MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO - MEC
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA – SETEC
IFTO – CAMPUS PALMAS
DIRETORIA DE ENSINO
COORDENAÇÃO DA ÁREA DE RECURSOS NATURAIS

RAIMUNDO PIRES DA SILVA

PERFIL DO CONSUMIDOR DE PESCADO NO MUNICÍPIO DE PALMAS - TO

Palmas - TO
2014

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO - MEC
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA – SETEC
IFTO – CAMPUS PALMAS
DIRETORIA DE ENSINO
COORDENAÇÃO DA ÁREA DE RECURSOS NATURAIS

RAIMUNDO PIRES DA SILVA

PERFIL DO CONSUMIDOR DE PESCADO NO MUNICÍPIO DE PALMAS - TO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção do título de Tecnólogo em Agronegócio do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Tocantins, Campus Palmas.

Orientador: Profº. M.Sc Alysson Soares da Rocha

Palmas - TO
2014

Silva, Raimundo Pires da

Perfil do consumidor de pescado no município de Palmas - TO / Raimundo Pires da Silva. – Palmas, 2014

47 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em CST Agronegócio) – Instituto Federal de Educação ciência e tecnologia do Tocantins, Campus Palmas, 2014.

Orientador(a): Prof. M.Sc. Alysson Soares da Rocha

1. Consumo 2. Pescado I. Título

RAIMUNDO PIRES DA SILVA

PERFIL DO CONSUMIDOR DE PESCADO NO MUNICÍPIO DE PALMAS - TO

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado e aprovado como cumprimento às exigências legais do currículo do Curso Superior de Tecnologia em Agronegócio pela Coordenação da Área Recursos Naturais no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins - Campus Palmas.

Palmas-TO, 19 de Novembro de 2014.

_____
Prof.ª Drª. Vanessa David Domingo
Supervisora do Trabalho de Conclusão de Curso

Banca Examinadora:

_____
Profº. MSc. Alysson Soares da Rocha
Presidente e Orientador

_____
Profº. MSc. Clauber Rosanova
Membro de Banca Examinadora

_____
Prof.ª MSc. Maria Lucimar Oliveira Sousa
Membro de Banca Examinadora

Dedico este trabalho aos meus pais Maria Pires e Donato Pereira (*In memoriam*) pelo apoio, carinho, amor e incentivo aos estudos; aos meus irmãos João, Luiz, José, e Antonio pelo incentivo e motivação; à minha esposa Maria do Socorro pela atenção, paciência e carinho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por me dar força e saúde para enfrentar tão árdua jornada.

Aos meus queridos pais Donato Pereira da Silva (*In memoriam*) que já não está mais entre nós e Maria Pires da Silva por terem sempre me apoiado em todos os momentos.

À minha amada esposa Maria do Socorro Carvalho pelo companheirismo, paciência e amor nessa longa jornada.

Aos meus filhos Bruno e Giovanni por serem companheiros e amigos.

Aos meus sobrinhos Mauricio, Kelly e Jandira por serem corajosos e otimistas me dando força para continuar.

Aos meus mestres pela dedicação e responsabilidade com que sempre ministraram suas aulas.

Aos meus colegas e amigos, em especial, Leandro, Rodrigo, Joel e Raquel que sempre me apoiaram nos trabalhos em sala e colaboraram de forma direta para a realização deste trabalho.

Ao meu orientador Alysson Soares da Rocha pela dedicação, apoio e incentivo para a realização deste trabalho.

RESUMO

SILVA, Raimundo Pires da. **Perfil do consumidor de pescado no município de Palmas-TO**. 2014. 47 f. Trabalho de Conclusão de Curso – Tecnologia em Agronegócio. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia – IFTO. Palmas-Tocantins.

Este trabalho teve como objetivo fazer um levantamento sobre o comportamento do consumidor de pescado em Palmas-TO, mapear seus hábitos de consumo, bem como preferências e identificar os fatores que mais influenciam na tomada de decisão no momento da compra. Os dados foram obtidos por meio de observação *in loco* e abordagens diretas, através de questionários semielaborados aplicados em visitas de campo no período de setembro a outubro de 2014. Foram entrevistados um total de 600 consumidores. No questionário foram utilizadas variáveis que indicam o perfil e os hábitos dos consumidores, as características e atributos desejáveis no pescado, tendo em vista determinar quais os prováveis fatores que afetam a decisão de compra do pescado. Qualidade e preço foram vistos como quesitos essenciais no processo de escolha do pescado para o consumo, 53% e 20% respectivamente. Isso se deve ao fato de estarem diretamente relacionados, ou seja, à medida que um produto vai sendo identificado como de maior qualidade, diferenciando-se, ele tende a apresentar maior valor. Outro fator importante que revelou ter bastante influência na decisão de compra foi a preocupação com a saúde, pois, verificou-se que 44% dos entrevistados afirmaram que compram peixe por ser uma carne saudável. Portanto, conhecer quais os fatores que influenciam na decisão de compra do pescado, torna-se de suma importância para a implantação de políticas voltadas à divulgação e comercialização dos produtos da piscicultura, bem como orientar pessoas interessadas em como reconhecer a qualidade do pescado comercializado. Assim, uma vez conhecidos os fatores de decisão de compra, viabiliza-se a possibilidade de oferecer os produtos que atendam os desejos e necessidades dos consumidores de pescado em Palmas-TO.

Palavras-chave: Consumo. Pescado. Qualidade.

ABSTRACT

SILVA, Raimundo Pires da. **Consumer profile of fish in the municipality of Palmas-TO.** 2014. f 47. Completion of course work - Technology in Agribusiness. Federal Institute of Education, Science and Technology - IFTO. Palmas, Tocantins.

This work aimed to make a survey about consumer behavior of fish in Palmas -TO, map their consumption habits and preferences and identify the factors that influence decision making at the time of purchase. Data were collected through on-site observation and direct approaches through semi-finished questionnaires in field visits between September and October 2014. A total of 600 consumers were interviewed. In the questionnaire variables that indicate the profile and consumer habits, characteristics and attributes desirable in fish in order to determine what the likely factors affecting the buying decision of the fish were used. Quality and price are seen as essential factors in the selection of the fish for consumption, 53% and 20% respectively process, this is due to the fact that they are directly related, that is, as a product will be identified as the greatest quality, differentiated, it tends to have higher value. Another important factor that appeared to have some influence on the purchase decision was the concern for health, because it was found that 44 % of respondents say they buy fish meat to be healthy. Therefore, knowing what factors influence the decision to purchase the fish becomes of paramount importance for the implementation of policies aimed at publicizing and marketing of fisheries products as well as directing interested people how to recognize the quality of fish sold. So, once known factors buying decision, there is the possibility of offering products that meet the desires and needs of consumers of fish in Palmas-TO.

Keywords: Consumption. Fish. Quality.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Produção Mundial de Pescado – Marinha.....12
Figura 2 – Demanda nacional de carne de peixes - 2000/10, em (kg) 13
Figura 3 – Área de estudo 22
Figura 4 – Percentual de homens e mulheres entrevistados 24
Figura 5 – Faixa etária dos entrevistados.....25
Figura 6 – Habitantes por domicílio 25
Figura 7 – Distribuição dos entrevistados.....26
Figura 8 – Renda média do consumidor.....27
Figura 9 – Nível de escolaridade dos entrevistados 28
Figura 10 – Frequência de consumo 28
Figura 11 – Locais de aquisição do pescado.....29
Figura 12 – Forma como costuma comprar o peixe 30
Figura 13 – Quantidade comprada por vez 31
Figura 14 – Como escolhe o peixe para o consumo 32
Figura 15 – Tipos de peixes consumidos pelos entrevistados.....32
Figura 16 – Escolha do pescado 33
Figura 17 – Dias em que costuma comprar o pescado 34
Figura 18 – Qualidade do peixe que compra.....34
Figura 19 – Conhecimento da origem do pescado 35
Figura 20 – Importância de se conhecer a origem do pescado 36
Figura 21 – Motivos que levam ao consumo de pescado.....36
Figura 22 – Possível rejeição ao peixe.....37
Figura 23 – O que acha mais difícil no ato da compra do peixe 38
Figura 24 – Consumir peixe com maior frequência 38

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO 11
1.1 TEMA 14
1.2 PROBLEMA 14
1.3 HIPÓTESE 14
1.4 JUSTIFICATIVA 15
1.5 OBJETIVOS 15
1.5.1 Objetivo geral 15
1.5.2 Objetivos específicos 15
2. REVISÃO DA LITERATURA 16
2.1 CONSUMO DE PESCADO 16
2.2 QUALIDADE DO PESCADO 16
2.3 FATORES QUE INFLUENCIAM NO PROCESSO DE DECISÃO DE COMPRA 19
3. MATERIAIS E MÉTODOS 21
4. ANÁLISE DOS DADOS 23
5. RESULTADOS E DISCUSSÃO 24
5.1 PERFIL SOCIOECONÔMICO 24
5.2 HÁBITOS E PREFERÊNCIAS DO CONSUMIDOR DE PESCADO 28
5.3 FATORES QUE INFLUENCIAM NO PROCESSO DE DECISÃO DE COMPRA DE PESCADO 34
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS 39
REFERÊNCIAS 40
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA DO PERFIL DO CONSUMIDOR DE PESCADO NO MUNICIPIO DE PALMAS-TO 44
APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO 47

1. INTRODUÇÃO

A produção de pescado vem desde os tempos remotos, incluindo documentação em hieróglifos, e que baseava a criação em uma forma simplificada e rudimentar que incluía o armazenamento de exemplares imaturos de diversas espécies de peixes, seu desenvolvimento condicionado a um ambiente propício, que não demandava adição de muitos insumos ou recursos externos, e por fim seu consumo pelas populações, sendo uma importante fonte alimentar (OLIVEIRA, 2009).

