

**ANÁLISE DO PERFIL DOS CONSUMIDORES DE PEIXE NA REGIÃO CENTRAL  
DO RIO GRANDE DO SUL – BRASIL**  
**ANALYSIS OF THE PROFILE OF FISH CONSUMERS IN THE CENTRAL REGION  
OF RIO GRANDE DO SUL - BRAZIL**

**Jamison Pinheiro Ribeiro<sup>1</sup>**

Doutorando em Extensão Rural; UFSM; Santa Maria:

[jamison.ribeiro@acad.ufsm.br](mailto:jamison.ribeiro@acad.ufsm.br)

**Helena Silva Oliveira<sup>2</sup>**

Mestre em Extensão Rural; UFSM; Santa Maria:

[oliveira.h23@gmail.com](mailto:oliveira.h23@gmail.com)

**João Garibaldi Almeida Viana<sup>3</sup>**

Docente em Extensão Rural pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)

[jgaribaviana@gmail.com](mailto:jgaribaviana@gmail.com)

**Geovana Costa dos Santos<sup>4</sup>**

Mestranda em Extensão Rural pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)

[Geovana.costa@acad.ufsm.br](mailto:Geovana.costa@acad.ufsm.br)

**Grupo de Trabalho (GT): GT10. Abastecimento, segurança alimentar e nutricional e  
dinâmicas de consumo.**

**Resumo**

O mercado brasileiro de peixes apresenta uma complexa dinâmica regional, onde as características demográficas, socioeconômicas e culturais dos consumidores desempenham um papel fundamental na definição de padrões de consumo e preferências. Assim, o objetivo desta pesquisa visa caracterizar e compreender o perfil dos consumidores de peixes na mesorregião Centro-Ocidental do Rio Grande do Sul. Este estudo utilizou o método *survey* não supervisionado para coletar dados sobre o perfil socioeconômico e preferências de consumo dos consumidores de peixes, analisados por meio de estatística descritiva. Os resultados alcançados na pesquisa revelaram um público predominantemente feminino, solteiro, jovem, com alto nível de escolaridade e renda relativamente elevada. Na análise das preferências de consumo de peixe indica uma inclinação dos consumidores por adquiri-lo em supermercados, valorizando facilidade e variedade, assim como, critérios como qualidade, preço e preocupações nutricionais influenciam suas escolhas, destacando a conscientização crescente sobre os benefícios à saúde associados ao consumo de peixe. Para concluir o estudo destaca a necessidade de estratégias centradas no consumidor, qualidade dos produtos e sustentabilidade para impulsionar o mercado de peixes no Brasil, esses dados são essenciais para entender o comportamento dos consumidores, orientando estratégias de *marketing*, políticas públicas e iniciativas de promoção de uma alimentação saudável e sustentável.

**Palavras-chave:** Preferências alimentares; Consumo de Peixes; Comportamento do consumidor.

**Abstract**

The Brazilian fish market has a complex regional dynamic, where the demographic, socio-economic and cultural characteristics of consumers play a fundamental role in defining consumption patterns and preferences. The aim of this study was therefore to characterize and understand the profile of fish consumers in the Midwestern mesoregion of Rio Grande do Sul. This study used the unsupervised survey method to collect data on the socio-economic profile and consumption preferences of fish consumers, analyzed using descriptive statistics. The results of the survey revealed a predominantly female, single, young population with a high level of education and a relatively high income. The analysis of fish consumption preferences indicates that consumers are inclined to buy fish in supermarkets, valuing ease and variety, and that criteria such as quality, price and nutritional concerns influence their choices, highlighting the growing awareness of the health benefits associated with fish consumption. In conclusion, the study highlights the need for consumer-centric strategies, product quality and sustainability to boost the fish market in Brazil. This data is essential for understanding consumer behavior, guiding marketing strategies, public policies and initiatives to promote healthy and sustainable eating.

**Key words:** Food preferences; Fish consumption; Consumer behavior.

## 1. INTRODUÇÃO

O cenário brasileiro de produção de pescado tem experimentado um crescimento significativo ao longo dos últimos anos, evidenciando avanços substanciais na produção e na profissionalização do setor, este desenvolvimento vigoroso no setor está intrinsecamente ligado à demanda do mercado interno. De fato, dados do IBGE/PPM de 2019 indicam que das 579 mil toneladas de peixes produzidas pela piscicultura brasileira naquele ano, apenas 6.542 toneladas, ou seja, 1,13% do total, foram destinadas à exportação (NUNES; DUTRA; BORGES, 2020).

Neste sentido segundo Malafaia *et al.*, (2020) afirma que é imperativo compreender as características do mercado nacional para os produtos de peixe advindo da piscicultura, a fim de torná-los mais competitivos em relação a produtos concorrentes, como os peixes importados, produtos da pesca extrativa e outras fontes de proteína animal (BRABO *et al.*, 2016). Conforme destacado por Sonoda *et al.*, (2012), compreender a demanda dos consumidores de peixe e sua relação com outras formas de proteína e alimentos é essencial para promover um aumento sustentável no consumo de peixes.

Essa compreensão acerca do mercado nacional permite identificar oportunidades de diferenciação, desenvolvimento de novos produtos, melhoria na qualidade e diversificação da oferta, além disso, possibilita o estabelecimento de estratégias de marketing eficazes e a adoção de práticas de produção que atendam às preferências e expectativas dos consumidores brasileiros (FANALLI, 2018). A produção de peixe nacional pode consolidar sua posição no mercado interno e contribuir para o fortalecimento do setor como um todo.

O mercado brasileiro de peixes é caracterizado por sua complexidade e diversidade, refletindo o vasto território do país e a grande disparidade socioeconômica entre suas diferentes regiões (FLORES e PEDROZA, 2014). Além disso, há uma ampla variedade de espécies cultivadas, com mais de 25 delas sendo comercialmente produzidas na aquicultura brasileira (HARVEY *et al.*, 2017). Muitas dessas espécies são regionais e não são amplamente conhecidas em todo o país, como é o caso do tambaqui, o que resulta em padrões de consumo regionalizados.

O Brasil, um país vasto e diversificado em suas regiões geográficas apresenta nuances interessantes no que diz respeito ao consumo de peixe e outras carnes, como destacado por Silva (2014) e posteriormente constatado por um estudo realizado por Lopes, Oliveira e Ramos (2016) relatam que as regiões Sudeste e Sul do Brasil beneficiadas por correntes marítimas frias, oferecem um potencial produtivo mais elevado para a pesca, onde no entanto, é no Nordeste onde se concentra a maior comunidade pesqueira, evidenciando uma dinâmica regional peculiar no setor.

