.sober.org.br/palestra> Acesso em: 10 set. 2011.

ENGEL, J. F.; BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W. **Comportamento do consumidor.** 8° Edição. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

FAVERET F.P.; SIQUEIRA, S.H. **Panorama na Pesca Marítima no Mundo e no Brasil.** Brasília, BNDES Setorial nº 5, 1997.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS - FAO. **Relatórios da FAO, 2010.** Disponível em: <http://www.fao.org> Acesso em: 30 ago. 2010.

_____. **Perspectivas alimentares. 2008.** Disponível em: <www.fao.org> Acesso em: 20 de mai. 2011.

FRANCISCO, D.C.; NASCIMENTO, V.P.; LOGUERCIO, A.P.; CAMARGO L. **Caracterização do consumidor de carne de frango da cidade de Porto Alegre.** 2007 Ciência Rural, Santa Maria, v.37, n.1, p.253-258.

FURLAN, V. J. M.; SILVA, A. P. R.; QUEIROZ, M. I. **Avaliação da eficiência de extração de compostos nitrogenados da polpa de anchoíta (*Engraulis anchoita*). 2009.** Disponível em: < http://www.scielo.br> Acesso em: 17 out. 2010.

GONÇALVES, A. A.; PASSOS, M.G.; BIEDRZYCKI, A. **Tendência do consumo de pescado na cidade de Porto Alegre: Um estudo através de Análise de Correspondência.** 2008. Disponível em: <www.estudostecnologicos.unisinos.br>. Acesso em: 20 de set. 2010.

GONÇALVES, J. S.; GOMES N.N.J.; SOUZA S.A.M. **Produção de Proteína Animal no Brasil Contemporâneo: natureza do processo, produção e comércio exterior.** 2009. Disponível em: < www.iea.sp.gov.br> Acesso em: 07 de jul. 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA**. População, 2010.** Disponível em:< www.ibge.gov.br> Acesso em: 02 nov. 2010.

_____. **Pesquisa de Orçamento Familiar (POF 2008-2009).** 2010

MALHOTRA N. K**. Pesquisa de Marketing. Uma Orientação Aplicada.** 2006. 4ª Edição. Editora Bookman. Georgia Institute of tecnology.

MINISTÉRIO DA PESCA E AQUICULTURA. **Estatística da Pesca, 1996-2009.** Disponível em:< www.mpa.gov.br> Acesso em: 30 out. 2010.

MINOZZO, M.G.I.; HARACEMIV, S.M.C.I.I.; WASZCZVNSKYJ, N.I.I.I. **Perfil dos Consumidores de Pescado nas Cidades de São Paulo (SP), Toledo (PR) e Curitiba (PR) no Brasil.** 2010. Disponível em: < www.spcna.br > Acesso em: 20 out. 2011.

NASCIMENTO S.J.G.; **Processo de Implementação da Política Nacional de Educação Especial no Município de Cachoeira do Sul: Um Olhar Sobre a Alimentação Escolar.** 2009. Disponível em: < www.urgs.com.br > Acesso em 20 nov. 2011

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. **Temas de La salud**, 2010. Disponível em:< http://www.who.int/es/> Acesso em: 17 out. 2010.

PINDYCK R.S.; RUBINFELD D.L. **Microeconomia**. 2010. Editora Pearson 7ª Edição.

PINEYRUA D.G.; LIMA FILHO D.O.; FELISMINO P.R.**; Análise do pescado oferecido nos pontos de venda de Campo Grande, sob o ponto de vista dos cliente. 2006.** Disponível em: <www.ead.fea.usp.br> Acesso em: 20 jul 2011.

REZENDE F.; **Finanças Públicas**. 2001. Editora Atlas S.A. 2° Edição

SHIROTA, R.; SONODA, D.Y. **Demanda por Pescados no Brasil entre 2002 e 2003.** 2007. Disponível em: <www.sober.org.br> Acesso em: 15 abr. 2011.

SONODA, D.Y.; **Análise Econômica de Sistemas Alternativos de Produção de Tilápias em Tanques de Rede para Diferentes Mercados.** 2002. Disponível em: < www.teses.usp.br > Acesso em: 17 jul 2011.

SOUZA, M.A.A.; **Análise Institucional da Atividade Pesqueira Artesanal do Rio Grande do Sul.** 2006**.** Disponível em: <www.sober.org.br>Acesso em: 01 fev. 2011.