Com a demanda por alimento em crescimento constante, a piscicultura tem se mostrado viável para ajudar no processo de fornecimento de proteína de qualidade à população mundial. A organização Mundial da Saúde (OMS) recomenda o consumo per capita de 12 kg de peixe ao ano por habitante. A média global de consumo per capita é de 18 kg/ano, porém a média para a América Latina e Caribe é de 9 kg/ano. No território brasileiro, o consumo per capita aumentou de 4 kg/ano para 9 kg/ano nos últimos 8 anos (FAO, 2013).

Com qualidade nutricional incontestável e boa aceitação pelos consumidores, a piscicultura vem ganhando espaço no cenário econômico mundial, pois, eles contêm, comparativamente, grandes quantidades de vitaminas lipossolúveis A e D, minerais cálcio, fósforo, ferro, cobre, selênio e, no caso dos peixes de água salgada, iodo (SARTORI; AMANCIO, 2012).

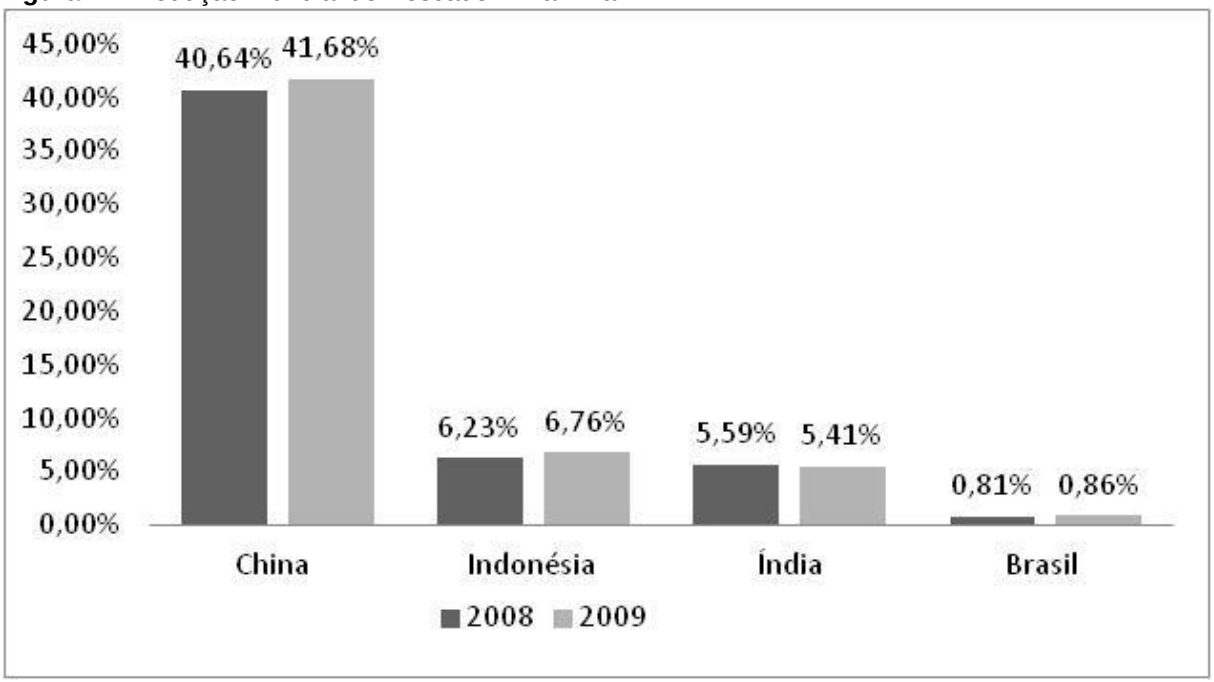
No Brasil, não é diferente, pois a quantidade produzida vem crescendo constantemente nas últimas décadas e segue acelerado o aumento no consumo de pescado no ambiente interno. Vale ressaltar, a aptidão do Brasil para as atividades aquícolas, com mais de oito mil quilômetros de costa marítima e possuidor do maior espelho de água doce do planeta o que representa cerca de 13% da reserva mundial disponível (SEBRAE, 2012).

O Brasil apresenta grande potencial para continuar na rota de crescimento desta atividade, mas com o desafio de utilizá-lo de forma sustentável e que possibilite a produção de pescado com a qualidade exigida pelos consumidores.

A produção mundial de pescado é dividida basicamente em dois grupos: Extrativismo Marinho e Continental. O continente asiático destaca-se nos dois segmentos, e nos anos de 2008 e 2009 a China destacou-se com 40,64% e 41,68%

respectivamente (Figura 1), seguido da Indonésia e Índia, mantendo inalterada a posição no ranking dentro dos anos de 2008 e 2009.

Figura 1 - Produção Mundial de Pescado – Marinha.

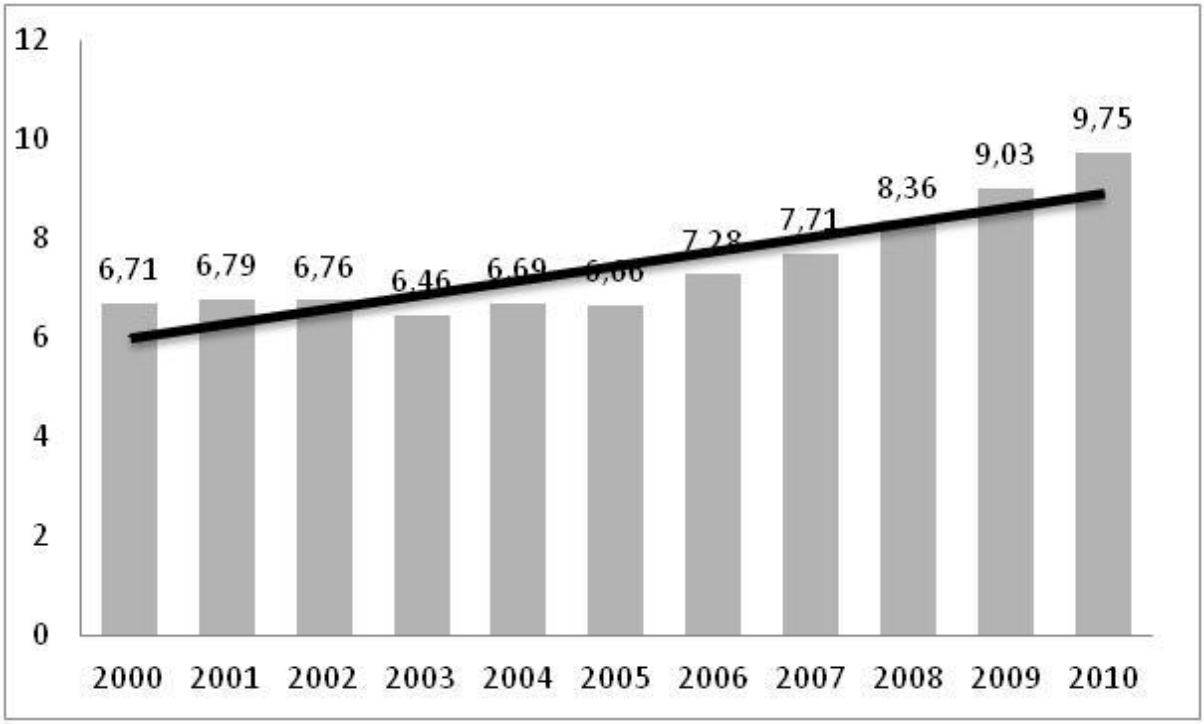


Fonte: Brasil (2012)

Segundo dados da FAO (2013), o Brasil ocupa, atualmente, a 18ª posição no ranking mundial no que se refere à produção de pescado. São produzidos anualmente 123 milhões de toneladas de pescado, que são provenientes somente da aquicultura. Conforme números do Ministério da Pesca e Aquicultura, divulgados no Boletim Estatístico 2010, o Brasil produz 1,25 milhões de toneladas de pescado, sendo que, deste total, 38% é proveniente da aquicultura (BRASIL, 2012).

A preocupação da sociedade com a saúde e bem estar tem aumentado, observa-se uma intensificação na busca por alimentos considerados mais saudáveis. Neste contexto, observa-se um contínuo aumento na demanda por pescado.

Figura 2 - Demanda nacional de carne de peixes - 2000/10, em (kg).



Fonte: Brasil (2012).