Os dados apresentados por Lopes, Oliveira e Ramos (2016) revelam uma variação significativa no consumo de peixe em diferentes regiões do país, na região Norte, por exemplo, cerca de 70,7% das pessoas demonstram preferência pelo consumo de peixe em comparação com outras carnes, indicando uma forte tradição e apreço pelo pescado nessa região, já na região Sul do Brasil o consumo de peixe tem sido significativo, principalmente devido à sua extensa costa marítima e à presença de grandes lagos e rios. O peixe é uma parte importante da culinária local e é consumido fresco, grelhado, cozido e em diferentes preparações, os estados do Paraná, Santa Catarina e o Rio Grande do Sul têm contribuído significativamente para a produção pesqueira do país (SOARES; MAGALHÃES; ROQUE, 2021).

O consumo de pescados pode ser influenciado por fatores socioeconômicos, tais como renda, localização domiciliar, hábitos de vida, nível de escolaridade, preocupação com a saúde, padrões de consumo alimentar, estado de saúde e características pessoais ou culturais (ARAUJO *et al.*, 2018; BRONNMANN *et al.*, 2019). Sendo assim, o perfil do consumidor e o

consumo tem sido ponto focal para muitas empresas (FANALLI, 2018) e por poucos estudos conduzidos no estado, tal pesquisa se faz pertinente.

No que tange o consumo de peixe pela população brasileira, há um hábito de consumo menor quando comparado com as demais principais carnes (frango, bovina, suína), em média se tem dados que mostram que um habitante chega a consumir cerca de 10 kg por ano, expressando que este consumo é inferior ao que se recomenda a Organização Mundial da Saúde (OMS), de 12 kg por habitante ao ano, sendo a média global de consumo deveria ser de 20,5 kg/habitante/ano (FAO, 2020).

Em contrapartida, as comunidades ribeirinhas concentradas na região Norte do País, o consumo de peixe desta população chega atingir 130 kg, por terem relações e vivências diretas no meio costeiro/rio (OLIVEIRA *et al.*, 2010; SOARES *et al.*, 2021). O Brasil destaca-se no setor pesqueiro em razão da sua extensa dimensão territorial, costeira e hídrica e a diversidade de espécies do país. Conforme o Ministério da Pesca (MPA, 2001), o país possui a maior reserva de água doce do mundo e um litoral com mais de oito mil quilômetros de extensão, contribuindo tanto para a produção quanto para a captura de pescados.

O presente trabalho tem como objetivo caracterizar e compreender o perfil dos consumidores de peixes na mesorregião Centro-Occidental do Rio Grande do Sul, por meio da utilização de dados socioeconômicos e de preferência de consumo.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 A cadeia produtiva e o consumo de peixe no Brasil

Em um sentido mais conciso, a cadeia produtiva é concebida como uma sequência de elos interdependentes, formando um conjunto de ações e relações comerciais e financeiras em constante transformação. Essa dinâmica se traduz em um fluxo de trocas comerciais, seguindo uma direção que vai desde os fornecedores até os clientes, envolvendo uma série de interações ao longo do processo (PEDROZO *et al.*, 2004; BATALHA; SILVA, 2007).

As cadeias produtivas representam um intrincado sistema que abrange desde a obtenção de matérias-primas até a entrega do produto final aos consumidores, esse processo, muitas vezes invisível aos olhos do consumidor comum, é crucial para a economia global e para a satisfação das necessidades e desejos da sociedade contemporânea (BUAINAIN; BATALHA, 2007). A cadeia produtiva possui elos definidos, sendo descritos pelo setor de insumos, sistemas produtivos, agroindústria, comercialização e mercado consumidor.

De acordo com a *Food and Agriculture Organization of the United Nations* (FAO), o Brasil está entre os 15 maiores produtores de peixes do mundo, englobando tanto a aquicultura quanto a pesca. A vasta disponibilidade hídrica do país desempenha um papel crucial nesse cenário, uma vez que cerca de 12% de toda a água doce do planeta está concentrada nos 5,5 milhões de hectares de reservatórios de água doce brasileiros, os fatores como o clima favorável, a ampla diversidade de espécies existentes em seu território e a grande produção de grãos destinados à fabricação de ração têm contribuído significativamente para o crescimento dessa atividade nos últimos anos (VASCONCELOS LEANDRO *et al.*, 2018).

Apesar das estatísticas indicarem certo crescimento no setor pesqueiro brasileiro, particularmente na produção de peixe, o seu consumo não cresce na mesma dimensão, sendo está a carne que é menos consumida em determinadas áreas e regiões do país (CARVALHO *et al.*, 2009). Segundo o Decreto Brasileiro do Regulamento de Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal (RIISPOA), a expressão 'pescado' refere-se a peixes, crustáceos, moluscos, anfíbios, quelônios e mamíferos de água doce ou salgados destinados à nutrição e alimentação das famílias e indivíduos (BRASIL, 1952).

No esforço para sobreviver, o ser humano encontrou na água uma alternativa para conseguir comida (GRACIA, 2003). A relevância dos oceanos, mares e rios reside em 100 milhões de toneladas de peixes consumidos anualmente pelo ser humano, na variedade de algas e animais marinhos que abrigam, além das substâncias empregadas na produção de produtos. No Brasil, a ingestão de peixe é dividida por regiões. Em certas regiões do Brasil, o peixe é a principal fonte de alimentação da população, enquanto em outras o consumo é inferior à média nacional.

Um exemplo explícito desta afirmação é o estado do Pará/Amazônia, onde o consumo anual per capita pode atingir 40 kg, enquanto em Pernambuco e Sergipe, mesmo estando próximos ao mar, o consumo é modesto, em torno de 2,8 kg por pessoa. Em São Paulo, o consumo anual per capita é de cerca de 12 kg (BRANDÃO, 2015). Desta forma se entende que a decisão e a conduta alimentar são moldadas pelas normas impostas na sociedade, pelo ambiente, pela história pessoal e pelos valores do grupo social em que o indivíduo se encontra (FALK *et al.*, 2001; FURST *et al.*, 1996). De acordo com Gracia (2003), é crucial compreender a disponibilidade dos recursos locais, particularmente em relação aos alimentos típicos e aos padrões culturais.

A família exerce a principal influência no consumo alimentar dos indivíduos. A mãe ou a pessoa encarregada de preparar as refeições desempenha um papel crucial na dinâmica das escolhas alimentares, já que são elas que fazem a seleção e aquisição dos alimentos, além do preparo e provimento das refeições (ESTIMA *et al.*, 2009). Entre os motivos para a baixa ingestão de peixe em certas áreas do Brasil, destacam-se: a falta de hábito e conhecimento, além do preço elevado em relação a outras proteínas de origem animal, a escassez de estratégias de marketing e a escassez de informações sobre o produto e a indústria também diminuíram para a baixa ingestão de peixes (OETTERER, 2002).