7. ANEXOS

7.1 Questionário aplicado aos moradores do município de Rio Grande

1. Nº do questionário: _____ Consumo de pescado para **moradores** de Rio Grande - _____ tomada (**2**)

Você é morador da cidade de Rio Grande? (aplicar o questionário <u>somente</u> se a resposta for positiva)

Data de entrevista _____/_____/_____	Hora de entrevista _____:_____	**3**. Local de entrevista: [1] Guanabara Hiper [2] Supermercado Big [3] Guanabara Santa Casa [4] Guanabara Jardim do Sol [5] Guanabara Cassino
4. Você consome peixe? [1] sim [2] não **4.1.** Por quê? [1] Saudável/ valor nutricional [2] Pelo sabor/ Gosta do sabor [3] Hábito de Família [4] Carne branca [5] Pelo cheiro [8] Prefere outras carnes/ Não gosta [ ] Outra:_____		
5. Onde você consome peixe? [1] somente em casa [2] mais em casa [3] mais em restaurante [4]somente em restaurante		
6. Para consumir em casa: (exclui somente quem respondeu a 4 – somente restaurante, na questão anterior) Quem costuma comprar o pescado? [1] o próprio entrevistado [2] outro, quem? _____ [66] Não se aplica (se a resposta foi 4 – somente restaurante, na questão 5) **6.1.** Onde costuma comprar mais? [1] mercados/hipermercados [2] mercado público [3] peixarias no bairro [4] direto do pescador [5] outro _____ [66] Não se aplica (se a resposta foi 4 – somente restaurante, na questão 5)		
7. Quanto costuma comprar por vez? (responder **quantidade** e **freqüência**) [1] 1 a 2 kg por semana [2] 1 a 2 kg por mês [3] 1 a 2 kg a cada 15 dias/ 3 a 4 kg por mês [4] 1 a 2 peças por mês /		

3 a 4 peças por mês [ ]
Outro_____

8. Com que freqüência você consome as seguintes carnes: a partir da coluna 5 (2 a 3 vezes ao ano), ou seja, o consumidor estará comendo pescado esporadicamente. Então, pergunte a ele se há uma época em específico, tipo semana santa, verão, etc....

	Todos dias	2 X / semana	1 X / semana	A cada 15 dias	1 X / mês	2 – 3 X / Ano	1 X / Ano	Não consome
8.1. Peixe	1	2	3	4	5	6	7	8
8.2. Ave	1	2	3	4	5	6	7	8
8.3. Suína	1	2	3	4	5	6	7	8
8.4. Bovina	1	2	3	4	5	6	7	8
8.5. Ovina	1	2	3	4	5	6	7	8

9. Quanto ao pescado, quais as espécies que você mais consome? (até 3, por ordem de importância)
9.1. _____ ;
9.2. _____ ;
9.3. _____.

10. Como você mais consome pescado? (forma) (até 3, por ordem de importância)
10.1. _____;
10.2. _____;
10.3. _____.

11. Você compraria os seguintes tipos produtos a base de pescado? (não aceitar respostas "não sei; depende; talvez")

	Sim	Não
11.1. Enlatado	1	2
11.2. Salsicha	1	2
11.3. Nuggets	1	2
11.4. Hamburguer	1	2
*********		

12. Para consumir pescado, qual a importância que você dá para: (usar cartela de escala)

12.1. Cheiro	1 (nenhuma)	2 (pouca)	3 (bastante)	4 (total)
12.2. Preço	1	2	3	4
12.3. Aparência	1	2	3	4
12.4. Embalagem	1	2	3	4
**********				

13. Qual o bairro que você mora?
_____

14. Além de você, quem mais mora em sua casa? (descrição constituição familiar)
_____

_____
_____

15. Sexo: [1] homem [2] mulher	**16.** Idade: _____ _	**17.** Escolaridade: _____	**18.** Profissão: _____ _____

19. Na sua casa tem:

	0	**1**	**2**	**3**	**4 ou +**
19.1. Tv a cores	0	1	2	3	4
19.2. Rádio	0	1	2	3	4
19.3. Banheiro	0	4	5	6	7
19.4. Automóvel	0	4	7	9	9
19.5. Empregada mensalista	0	3	4	4	4
19.6. Máquina de lavar	0	2	2	2	2
19.7. Vídeo cassete / DVD	0	2	2	2	2
19.8. Geladeira	0	4	4	4	4
19.9. Freezer (geladeira duplex)	0	2	2	2	2

19.10. Qual a escolaridade do chefe da sua família?
20. Total Classificação Econômica:
[0] Analfabeto / Primário completo / Até 3ª série fundamental
[1] Primário completo / Ginasial incompleto / Até 4ª série fundamental _____
[2] Ginasial completo / Colegial incompleto / Fundamental completo
[4] Colegial completo / Superior incompleto / Médio completo
[8] Superior

21. Somando todos os moradores da casa, qual a renda familiar total?
_____