Diante da crescente produção nacional, o índice de consumo também apresenta uma demanda crescente, observa-se que em dez anos houve um crescimento progressivo de 3,04 kg/hab. Levando em consideração a constante média de crescimento, o investimento no setor da piscicultura se torna um segmento importante da economia. A demanda nacional pela carne de peixe implica uma série de questionamentos, pois é necessário saber qual a espécie que tem a preferência do paladar nacional, qual classe social tem um maior índice de consumo, quais suas exigências em relação à qualidade do produto, e para saber todas essas peculiaridades é necessário realizar estudos para a quantificação e qualificação dos tipos de clientes e suas principais exigências, pois uma das premissas básicas dentro do universo do comércio é a satisfação do cliente e o oferecimento de produtos de qualidade. A necessidade de estudar esses clientes tem também a finalidade de observar e gerar dados para a efetiva produção de espécies que tenham demanda, favorecendo o potencial de cada região.

Dessa forma, o levantamento sobre o comportamento do consumidor de pescado no município de Palmas -TO, e mapeamento dos seus hábitos de consumo,

bem como suas preferências no momento da compra do pescado, facilitará na tomada de decisão dos empreendedores que investem nesta área.

1.1 TEMA

O presente estudo busca identificar o perfil do consumidor de pescado no município de Palmas-TO através de pesquisa qualitativa e quantitativa, visando identificar os fatores que influenciam a tomada de decisão na hora da compra.

1.2 PROBLEMA

A principal motivação para a realização deste estudo foi quanto à necessidade de conhecer o consumidor de pescado, uma vez que os empreendedores que trabalham nesse mercado colocam à disposição produtos aos quais têm acesso, sem saber a preferência do consumidor.

Essa pesquisa servirá para orientar novos investidores do setor e, conhecendo as preferências dos consumidores em cada uma das três regiões do município (Plano Diretor Sul, Plano Diretor Norte e Taquaralto) o empreendimento terá mais chances de sucesso na busca de clientes.

Desse modo, a pergunta do trabalho é: Quais as preferências dos consumidores de pescado em Palmas–TO? Quais fatores que mais influenciam na tomada de decisão na hora da compra?

1.3 HIPOTESE

O consumidor de pescado em Palmas tem hábito de comprar o produto nos finais de semana, preferência de aquisição em feiras livres, e opta por peixes de escama. A qualidade e o preço do pescado são importantes na tomada de decisão de compra.

1.4 JUSTIFICATIVA

O aumento da demanda por pescado alinhado às exigências dos consumidores em Palmas-TO, faz-se necessário uma minuciosa investigação para conhecer o perfil desses compradores, como também conhecer quais os fatores que afetam as suas decisões na hora de comprar o pescado.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo geral

Identificar os possíveis fatores de decisão de compra do pescado nas feiras livres e mercados de Palmas-TO.

1.5.2 Objetivos específicos

- ✓ Identificar o perfil socioeconômico dos consumidores de pescado;
- ✓ Identificar os fatores que facilitam e dificultam o consumo do pescado;
- ✓ Verificar a relação preço/qualidade na hora da compra.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1 CONSUMO DE PESCADO

O consumo de alimentos é, após a respiração e a ingestão de água, a mais básica das necessidades humanas, além de ser uma necessidade biológica é um complexo sistema simbólico de significados sociais, sexuais, políticos, ético e estético. A alimentação revela a estrutura da vida cotidiana em um dos seus núcleos mais íntimos, compartilhando necessidade e prazer, constituindo identidades regionais, nacionais e religiosas (CARNEIRO, 2003).

Além de toda a expressão simbólica que norteia o ato da alimentação os consumidores têm se mostrado mais exigentes no que se referem à qualidade da alimentação, e com seus valores nutricionais, como também, com sua origem alinhando qualidade, benefícios energéticos, saúde e sustentabilidade. Esses são fatores que vêm interferindo na decisão de consumo. O pescado é um alimento saudável, rico em proteínas e sais minerais. A Organização Mundial da Saúde (OMS) recomenda o consumo de pelo menos 12 kg por pessoa ao ano, mas, o consumo de peixe no Brasil ainda fica bem abaixo da média mundial (BRASIL, 2007).

O pescado é rico em ácidos graxos e ômega-3 substâncias não produzidas pelo organismo humano. Estas substâncias estão associada à redução do risco de doenças cardiovasculares, de alguns tipos de câncer bem como no tratamento de doenças inflamatórias como artrite reumatoide (BRASIL, 2006).

2.2 QUALIDADE DO PESCADO

De acordo com Art. 438 do Regulamento da Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal (RIISPOA), o termo “pescado” compreende os peixes, crustáceos, moluscos, anfíbios, quelônios e mamíferos de água doce ou salgada usados na alimentação humana (BRASIL, 1952).

Entende-se por peixes os animais aquáticos de sangue frio. Excluem-se os mamíferos aquáticos, os animais invertebrados e os anfíbios (BRASIL, 1997).

O peixe é também um dos alimentos mais suscetíveis à deterioração devido à atividade de água elevada, teor de gorduras insaturadas facilmente oxidáveis e, principalmente, um pH próximo à neutralidade (BRASIL, 2011).

Para que o pescado mantenha a qualidade adequada e não perca sua importância nutricional, faz-se necessário ter cuidados que vão desde o cultivo ou pesca, até que o produto chegue à mesa do consumidor, pois a manipulação inadequada em qualquer um dos elos da cadeia produtiva poderá acarretar perda de qualidade do produto. Sendo assim, deve-se seguir as boas práticas de produção, armazenagem, transporte e distribuição aos consumidores finais (BRASIL, 2006).

Por ser um alimento de fácil decomposição, exigem cuidados especiais, notadamente os relacionados com a conservação pelo frio. Do mesmo modo, os peixes estão sujeito à contaminação pelos mais variados micro-organismos, adquiridos já no ambiente aquático, ou durante as diferentes etapas de captura, transporte e distribuição (GERMANO; GERMANO; OLIVEIRA, 1998).

Os peixes não diferem dos demais alimentos no que se refere à necessidade de uma maior durabilidade, através de técnicas de conservação, podendo, assim, alcançar as mais diversas regiões, mantendo suas qualidades e serem ofertados ao consumidor por um maior período de tempo. O resfriamento ou congelamento tem sido os meios mais utilizados na conservação de peixe em maior escala (EVANGELISTA, 2000).

As formas de conservação de alimentos fazem parte de uma série de procedimentos essenciais à saúde e ao bem estar. Elas já preocupavam o homem primitivo e, com a industrialização, tornaram-se uma necessidade básica do homem moderno. A defumação, a utilização de calor ou frio, de açúcar ou sal de irradiação e aditivos alimentares são alguns dos meios utilizados pelo homem para conservar os alimentos (SILVA; SILVA, 1997).

Os procedimentos de conservação dos alimentos são vitais para preservação das qualidades dos produtos alimentícios, tornados ainda mais essenciais quando referente ao pescado, devido sua composição química, pois é um alimento que perde qualidade e se deteriora com relativa facilidade (SOUZA et al., 2013).

Outro fator preocupante é a comercialização de pescado em feiras livres, expostos em caixa térmicas com refrigeração inadequadas, ou sem refrigeração, sem proteção, na presença de poeira e insetos, podendo alterar a qualidade do

produto. Alimentos crus, comercializados em feiras livres e mercados públicos podem ser veículos de contaminação de microrganismos causadores de toxinfecção, colocando em risco a saúde do consumidor (CORREIA; RONCADA, 1997).

A contaminação se dá por falta de cuidados básicos de armazenamento, exposição e manipulação do pescado. De acordo com Rosa (2001), os feirantes devem estar uniformizados, com aventais limpos, de cor clara, gorro e rede para prender o cabelo, sapatos fechados, bancadas de aço inoxidável, limpas e bem conservadas a uma temperatura de até 4°C; o peixe tem que ficar sob refrigeração entre 0°C e 3°C, envolto por gelo na proporção de 1:1 (um quilo de gelo para um quilo de peixe); as facas e tábuas devem estar limpas e bem conservadas; o lixo deve ser mantido em local adequado; a limpeza do material de trabalho deve ser feita com água encanada limpa, detergentes e desinfetantes.

Vale ressaltar que, mesmo a quantidade de gelo estando na proporção adequada, este deve ser produzido com água tratada, pois o uso de águas contaminadas para sua produção acaba contaminando o pescado durante o seu resfriamento. Os comerciantes não estão conscientes das regras básicas necessárias para salvaguardar a qualidade e a segurança do pescado e derivados (PIMENTEL; PANETTA, 2003).

Conforme o Regulamento da Inspeção Industrial e Sanitária de produtos de origem animal - RIISPOA (1952), no artigo 442, o pescado fresco próprio para o consumo deve apresentar a superfície do corpo limpa, com relativo brilho metálico, olhos transparentes, brilhantes e salientes, ocupando completamente as órbitas, guelras róseas ou vermelhas, úmidas e brilhantes com odor natural, próprio e suave, ventre roliço, firme, não deixando impressão duradoura à pressão dos dedos, escamas brilhantes, bem aderentes a ele e nadadeiras apresentando resistência aos movimentos provocados, carne firme, consistência elástica, de cor própria à espécie, vísceras íntegras, perfeitamente diferenciadas, ânus fechado e cheiro específico.