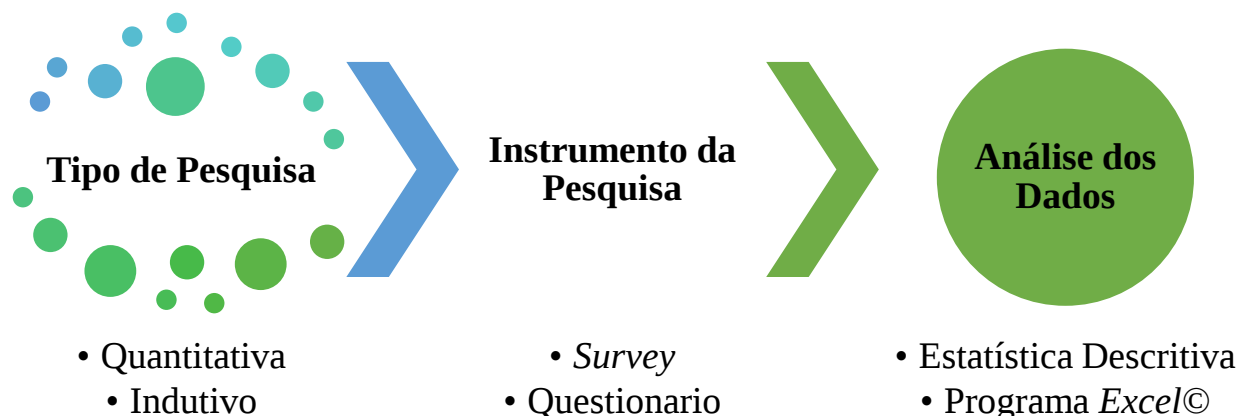
Atualmente, o consumo de peixe tem sido incentivado devido ao seu elevado valor nutricional. Pesquisas demonstram que uma baixa quantidade de gorduras saturadas, uma abundância de proteínas de alto valor biológico, uma digestibilidade simplificada e uma abundância de micronutrientes e ácidos graxos poli-insaturados, especialmente o ômega-3, proporcionam vantagens à saúde humana, como a redução do colesterol total e a diminuição do risco de doenças coronarianas (GRACIA, 2003).

Entender as preferências e hábitos alimentares tem se destacado como um campo de estudo relevante, graças ao entendimento dos atributos que influenciam a intenção de consumo. A análise deste assunto é de grande importância, pois pode auxiliar na melhor compreensão das necessidades e expectativas dos consumidores, permitindo que os mesmos sejam explorados e atendidos. Nesse contexto, apoiado pelo crescimento contínuo da produção brasileira, a mesorregião Centro-Ocidental do Rio Grande do Sul apresenta um consumo abaixo do recomendado em comparação à média mundial e nacional. Isso reforça a importância de compreender o comportamento do consumidor, examinando as influências na intenção e correlacionando-as para avaliar o perfil dos consumidores de peixe.

## 2. PROCEDIMENTO DE INVESTIGAÇÃO

Para a coleta de dados, foi escolhido o tipo de pesquisa *survey* não supervisionada (sem a presença de um entrevistador), esse tipo de pesquisa envolve a consulta às pessoas cujo comportamento se deseja entender, basicamente, informações são solicitadas a um grupo representativo de pessoas sobre o problema em estudo e então inferências são feitas a partir dos dados coletados por meio de análise quantitativa.

**Figura 1** - Método adotado para realização da pesquisa



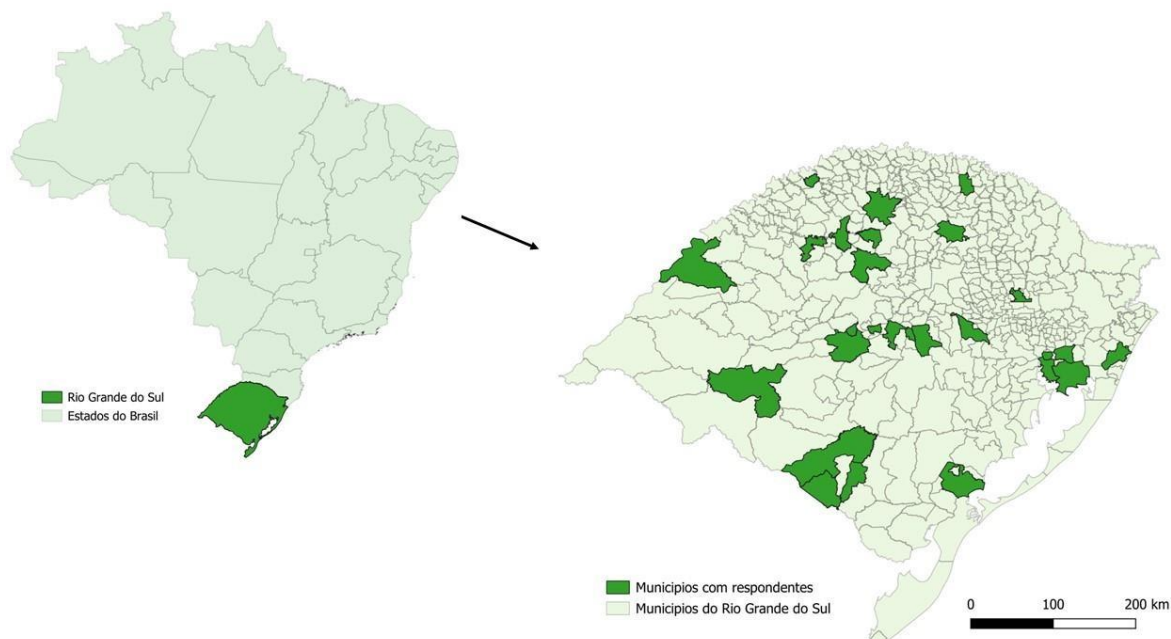
Fonte: Elaborado pelos autores, (2024)

Um questionário com perguntas fechadas foi desenvolvido para obter informações sobre o perfil socioeconômico dos consumidores de peixe, bem como suas preferências de compra, padrões de consumo e percepções sobre a qualidade do peixe adquirido.

O questionário foi distribuído por meio da ferramenta *Google Docs* (Google®), sendo encaminhadas mensagens com o *link* do questionário através de redes sociais como *Facebook*® e *WhatsApp*®, direcionado a pessoas com diferentes níveis de formação e renda, a seleção da amostra foi probabilística, buscando abranger diversos estratos socioeconômicos.