De acordo com o Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade de Peixe Fresco - Inteiro e Eviscerado, o peixe deve ter características sensoriais avaliadas como aparência, escamas, pele, mucosidade, olhos, opérculo, brânquias, abdome, músculos, odor e cor. Na avaliação da aparência sensorial o produto deverá apresentar-se com todo o frescor da matéria prima convenientemente conservada; deverá estar isento de toda e qualquer evidência de decomposição, manchas por

hematomas, coloração distinta à normal para a espécie considerada, incisões ou rupturas das superfícies externas. As escamas devem estar unidas entre si e fortemente aderidas à pele. Devem ser translúcidas e com brilho metálico. Não devem ser viscosas. A pele deve estar úmida, tensa e bem aderida. É importante a presença de mucosidade em espécies que a possuem, devendo ser aquosa e transparente. Os olhos devem ocupar a cavidade orbitária e ser brilhantes e salientes. O opérculo deve oferecer resistência à sua abertura. A face interna deve ser nacarada, os vasos sanguíneos cheios e fixos. O ideal é brânquias de cor rosa ao vermelho intenso, úmidas e brilhantes, ausência ou discreta presença de muco. Abdome tenso, sem diferença externa com a linha ventral. A sua evisceração, o peritônio deverá apresentar-se muito bem aderido às paredes; as vísceras inteiras bem diferenciadas, brilhantes e sem dano aparente. Os músculos devem estar aderidos aos ossos fortemente e de elasticidade marcante. Odor e cor são muito importantes, devendo estar característicos à espécie da qual se trata (BRASIL, 1997).

2.3 FATORES QUE INFLUÊNCIAM NO PROCESSO DE DECISÃO DE COMPRA

Conhecer o consumidor é de suma importância, significa entender seu comportamento de tomada de decisão, o qual envolve o processo pelos quais as pessoas determinam o que, quando, como, e principalmente, onde e de quem comprar e, portanto, exige contribuições de diversas áreas de conhecimento. No processo de compra busca-se atender uma necessidade. A percepção de uma necessidade e o impulso para atendê-la é chamado de motivação. Motivação é um motivo e uma necessidade, que cada indivíduo possui, num conjunto que precisam ser atendidas quando as mesmas não são satisfeitas. Instaura-se nele um estado de tensão, e ele utiliza-se de impulso, ou seja, da motivação para a satisfação dessas necessidades (ROCHA; CHRISTENSEN,1999).

Fatores culturais, sociais, familiares, psicológicos, e econômicos são determinantes na decisão de consumir determinados produtos. Os fatores culturais são os que exercem a mais ampla e profunda influência sobre os consumidores. No âmbito mercadológico, “a cultura é o determinante mais fundamental dos desejos e do comportamento de uma pessoa” (KOTLER, 2006). A cultura é “a soma total das

crenças, valores e costumes aprendidos que servem para direcionar o comportamento de consumo dos membros de determinada sociedade" (SCHIFFMAN; KANUK, 2000).

O fator econômico de acordo com a classe social também é relevante na hora da aquisição de determinados produtos. Tão importante quanto a cultura é a família onde encontra-se também, um alto grau de influências que podem ser consideradas necessidades autônomas (necessidades de cada membro individualmente), como também necessidades conjuntas (de todos os membros da família) (COBRA, 1997).

A satisfação do consumidor deve ser a prioridade das empresas, e os colaboradores devem receber treinamentos e usar a comunicação adequada, bem como conhecer suas necessidades sabendo o que valorizam e o que querem em determinado momento. Para conhecer a satisfação do cliente, sugere-se avaliação periódica através de questionário que pode ser bastante variado de acordo com as necessidades de cada situação (LAS CASAS, 2009).

3. MATERIAIS E MÉTODOS

Os dados para a elaboração deste trabalho foram coletados na cidade de Palmas - TO, nos meses de setembro e outubro de 2014. Inicialmente foi realizado um levantamento dos locais onde ocorre a comercialização de peixe no município, posteriormente foram aplicados 600 questionários por meio de técnica de entrevistas diretas pessoais, com perguntas fechadas e abertas, por meio de um inquérito investigativo semi-estruturado, contendo 20 (vinte) questões (em anexo). Os locais foram selecionados de forma não probabilística e por conveniência, levando-se em consideração apenas o grande fluxo de pessoas. A amostra representativa foi calculada conforme equação apresentada (SANTOS, 2014).

$$n = \frac{N.Z^2.p.(1-p)}{Z^2.p.(1-p) + e^2.(N-1)}$$

Onde:

n - amostra calculada

N - população

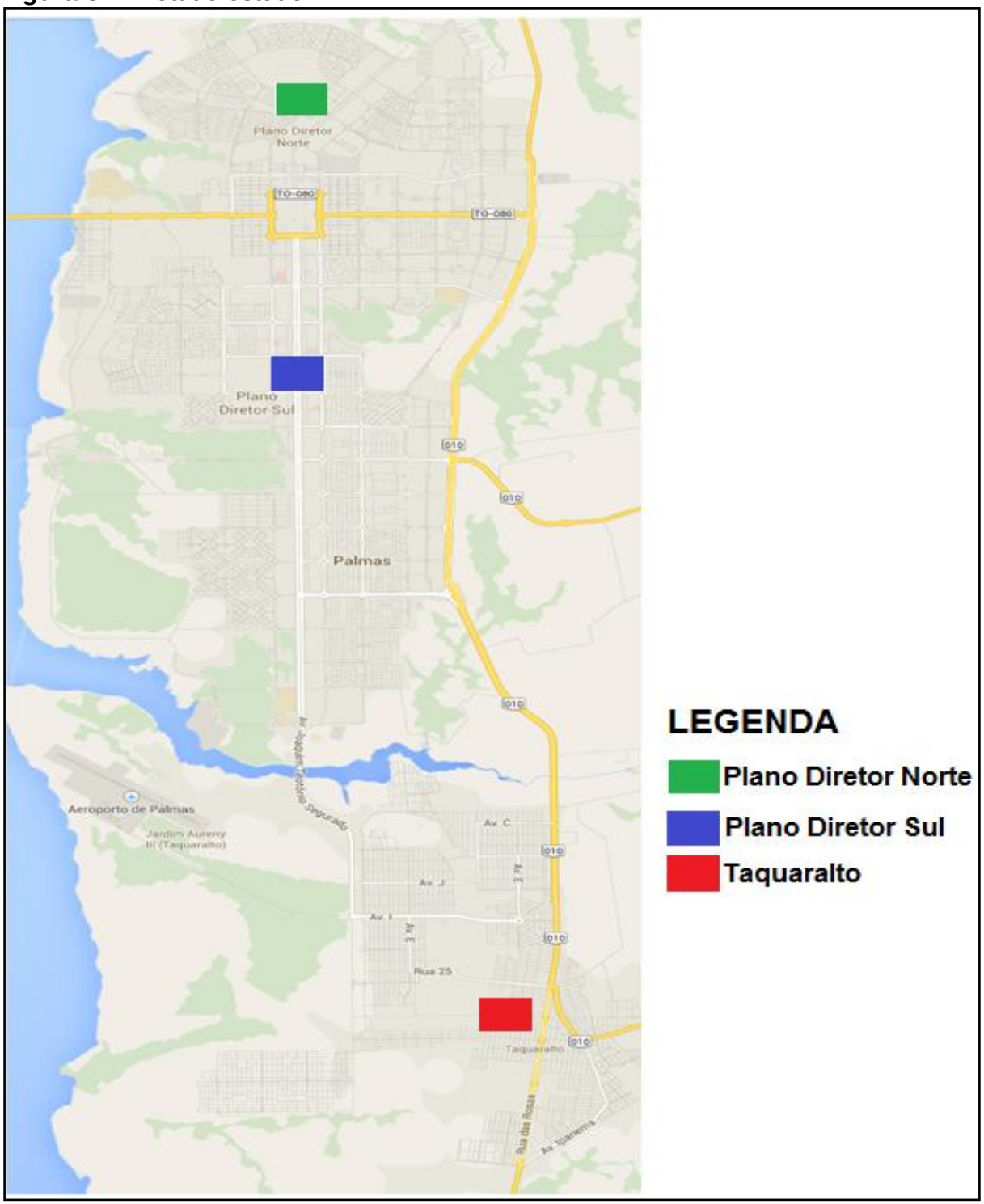
Z - variável normal padronizada associada ao nível de confiança

p - verdadeira probabilidade do evento

e - erro amostral

A pesquisa foi realizada em três feiras livres e seis mercados, sendo uma feira e dois mercados de cada região de Palmas, considerando a divisão de Palmas em Plano Diretor Norte, Plano Diretor Sul, e Taquaralto (Figura 3). Os dados foram coletados nas feiras da quadra 307 norte, quadra 1106 sul e feira do bairro Aureny I região de Taquaralto.

Figura 3 – Área de estudo



Fonte: Google Maps (2014).