A coleta de dados aconteceu entre 04 e 14 de janeiro de 2023, acompanhado de uma mensagem introdutória explicando os objetivos da pesquisa e as instruções para preenchimento do questionário, garantindo o anonimato das respostas, ao final da coleta de dados obteve-se um total de 108 respostas válidas, conforme a nuvem de palavras da Figura 02, evidencia um total de amostra de 26 municípios dentro da região central do Rio Grande do Sul que responderam o questionário.

**Figura 02** – Mapa dos principais municípios respondetes no RS



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Todos os dados coletados por meio do questionário foram analisados e tabulados utilizando estatística descritiva, com o auxílio do *software* de edição de planilha eletrônica (Microsoft Office *Excel*®). O programa permitiu realizar análises de distribuição de frequência, comparação de médias e porcentagens que foram tabulados em tabelas e gráficos.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

#### 3.1 Perfil socioeconômico dos consumidores de peixes

O Tabela 01 apresenta o perfil dos consumidores de peixe brasileiros que participaram da pesquisa. Observa-se que se trata predominantemente de um público feminino, solteiro, em sua maioria jovem, com alto nível de escolaridade e renda relativamente elevada em comparação com a média nacional. No Brasil, em 2022, apenas 19,2% da população possuía ensino superior completo (AGÊNCIA BRASIL, 2023), enquanto o rendimento médio mensal das mulheres no mercado de trabalho era de R\$ 2.909 (DIEESE, 2022).

Considerando que a média de moradores por domicílio no Brasil é de 2,79 pessoas (IBGE, 2022), chama a atenção o fato de que os consumidores de peixe da amostra residem em média com 2,69 com uma outra pessoa, confirmando a média de moradores por domicílio existente no cenário brasileiro. Esses dados indicam uma tendência dos consumidores de peixe a uma estrutura demográfica e socioeconômica específica, com características proporcionais em relação à população em geral.

A distribuição de gênero na amostra revela uma predominância feminina 54,63% significativa, dado este constatado por Tavares *et al.*, (2013) no estudo sobre o consumo de pescado na cidade de Belo Horizonte. Essa observação levanta questões sobre as dinâmicas de gênero na região estudada, enfatizando que essa predominância pode ser reflexo estruturais que dizem respeito a participação expressiva da mulher na sociedade colocando-as em um eixo de responsabilidade na escolha dos alimentos no estabelecimento familiar.

**Tabela 1** - Perfil socioeconômico dos consumidores de peixe

| Variável                          | Frequência (n) | Percentual (%)       |
|-----------------------------------|----------------|----------------------|
| <b>Gênero</b>                     |                |                      |
| Feminino                          | 59             | 54,63                |
| Masculino                         | 47             | 43,52                |
| Transgênero                       | 2              | 1,85                 |
| <b>Estado civil</b>               |                |                      |
| Solteiro                          | 59             | 54,6                 |
| Casado                            | 27             | 25,0                 |
| União estável                     | 22             | 20,3                 |
| <b>Escolaridade</b>               |                |                      |
| Pós-graduação                     | 48             | 44,4                 |
| Superior completo                 | 27             | 25,0                 |
| Superior incompleto               | 24             | 22,2                 |
| Ensino médio completo             | 7              | 6,48                 |
| Fundamental completo              | 2              | 1,85                 |
| <b>Possui filhos</b>              |                |                      |
| Sim                               | 43             | 39,81                |
| Não                               | 65             | 60,19                |
| <b>Variável</b>                   | <b>N</b>       | <b>Desvio Padrão</b> |
| <b>Renda média</b>                |                |                      |
| 3793,11                           | 108            | 1822,43              |
| <b>Idade média</b>                |                |                      |
| 36,12                             | 108            | 13,04                |
| <b>N de pessoas na residência</b> |                |                      |
| 2,69                              | 108            | 1,09                 |

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

A análise do estado civil dos participantes mostra uma diversidade de situações familiares, com uma parcela considerável de solteiros 54,6% e uma proporção menor de casados e em união estável. Este resultado difere do observado por Pereira; Elias, (2021) que verificou que o estado civil da maioria dos entrevistados é casado ou em união estável 52,9%, estes dados refletem a diversidade das relações interpessoais e na independência crescente que caracteriza a sociedade contemporânea.

Outro aspecto relevante do estudo é a distribuição dos níveis de escolaridade entre os participantes, com uma proporção significativa de indivíduos com pós-graduação 44,4%, dado semelhante encontrado por Tavares *et al.*, (2013) isso sugere um acesso privilegiado à educação superior em uma parcela da população, o que pode influenciar não apenas as oportunidades de emprego e renda, mas também a capacidade de tomada de decisão e participação ativa na sociedade.

A maioria dos participantes afirmou não possuir filhos 60,19%, o que ressalta que uma parte significativa dos consumidores não tem responsabilidades parentais diretas. Dado o entendimento que consumidores que não possuem filhos podem ter necessidades alimentares menos específicas e estar mais inclinados a considerar fatores como preço e nutrição ao escolher alimentos, incluindo peixe.

Com relação a idade média dos consumidores é de aproximadamente 36,12 anos, com um desvio padrão de 13,04 anos. Isso indica que a amostra tem uma faixa etária relativamente diversificada, com uma dispersão razoável em torno da média de idade, estes dados comparam-se aos obtidos por Mangas *et al.*, (2016) no estudo feito por consumidores de peixe no município de Belém, estado do Pará.

O número médio de pessoas na residência dos consumidores é de 2,69, com um desvio padrão de 1,09. Isso sugere que a maioria dos consumidores vive em residências com um número moderado de pessoas, resultados foram semelhantes ao de Pereira; Elias, (2021) demonstrando um número de pessoas pequena nos estabelecimentos familiares.

Conforme a Tabela 02 demonstra a renda média dos consumidores da região estudada, apontando uma significativa parcela que recebe entre 1 e 2 salários mínimos, os resultados apresentados são consistentes com achados de Tavares *et al.*, (2013) e Neto, (2010) que indicam uma tendência na distribuição da renda da população a maioria dos indivíduos tem uma renda que varia de 1 a 5 salários mínimos.

**Tabela 2 - Renda dos consumidores de peixe**

| Renda salarial                        | Frequência (n) |
|---------------------------------------|----------------|
| Menor de 1 salário mínimo             | 18             |
| Entre 1 e 2 salários mínimos          | 34             |
| Entre 3 e 4 salários mínimos          | 28             |
| Igual ou maior que 5 salários mínimos | 28             |

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

O contexto econômico local influencia diretamente os padrões de consumo alimentar. Famílias com rendas menores tendem a optar por proteínas mais acessíveis, enquanto aquelas com rendas mais altas podem diversificar mais suas escolhas alimentares. Assim, o padrão de renda dos entrevistados também ajuda a explicar as preferências alimentares observadas nos dados coletados.

A tabela 03 apresenta um resumo do percentual sobre os hábitos de consumo de carne da população investigada, destacando a prevalência da carne bovina como a mais consumida, seguida pela de aves, onde a maioria dos consumidores adquire entre 1,1kg e 2kg de carne por semana, com a faixa de preço até R\$30 sendo a mais comum. O consumo de peixes e carne suína é bem menor, indicando uma preferência por proteínas mais tradicionais e acessíveis.

**Tabela 3** - Análise do consumo de carnes: preferências, quantidade e faixas de preço

| Características                                   | Frequência (n) | Percentual (%) |
|---------------------------------------------------|----------------|----------------|
| <b>Tipo de carne mais consumida na residência</b> |                |                |
| Aves                                              | 40             | 37,04%         |
| Bovina                                            | 57             | 52,78%         |
| Suína                                             | 8              | 7,41%          |
| Peixes                                            | 3              | 2,78%          |
| <b>Quantidade de carne consumida semanalmente</b> |                |                |
| Menos de 1kg                                      | 21             | 19,44%         |
| Entre 1,1kg e 2kg                                 | 38             | 35,19%         |
| Entre 2,1kg e 3kg                                 | 29             | 26,85%         |
| Entre 3,1kg e 4kg                                 | 14             | 12,96%         |
| 5kg ou mais                                       | 6              | 5,56%          |
| <b>Preço médio pago em Kg de carne</b>            |                |                |
| Até R\$30                                         | 59             | 54,63%         |
| Entre R\$ 31 e R\$50                              | 41             | 37,96%         |
| Entre R\$ 51 e R\$70                              | 6              | 5,56%          |
| Entre R\$ 71 e R\$100                             | 1              | 0,93%          |
| Mais de R\$100                                    | 1              | 0,93%          |
| Total                                             | 108            | 100,00%        |

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

A carne bovina com 52,78% é o tipo de carne mais consumida, seguida por aves 37,04%, estas duas categorias juntas representam quase 90% do consumo de carne, evidenciando uma forte preferência por essas proteínas. A carne suína 7,41% e os peixes 2,78% são consumidos em menor proporção, indicando que são opções menos populares ou menos acessíveis para a população estudada.

A maioria da entrevistados consome uma quantidade moderada de carne semanalmente, com 35,19% consumindo entre 1,1kg e 2kg e 26,85% consumindo entre 2,1kg e 3kg. E apenas 19,44% consomem menos de 1kg, enquanto 12,96% consomem entre 3,1kg e 4kg, com um pequeno grupo, 5,56%, consome mais de 5kg por semana. A maioria dos consumidores 54,63% paga até R\$30 por kg de carne, enquanto 37,96% pagam entre R\$31 e R\$50, com apenas uma pequena fração 5,56% paga entre R\$51 e R\$70, e números ainda mais baixos são registrados para faixas acima disso.

A tabela 03, ilustra um cenário em que o custo e a acessibilidade da carne de aves e bovina predominam como fatores decisivos na escolha alimentar das famílias entrevistadas, essa dinâmica reflete tanto a crise econômica, que tem os consumidores pressionados a buscar fontes proteicas mais baratas, quanto às mudanças de hábito alimentar, onde o frango tem ganhado espaço pela estética culinária e menor preço.

### 3.2 Fatores que influenciam as preferências no consumo de peixes

A análise dos dados apresentados no Quadro 01 revela uma série de aspectos relevantes relacionados às formas de aquisição, escolha, motivações para o consumo, forma de compra e qualidade da carne de peixe entre os participantes da pesquisa. Esses dados fornecem compreensões não apenas sobre os hábitos de consumo, mas também sobre as percepções e preferências dos consumidores, o que pode influenciar significativamente o mercado e as políticas relacionadas ao setor alimentício.

**Quadro 1 - Hábitos dos consumidores ao consumo de carne de peixe**

| Características                                        | Frequência (n) | Percentual (%) |
|--------------------------------------------------------|----------------|----------------|
| <b>Formas de Aquisição</b>                             |                |                |
| Criação própria                                        | 6              | 5,56           |
| Feiras                                                 | 14             | 12,96          |
| Peixaria                                               | 16             | 14,81          |
| Propriedade rural                                      | 12             | 11,11          |
| Supermercado                                           | 60             | 55,56          |
| <b>Escolha da Carne</b>                                |                |                |
| Armazenamento (fresco, resfriado, congelado)           | 18             | 16,67          |
| Característica (tamanho, coloração, odor, carne, etc.) | 33             | 30,56          |
| Local de venda                                         | 10             | 9,26           |
| Preço                                                  | 47             | 43,52          |
| <b>Motivos que levam ao consumo</b>                    |                |                |
| Questões ambientais                                    | 10             | 9,26           |
| Questões culturais                                     | 9              | 8,33           |
| Questões nutricionais                                  | 48             | 44,44          |
| Variedade de cardápio                                  | 41             | 37,96          |
| <b>Forma de compra</b>                                 |                |                |
| Eviscerado (Inteiro e limpo)                           | 7              | 6,48           |
| Filé                                                   | 78             | 72,22          |
| Indiferente                                            | 23             | 21,30          |
| <b>Qualidade da Carne</b>                              |                |                |
| Bom                                                    | 49             | 45,37          |
| Ótima                                                  | 4              | 3,70           |
| Péssimo                                                | 1              | 0,93           |
| Regular                                                | 44             | 40,74          |
| Ruim                                                   | 10             | 9,26           |

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Inicialmente, ao examinar as formas de aquisição do peixe, é notável que a maioria dos participantes opta por adquiri-lo em supermercados, representando uma parcela significativa de 55,56%, esse dado reflete a preferência por locais que oferecem conveniência e variedade de produtos, além de sugerir uma tendência de consumo urbano e moderno. A ampla preferência por compra em supermercado, como bem traz Mangas *et. al.*, (2016), vem da alta praticidade de pagamento que estes locais tem, diferentemente das outras opções trazidas, no entanto, é interessante observar que outras formas de aquisição, como feiras (12,96%) e peixarias (14,81%), ainda têm sua relevância, indicando uma diversidade de opções no mercado e uma valorização de fontes de produtos frescos e locais.

No que diz respeito à escolha da carne de peixe, os participantes demonstram considerar uma variedade de critérios, destacando aspectos como armazenamento, características físicas, local de venda e preço. Esse comportamento sugere uma preocupação com a qualidade e a frescura do produto, bem como com o custo-benefício da compra, deixando evidente que os consumidores valorizam não apenas o sabor e a textura da carne, mas também aspectos relacionados à saúde, ao meio ambiente e à cultura.