4. ANÁLISE DOS DADOS

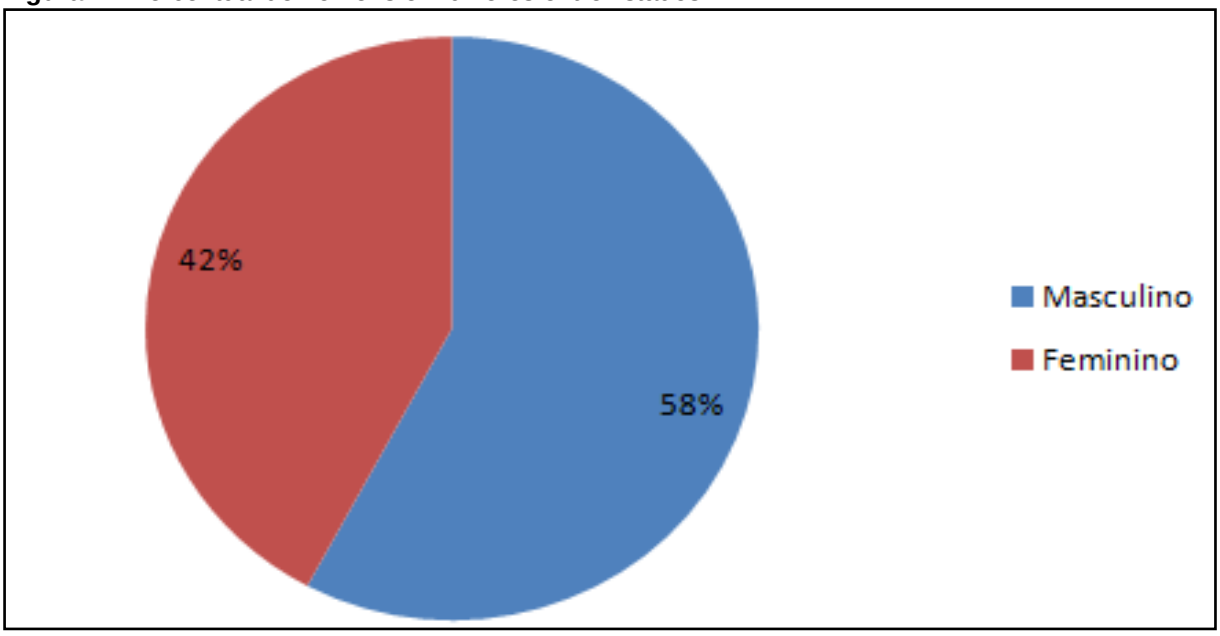
Os dados coletados foram digitados em planilhas eletrônicas do programa Microsoft Excel 2007, a partir do uso da ferramenta de análise de dados e, posteriormente conferiram-se gráficos para apresentar os resultados obtidos na pesquisa. Foram analisados alguns fatores relevantes do processo de compra do pescado, como o perfil do consumidor, hábitos de consumo, frequência de consumo e possíveis fatores que afetam a decisão de compra de pescado, adaptado de (NETO, 2010).

5. RESULTADOS E DISCURSSÃO

5.1 PERFIL SOCIOECONÔMICO

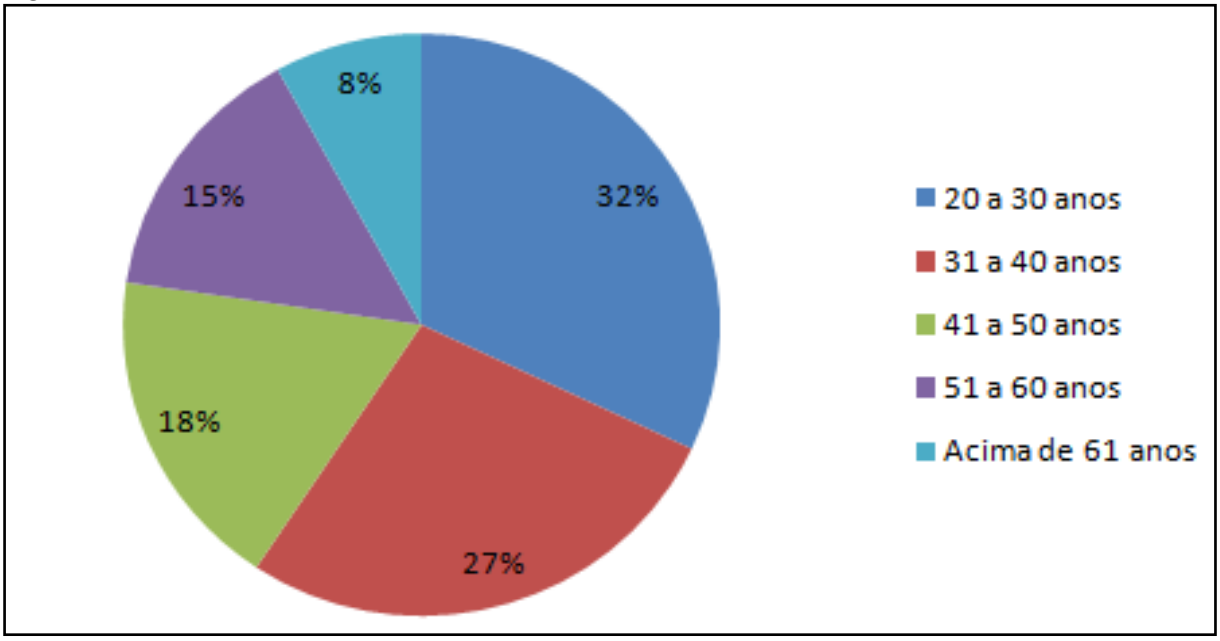
Do total dos 600 consumidores entrevistados, verificou-se que a maioria é do sexo masculino 58% e 42% do sexo feminino, abrangendo pessoas tanto de bairros próximos como os mais distantes dos locais estudados (Figura 4). Tal resultado corrobora com estudos de Costa et al. (2009). Isso possivelmente ocorre, porque, segundo relatos de parte dos homens entrevistados, eles possuem mais segurança em reconhecer a qualidade do pescado do que suas mulheres.

Figura 4 - Percentual de homens e mulheres entrevistados.



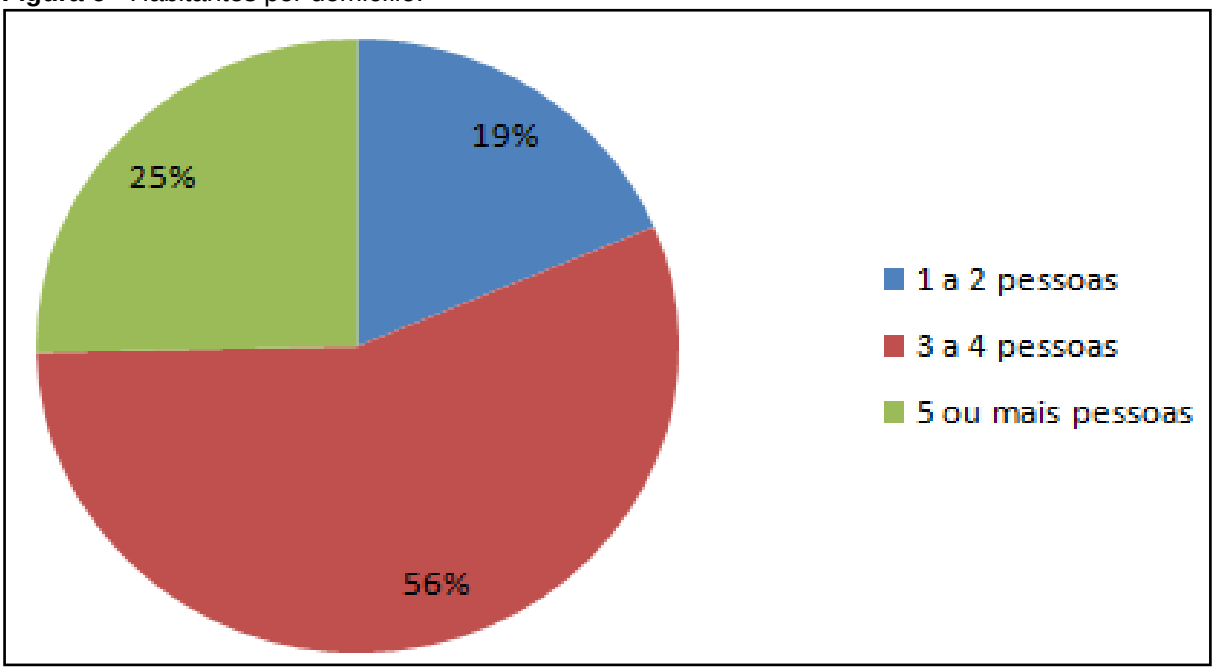
Referente à idade dos entrevistados (Figura 5), percebe-se que são pessoas adultas na faixa etária entre 20 e 30 anos 32%, 31 a 40 anos 27%, 41 a 50 anos 18%, 51 a 60 15% e acima de 61 anos 8%.

Figura 5 – Faixa etária dos entrevistados.



Quanto ao número de habitantes por domicílio (Figura 6), percebe-se que a maioria das residências dos entrevistados 56%, é composto por um grupo de 3 a 4 pessoas, 25% por 5 ou mais moradores e 19% com 1 a 2 habitantes.

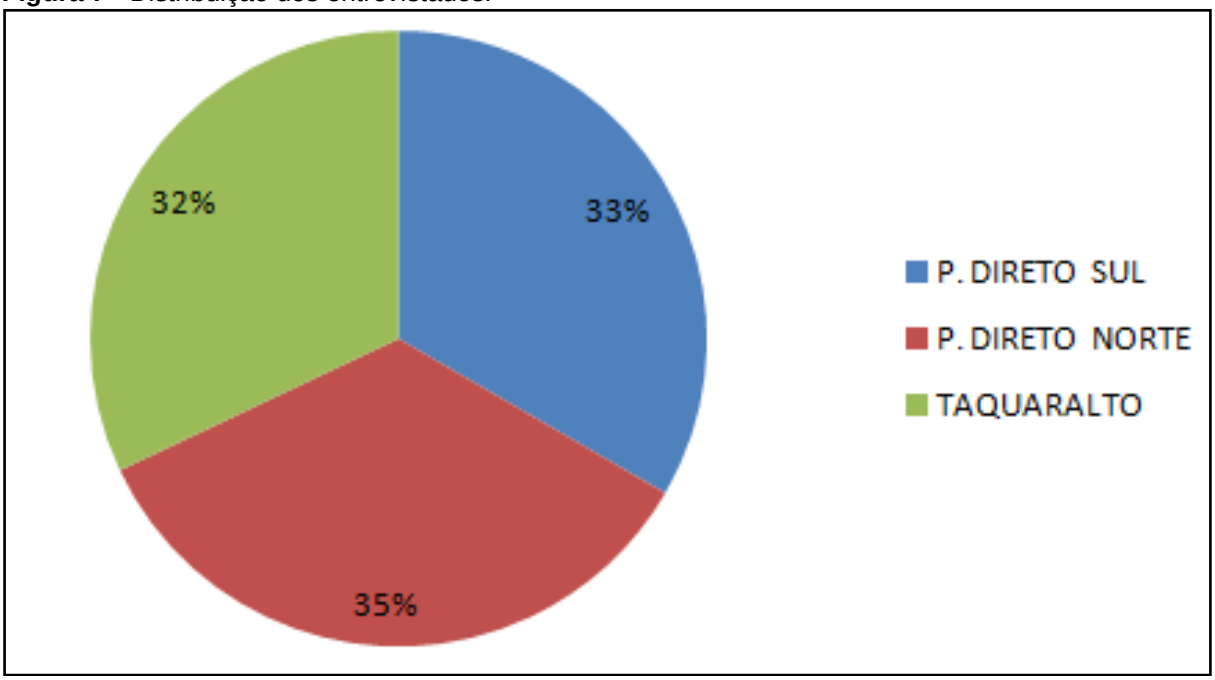
Figura 6 - Habitantes por domicílio.



A pesquisa foi desenvolvida nas três regiões de Palmas (Figura 7), considerando a divisão de Palmas em Plano Diretor Sul, Plano Diretor Norte e

Taquaralto, foram aplicados 200 questionários em cada um dos núcleos, observou-se que 35% dos entrevistados residem no Plano Diretor Norte, 33% no Plano Diretor Sul e 32% em Taquaralto. Neste questionamento, observou-se que praticamente inexiste mobilidade entre as regiões da Cidade para a aquisição de pescado.

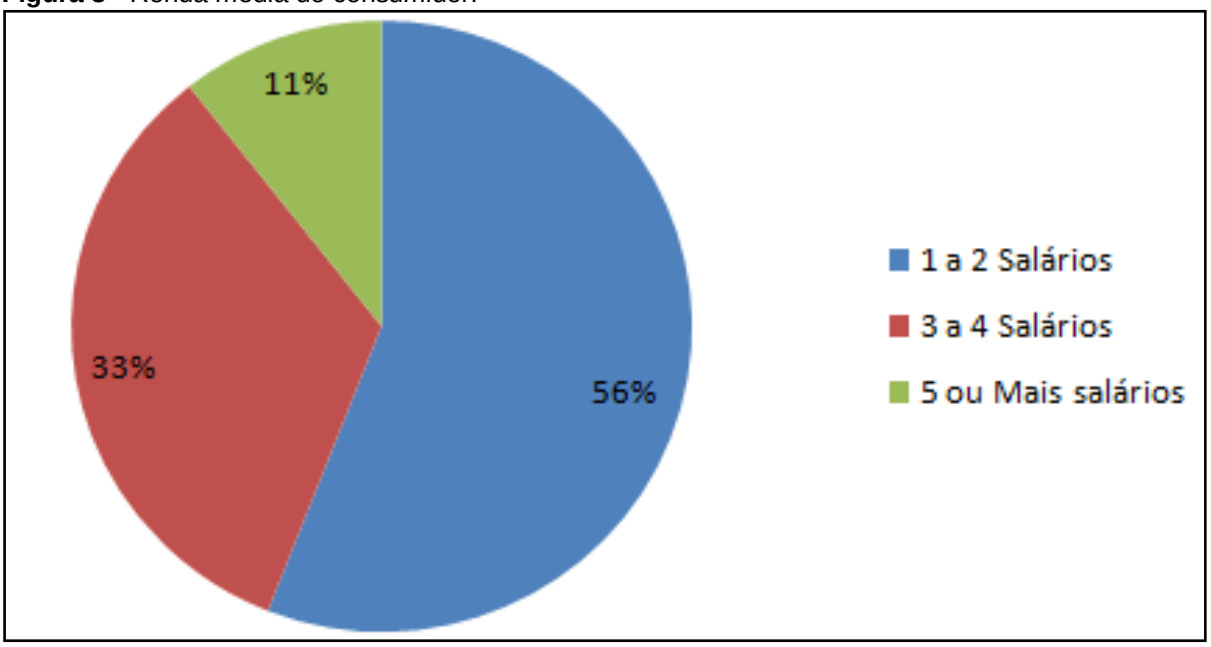
Figura 7 - Distribuição dos entrevistados.



Com relação a renda verificou-se a predominância de 1 a 2 salários mínimos 56%, 3 a 4 salários mínimos 33%, e os que ganham mais que 5 salários mínimos 11% (Figura 8).

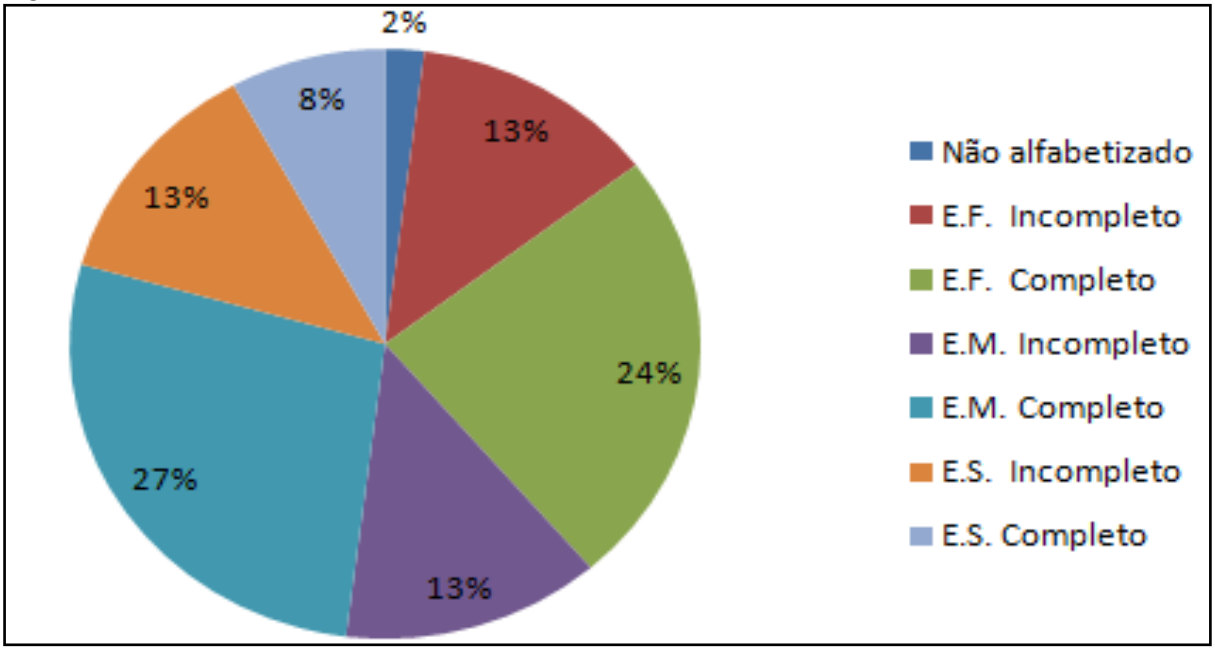
De acordo com a figura 8, nota-se a domínio de consumidores com renda de um a dois salários mínimos, observou-se também que a renda dos consumidores é fator determinante na escolha do local onde preferem comprar o pescado, sendo que os de menor poder aquisitivo demonstraram preferência de aquisição do pescado nas feiras (SILVA; SILVA, 2004).

Figura 8 - Renda média do consumidor.



O percentual apresentado dos entrevistados que possuem o Ensino Médio Completo (27%), condiz com o estudo feito por Costa et al. (2009), no qual o resultado encontrado na avaliação da escolaridade mostra que o consumidor demonstra preocupação com a qualidade do pescado. Verificou-se esta afirmação por meio do questionário, onde se examinava a apreensão da qualidade por parte dos consumidores, pois a maioria dos entrevistados que possuíam o Ensino Médio Completo ou Superior evidenciavam uma visão crítica em relação á qualidade e segurança alimentar do pescado. Por outro lado, o percentual dos não alfabetizados (2%), demonstraram que o fator preço do pescado é o mais importante na decisão de compra do produto (Figura 9).