As motivações para o consumo de peixe variam desde questões nutricionais até a busca por variedade no cardápio, com destaque para a preocupação com a nutrição (44,44%) e a diversificação da alimentação (37,96%). Esses resultados refletem uma conscientização

crescente sobre os benefícios para a saúde associados ao consumo de peixe, como fonte de proteínas magras e ácidos graxos ômega-3, bem como uma valorização da culinária diversificada e equilibrada.

Quanto à forma de compra preferida, a maioria dos participantes expressa uma preferência por peixes em filé (72,22%), indicando uma inclinação em direção a produtos pré-processados e prontos para o consumo, esta tendência pode estar relacionada à conveniência e à praticidade, mas também pode refletir uma preferência por cortes específicos ou uma preocupação com a higiene e a segurança alimentar. O estudo feito por Raposo; Ferreira, (2020) ainda levanta um outro fator que pode explicar esta preferência, que é questões culinárias, visto a praticidade do preparo de filé tanto em casa como venda em restaurantes.

Os consumidores ao avaliar a qualidade da carne de peixe, observa-se que a maioria dos participantes a classifica como boa (45,37%), seguida por regular (40,74%). Corroborando com a avaliação dos consumidores, Azevedo *et. al.*, (2018) apontou aspectos que passavam confiança para o consumidor, dentre eles a segurança alimentar e preferências/valores, que são possíveis fatores que explicariam a maior resistência ao consumo de peixe na região, comparado com os demais tipos de carne disponibilizados.

Essa percepção subjetiva da qualidade pode ser influenciada por uma série de fatores, incluindo frescor, sabor, textura e aspectos visuais, os dados apresentados fornecem uma visão abrangente dos hábitos e preferências dos consumidores em relação ao peixe, destacando a importância de considerar uma variedade de fatores, desde a forma de aquisição até a percepção da qualidade, ao desenvolver estratégias de marketing, políticas de saúde pública e iniciativas de promoção de uma alimentação saudável e sustentável.

Os dados apresentados na tabela 4 revelam informações significativas sobre a quantidade de peixe adquirida pelos participantes da pesquisa em quilogramas (Kg), bem como os preços (\$) gastos na compra desse produto.

**Tabela 4 - Consumo e preço pago pelos consumidores de peixe**

| Kg                    | Peixe          |                |
|-----------------------|----------------|----------------|
|                       | Frequência (n) | Percentual (%) |
| Menos de 1kg          | 71             | 65,74          |
| Entre 1,1kg e 2kg     | 27             | 25,00          |
| Entre 2,1kg e 3kg     | 8              | 7,41           |
| 5kg ou mais           | 2              | 1,85           |
| Total                 | 108            | 100,00         |
| R\$                   | Peixe          |                |
|                       | Frequência (n) | Percentual (%) |
| Até R\$ 30            | 53             | 49,07          |
| Entre R\$ 31 e R\$ 50 | 41             | 37,96          |
| Entre R\$ 51 e R\$ 70 | 10             | 9,26           |
| Entre R\$ 71 e R\$100 | 2              | 1,85           |
| Mais de R\$ 100       | 2              | 1,85           |
| Total                 | 108            | 100,00         |

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

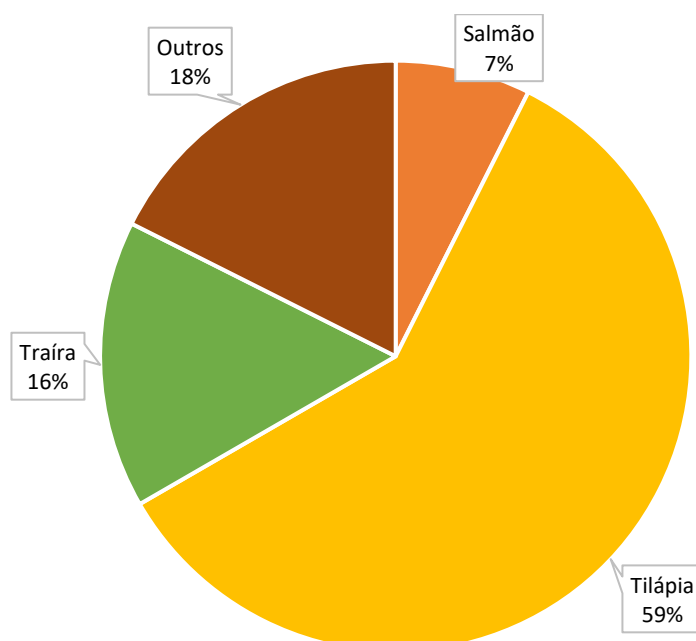
Em relação à quantidade de peixe adquirida, a maioria dos participantes (65,74%) optou por comprar menos de 1kg de peixe. Isso sugere uma preferência por quantidades menores, possivelmente associada a famílias pequenas ou a uma frequência de consumo mais moderada. Por outro lado, uma parcela significativa de participantes (25,00%) adquiri entre 1,1kg e 2kg de peixe, indicando uma demanda considerável por quantidades moderadas a maiores.

Quando se trata dos valores gastos na compra de peixe, a maioria dos participantes (49,07%) gastou até R\$ 30, refletindo uma busca por opções acessíveis e econômicas, no entanto, uma proporção substancial de participantes (37,96%) gastou entre R\$ 31 e R\$ 50, sugerindo uma disposição para investir um pouco mais em produtos de qualidade ou em variedades específicas de peixe. É interessante notar que uma minoria dos participantes gastou valores mais elevados, com apenas 1,85% gastando entre R\$ 71 e R\$ 100, e outros 1,85% gastando mais de R\$ 100, isso pode indicar uma predisposição para investir em produtos de alta qualidade, apesar do preço mais alto.

Os dados sobre a quantidade e os valores gastos na compra de peixe fornecem uma visão abrangente dos hábitos e preferências dos consumidores nesse mercado. Essas informações são úteis para empresas do setor alimentício na formulação de estratégias de precificação, desenvolvimento de produtos e segmentação de mercado, bem como para formuladores de políticas públicas na promoção de uma alimentação saudável e acessível para todos.

O Gráfico 1 apresenta dados sobre a distribuição das preferências dos participantes em relação aos tipos de peixe adquiridos. A tilápia representa a escolha de mais da metade dos consumidores, evidenciando seu crescimento na produção não apenas na região Sul, mas em todo o Brasil.

**Gráfico 1** - Espécies de peixes preferidas pelos consumidores



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Observa-se que a tilápia é o tipo de peixe mais adquirido, com uma quantidade significativamente maior em comparação com os outros tipos mencionados, dado semelhante foi obtido no estudo de Pereira; Elias, (2021), isso sugere uma preferência notável por tilápia entre os participantes da pesquisa. A traíra também apresenta uma quantidade considerável, embora menor em comparação com a tilápia, em contrapartida, o salmão e os outros tipos de peixe têm quantidades relativamente menores em comparação com a tilápia e a traíra.

Por outro lado, um estudo realizado por Leandro *et al.*, (2015) no município de Santarém, Pará, revelou que as espécies preferidas naquela região são o tambaqui (*Colossoma macropomum*) com 16,1% de preferência, seguido pelo tucunaré (*Cichla spp.*) com 10,7% e o pirarucu (*Arapaima gigas*) com 10,5%. Estes estudos evidenciam as variações nas preferências

de espécies de peixes entre diferentes regiões do Brasil, possivelmente influenciadas por fatores como disponibilidade local, hábitos alimentares regionais e práticas de cultivo específicas de cada área.

No Brasil, o consumo de peixe tem reflexo nas tradições religiosas que exercem uma influência significativa no aumento do consumo de peixe em determinadas épocas do ano, como durante a Quaresma e a Semana Santa. Durante esses períodos, muitos brasileiros, especialmente aqueles que seguem a tradição católica, optam por substituir carnes vermelhas pelo consumo de peixe, em conformidade com as práticas religiosas que recomendam abstinência de carne vermelha em certos dias (BARROS *et al.*, 2011).

Essa tradição tem raízes profundas na cultura brasileira e está ligada à observância religiosa de períodos como a Quaresma, que precede a Páscoa, onde durante os 40 dias da Quaresma, muitos fiéis escolhem se abster de carne vermelha como sinal de penitência, optando por refeições à base de peixe e outros alimentos.

O estudo feito por Vasconcelos Leandro *et al.*, (2018) no município de Sinop - Mato Grosso revelou que essa prática não apenas afeta o consumo doméstico de peixe, mas também tem impacto no mercado e na indústria pesqueira, levando a um aumento da demanda por peixe durante esses períodos específicos. Essa tendência é observada em todo o país, inclusive na região Sul do Brasil.

Esses dados encontrados na pesquisa com consumidores da região central do Sul podem fornecer informações valiosas para fornecedores e vendedores de peixe, permitindo-lhes adaptar seus estoques e oferta de acordo com as preferências dos consumidores, além disso, esses dados podem ser úteis para estudos de mercado e análises de tendências de consumo no setor de pescados.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, os resultados apresentados sobre o perfil socioeconômico e as preferências dos consumidores de peixe na região central do Rio Grande do Sul apontam para tendências claras e oportunidades significativas que merecem uma abordagem mais enfática e propositiva. Primeiramente, a demografia específica dos consumidores de peixe, caracterizada por uma maioria feminina, solteira e com alto nível de escolaridade e renda, abre portas para estratégias de segmentação de mercado mais direcionadas e produtos customizados que atendam às demandas desse público, destacando os benefícios nutricionais, a conveniência e a qualidade dos produtos oferecidos.

Em relação às preferências de consumo, a valorização da conveniência e variedade, com uma preferência notável por supermercados, indica a importância de parcerias estratégicas com redes varejistas e investimentos em logística e distribuição eficientes. Além disso, a preocupação dos consumidores com qualidade, preço e aspectos nutricionais aponta para a necessidade de um aprimoramento constante dos produtos oferecidos, com foco na transparência, rastreabilidade e certificações que garantam a procedência e a sustentabilidade dos peixes comercializados.

É fundamental também destacar a preferência pela tilápia como a espécie mais adquirida, o que sugere oportunidades para investimentos em tecnologias de produção sustentável, manejo ambientalmente responsável e diversificação do portfólio de espécies. Isso pode incluir a promoção de outras variedades de peixes menos conhecidas, mas igualmente nutritivas e saborosas, além de estratégias de educação e informação para ampliar o conhecimento dos consumidores sobre a variedade disponível e os benefícios de cada espécie.

O mercado desempenha um papel fundamental na definição dos rumos e decisões a serem tomadas na produção de peixes, é crucial que produtores e comerciantes estejam

constantemente atentos às demandas e exigências do consumidor final na Região Central do Rio Grande do Sul. Essa atenção permite que sejam tomadas medidas que atendam efetivamente às necessidades do consumidor, o que por sua vez impulsiona a movimentação da cadeia produtiva e comercial do peixe na região.

Ao adaptar a produção e oferta de peixes para satisfazer as demandas do mercado local, os produtores e comerciantes podem aumentar a competitividade de seus produtos, fortalecer suas relações com os consumidores e promover o crescimento sustentável da indústria pesqueira na Região Central do Rio Grande do Sul. Isso não apenas beneficia os negócios locais, mas também contribui para a satisfação e fidelização dos consumidores, criando um ciclo positivo para toda a cadeia produtiva e comercial do peixe na região.

Para futuros estudos, recomenda-se uma análise mais aprofundada das motivações e comportamentos de compra dos consumidores, incluindo aspectos psicográficos, culturais e ambientais que possam influenciar suas escolhas. Além disso, a realização de pesquisas longitudinais poderia fornecer *insights* sobre as mudanças nas preferências e hábitos de consumo ao longo do tempo, permitindo uma melhor adaptação das estratégias das empresas às tendências do mercado.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. **IBGE revela desigualdade no acesso à educação e queda no analfabetismo**. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2023-06/ibge-revela-desigualdade-no-acesso-educacao-e-queda-no-analfabetismo>>. Acesso em: 3 jul. 2023.

ARAUJO, D. M.; LINS, J. L. F.; SANTOS TAVARES, A.; DA SILVA, J. Aspectos de aquisição e consumo de peixes na feira livre da cidade de Penedo-Alagoas. **Boletim do Instituto de Pesca**, 41(2), 429-440. 2018.

AZEVEDO, G.M.; NABINGER, C.; ROSA, P.P. DA; CARDOSO, A.C.S.; OLIVEIRA, L.V.; FERREIRA, O.G.L.; MACARI, S. Percepção dos consumidores frente à certificação de carne bovina da "Alianza Del Pastizal" no Rio Grande do Sul. **Revista Científica Rural**, 2019. Doi: <https://doi.org/10.30945/rcr-v21i1.318>.

BARROS, G. S.; MENESES, J. N. C.; SILVA, J. A. Representações sociais do consumo de carne em Belo Horizonte. **Physis Revista de Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 1, p. 365-383, 2011.

BATALHA, M. O; SILVA, A. L. Gerenciamento de sistemas agroindustriais. **Gestão agroindustrial**, v. 3, p. 1-64, 2007.