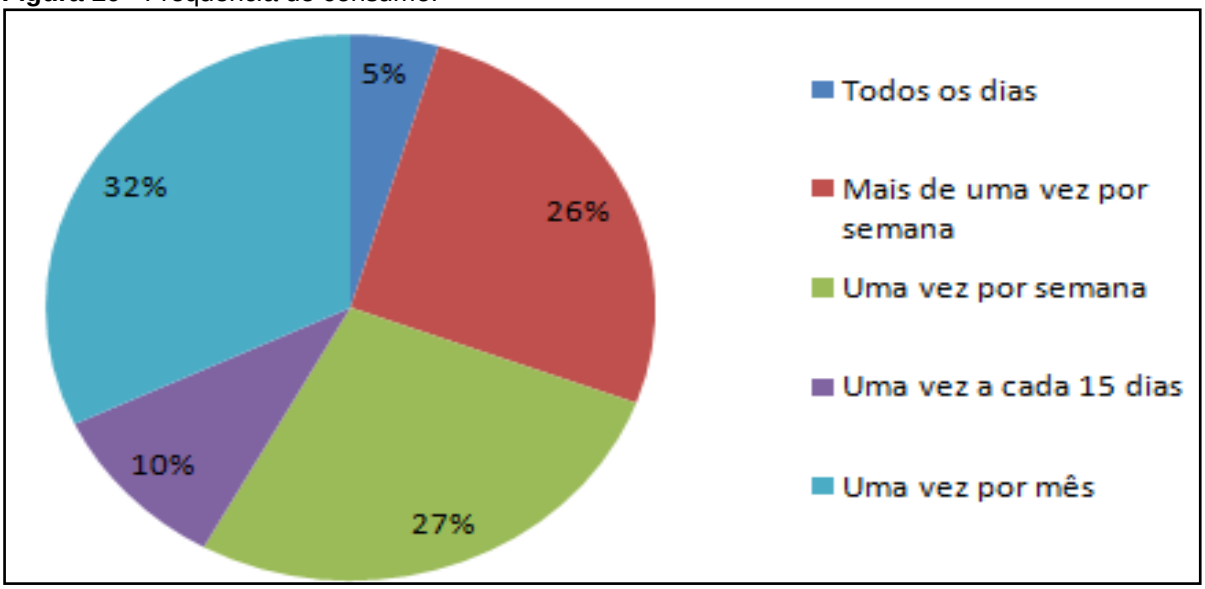
Figura 9 - Nível de escolaridade dos entrevistados.



5.2 HÁBITOS E PREFERÊNCIAS DO CONSUMIDOR DE PESCADO

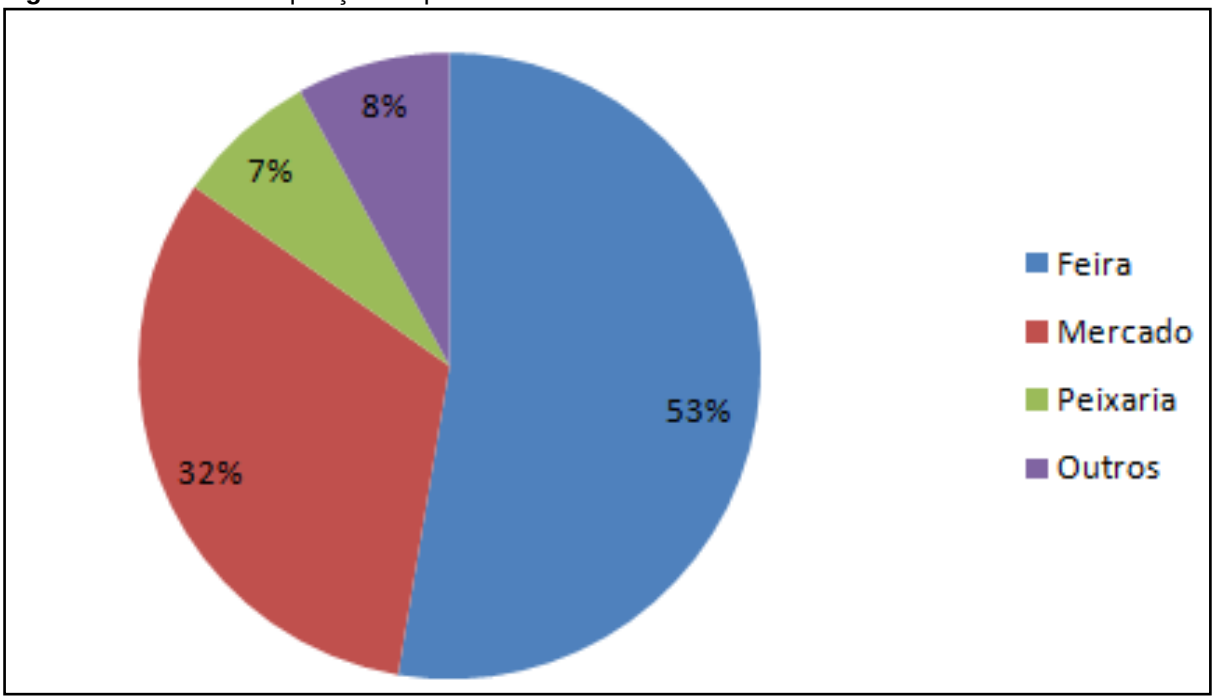
Quanto à frequência de consumo, verificou-se que 32% dos entrevistados consomem peixe uma vez por mês, 27% consomem uma vez por semana, 26% afirma que consome mais de uma vez na semana, 10% a cada 15 dias e 5% disse consumir pescado todos os dias (Figura 10). Para Galvão (2010), o Brasil em geral apresenta um consumo baixo de pescado, especialmente, quando se avalia a imensa extensão do litoral e os recursos fluviais do país.

Figura 10 - Frequência de consumo.



No que diz respeito ao local onde preferem comprar o pescado, os entrevistados responderam o seguinte: 53% feiras, 32% mercados, 7% peixaria e 8% tem preferência por outros locais (Figura 11).

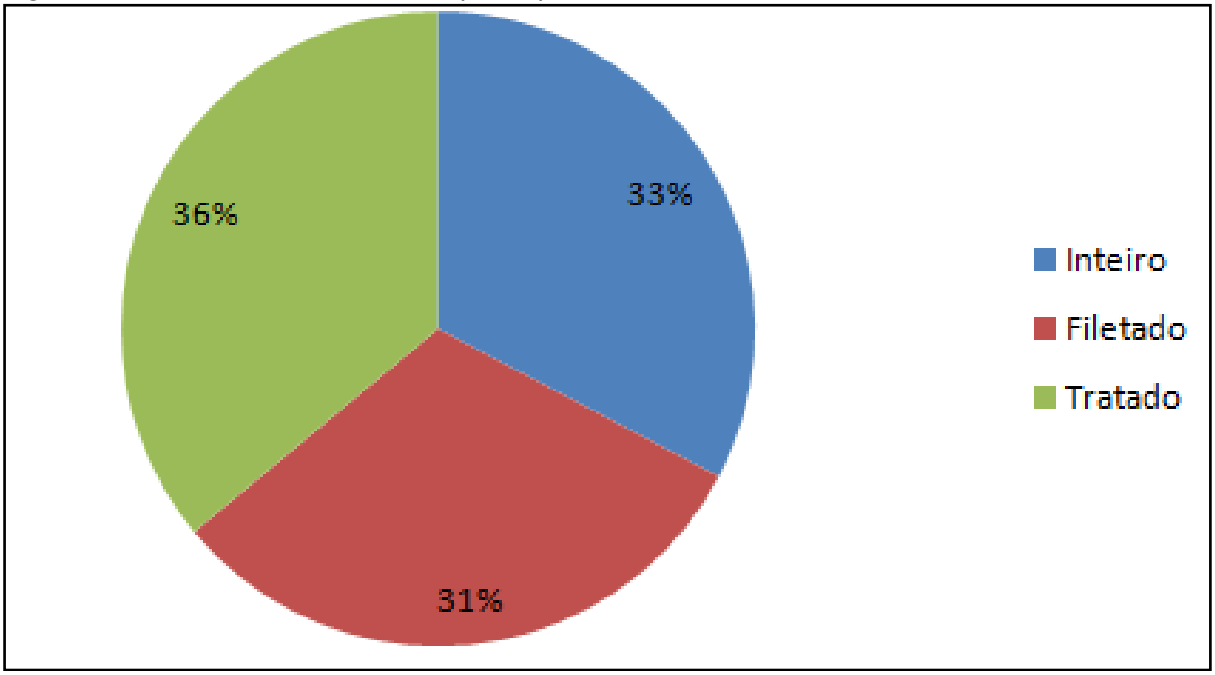
Figura 11 - Locais de aquisição do pescado.



Tais resultados podem variar conforme as regiões brasileiras onde, em alguns estados, o predomínio de compra em peixarias é maior (NETO, 2010).

Quanto à forma que costumam comprar o peixe, 36% dos entrevistados afirmaram que preferem adquirir o peixe já tratado para facilitar no preparo em casa, 33% preferem comprar o peixe inteiro por gostarem de tratar em casa e 31% preferem comprar em forma de filé quando se tratando de espécies nobres. Referente aos que gostam de tratar o peixe, observou-se que são os consumidores de idades mais elevadas (Figura 12).