BRABO, M. F. *et al.* Cenário atual da produção de pescado no mundo, no Brasil e no estado do Pará: ênfase na aquicultura. **Acta of Fisheries and Aquatic Resources**, p. 9 pages, 1 jan. 2016.

BRANDÃO, P. A. O. Análise do consumo de carne de peixe na cidade de Barra do Garças - MT. **Revista Eletrônica Interdisciplinar**, v.2, n.14, 2015.

BRASIL. Ministério da Pesca e Aquicultura. **Decreto n. 30.691, de 29 de março de 1952**. Aprova o novo Regulamento da Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal. Brasília: DOU, 1952.

BRONNMANN, J., GUETTLER, S., & LOY, J. P. Efficiency of correction for sample selection in QUAIDS models: an example for the fish demand in Germany. **Empirical Economics**, 57(4), 2019. <http://dx.doi.org/10.1007/s00181-018-1491-y>.

BUAINAIN, A. M.; BATALHA, M. O. (Coord.). **Cadeia produtiva de produtos orgânicos**. Brasília: IICA; MAPA/SPA, 2007. (Série Agronegócios, 5).

CARVALHO, R.; LEMOS, D. Aquicultura e consumo de carnes no Brasil e no Mundo. **Revista Panorama da Aquicultura**, Rio de Janeiro, v.19, n.112, 2009.

DIEESE. Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. **Mulheres, inserção no mercado de trabalho**. 2022. Disponível em: <<https://www.dieese.org.br/infografico/2023/infograficosMulheres2023.html>>. Acesso em: 3 jul. 2023.

ESTIMA, C. C. P.; PHILIPPI, S. T.; ALVARENGA, M. S. Fatores determinantes do consumo alimentar: por que os indivíduos comem o que comem? **Revista Brasileira Nutrição Clin.**, v.4, n.24, 2009.

FALK, L. W.; SOBAL, J.; BISSOGNI, C. A.; CONNORS, M.; DEVINE, C. M. Managing health eating: definitions, classifications and strategies. **Health Educ Behav**, v.28, n.4, 2001. DOI: <https://doi.org/10.1177/109019810102800405>.

FANALLI, S. L.; LISBOA, F. C.; ANDRADE, P. L.; FREITAS, P. F. A. de. Lista de verificação integrada para a indústria de produtos para alimentação animal. **Revista Inova Ciência & Tecnologia / Innovative Science & Technology Journal**, [S. l.], p. 13–17, 2018.

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

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION (FAO). **The State of World Fisheries and Aquaculture 2020**. Roma: FAO.

GRACIA, F. A indústria de frutos do mar. In: REUNIÃO INTERAMERICANA A NÍVEL MINISTERIAL SOBRE SAÚDE E AGRICULTURA, 13. **Anais**. Washington, 2003.

HARVEY, B., SOTO, D., CAROLSFELD, J., BEVERIDGE, M; BARTLEY, D.M. Planning for aquaculture diversification: the importance of climate change and other drivers. **FAO Technical Workshop** - FAO Fisheries and Aquaculture Proceedings. Rome: FAO, 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Estimativa populacional (EstimaPop)**. 2020. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/6579>. Acessado em: 18 jan 2023.

LEANDRO, S. V.; OTANI, F. S.; SOUSA, J. E. M.; PAULA, T. C. P. Perfil de Consumo e Consumidor de Pescado no município de Santarém, Pará. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ZOOTECCIA, 25., 2015, Fortaleza. **Anais... Dimensões Tecnológicas e Sociais da Zootecnia**. Fortaleza – CE, 2015.

LOPES, I. G.; OLIVEIRA, R. G. D.; RAMOS, F. M. Perfil do consumo de peixes pela população brasileira. **Biota Amazônia**, Macapá, v. 6, n. 2, p. 62-65, 2016.

MALAFIA, G. C.; BISCOLA, P.H.N.; DIAS, F.R.T. Os impactos da COVID-19 para a cadeia produtiva da carne bovina brasileira. **Comunicado Técnico 154**. Brasília-Distrito Federal. 2020.

NETO, A. P. R. **Fatores que influenciam na decisão de compra de pescado nas feiras livres de Macapá -AP**. 2010. 38 f. Monografia (TCC em Extensão Pesqueira). Coordenação do Curso de Engenharia de Pesca, Universidade do Estado do Amapá, 2010.

NUNES, L. P.; DUTRA, F. M.; BORGES, J. A. R. Consumo de peixes: uma aplicação da teoria do comportamento planejado. **Revista Brasileira de Administração Científica**, v. 11, n. 1, p. 189–204, 30 jan. 2020.

OETTERER, M. **Industrialização do pescado cultivado**. Guaíba: Editora Agropecuária, 2002.

OLIVEIRA, R. C. *et al.* Fish consumption by traditional subsistence villagers of the Rio Madeira (Amazon): Impact on hair mercury. **Annals of Human Biology**, v. 37, n. 5, p. 629–642, 2010.

PEDROZO, E. A.; ESTIVALETE, V. F. B; BEGNIS, H. S. M. Cadeia(s) de Agronegócio: Objeto, fenômeno e abordagens teóricas. **Anais do Enanpad**, 2004.

PEREIRA, G. R.; ELIAS, M. A. Análise do perfil dos consumidores de peixes em Gaspar (SC). **Research, Society and Development**, v. 10, n. 2, p. e50510212706, 25 fev. 2021.

RAPOSO, B. R.; FERREIRA, D. S. F. Diagnóstico do consumo de peixe na comunidade do contão, município de Pacaraima (RR). **Brazilian Journal of Development**, v. 6, n. 2, p. 6156–6169, 2020.

SILVA JÚNIOR, E. A. **Manual de controle higiênico-sanitário em serviços de alimentação**. 6. ed. atual. São Paulo: Varela, 2014.

SOARES, F. C.; MAGALHÃES, A. L. V.; ROQUE, A. P. Consumos de peixe em São Borja-RS: Um estudo nos bairros do Passo e Paraboi. **Ágora**, v. 23, n. 1, p. 217–231, 4 mar. 2021.

SONODA, D. Y. *et al.* Desequilíbrio entre a oferta e a demanda brasileira por pescados em 2002/2003 e 2008/2009. **Revista IPecege**, v. 1, n. 1, p. 9–21, 28 nov. 2014.

TAVARES, G. C. *et al.* Perfil do consumo de pescado na cidade de Belo Horizonte, MG. **Boletim de Indústria Animal**, v. 70, n. 3, p. 228–234, 29 mar. 2013.

VASCONCELOS LEANDRO, S. *et al.* Perfil de consumo e do consumidor de peixe do município de Sinop, Mato Grosso. **Revista Agroecossistemas**, v. 10, n. 1, p. 73, 11 nov. 2018.