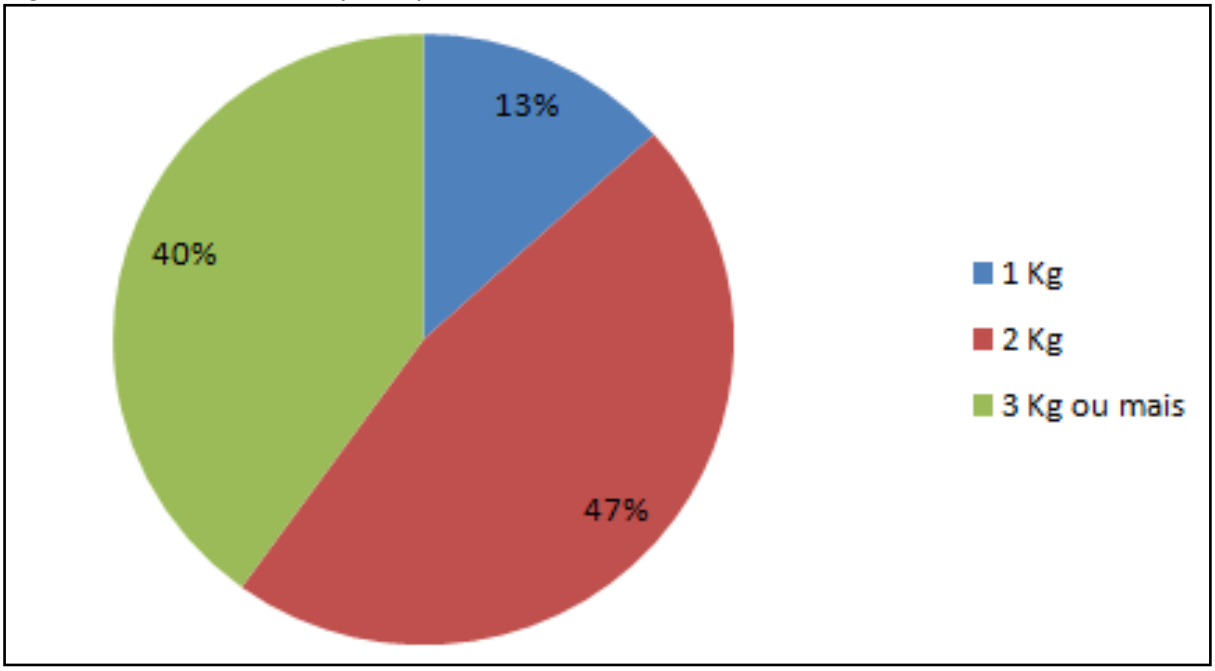
Figura 12 - Forma como costuma comprar o peixe.



Para Rodrigues et al. (2004) os peixes por serem altamente perecíveis, exigem cuidados especiais desde a captura até a comercialização. Em geral, o pescado é comercializado inteiro e pode estar in natura (conhecido como “peixe fresco”), refrigerado ou congelado, tratados e em forma de filé notoriamente evidenciados no presente estudo.

Referente à quantidade que o consumidor costuma comprar por vez: 47% dos entrevistados responderam 2 quilos, 40% afirmaram comprar 3 quilos ou mais e 13% disseram que compram 1 quilo (Figura 13).

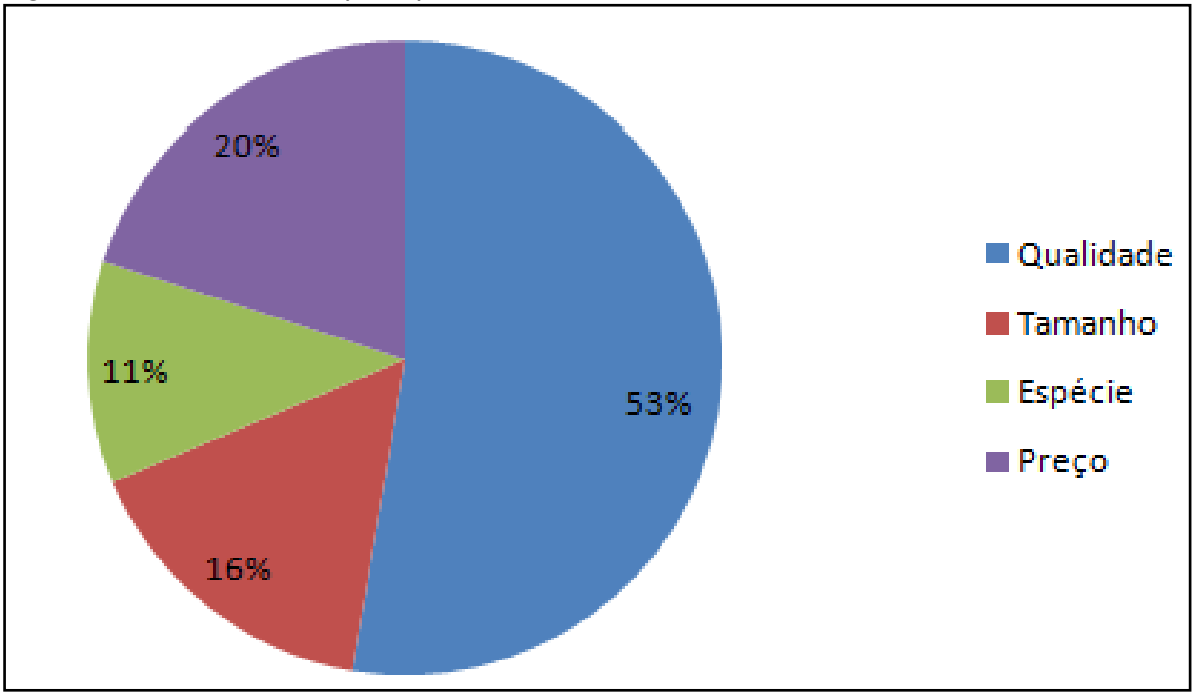
Figura 13 - Quantidade comprada por vez



Qualidade e preço foram vistos como fatores essenciais no processo de escolha do pescado para o consumo, 53% e 20% respectivamente. Isso deve-se ao fato de estarem diretamente relacionados, ou seja, à medida que um produto vai sendo identificado como de maior qualidade, diferenciando-se, ele tende a apresentar maior valor. Assim, um produto ou serviço com qualidade considerada superior não terá sua demanda reduzida em função do preço cobrado (PAIXÃO; BRUNI; LADEIRA, 2008).

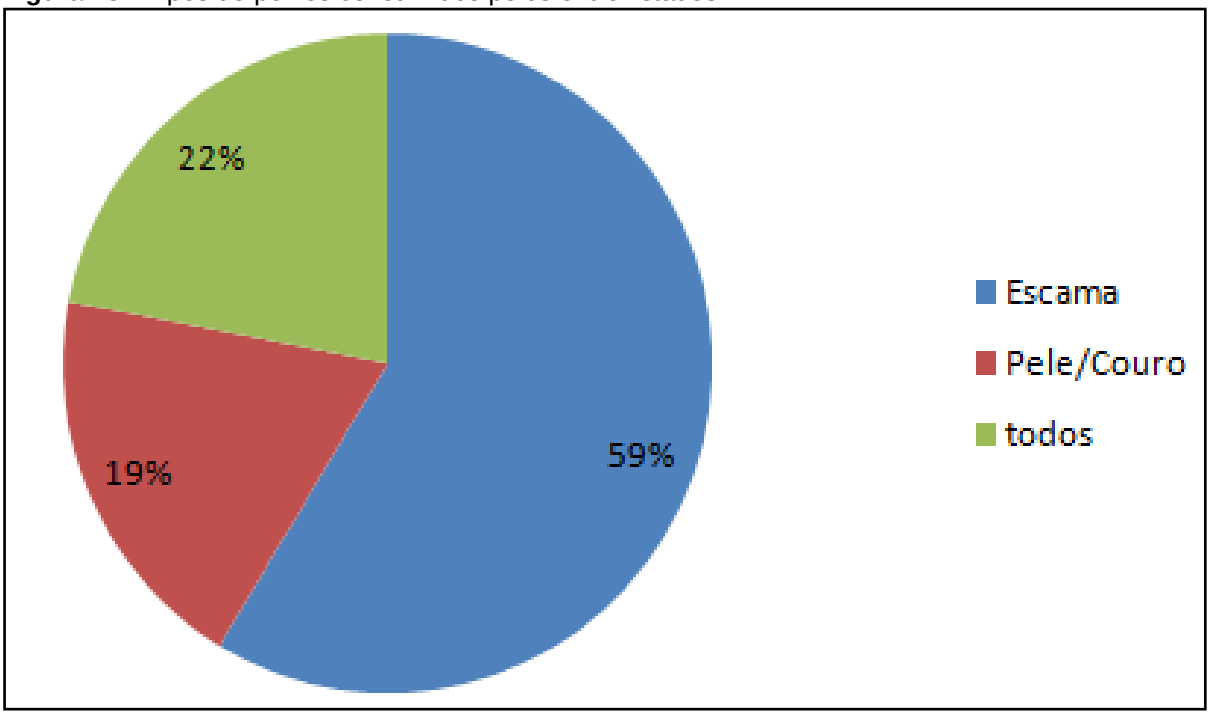
A qualidade é fator de decisão de compra pelos clientes e usá-la como diferencial competitivo pode ser uma poderosa ferramenta para conquista e retenção de consumidores. Deste modo, pode-se deduzir que os consumidores estão dispostos a pagar o preço que acharem compatível com a qualidade apresentada (GARVIN, 2009).

Figura 14 - Como escolhe o peixe para o consumo



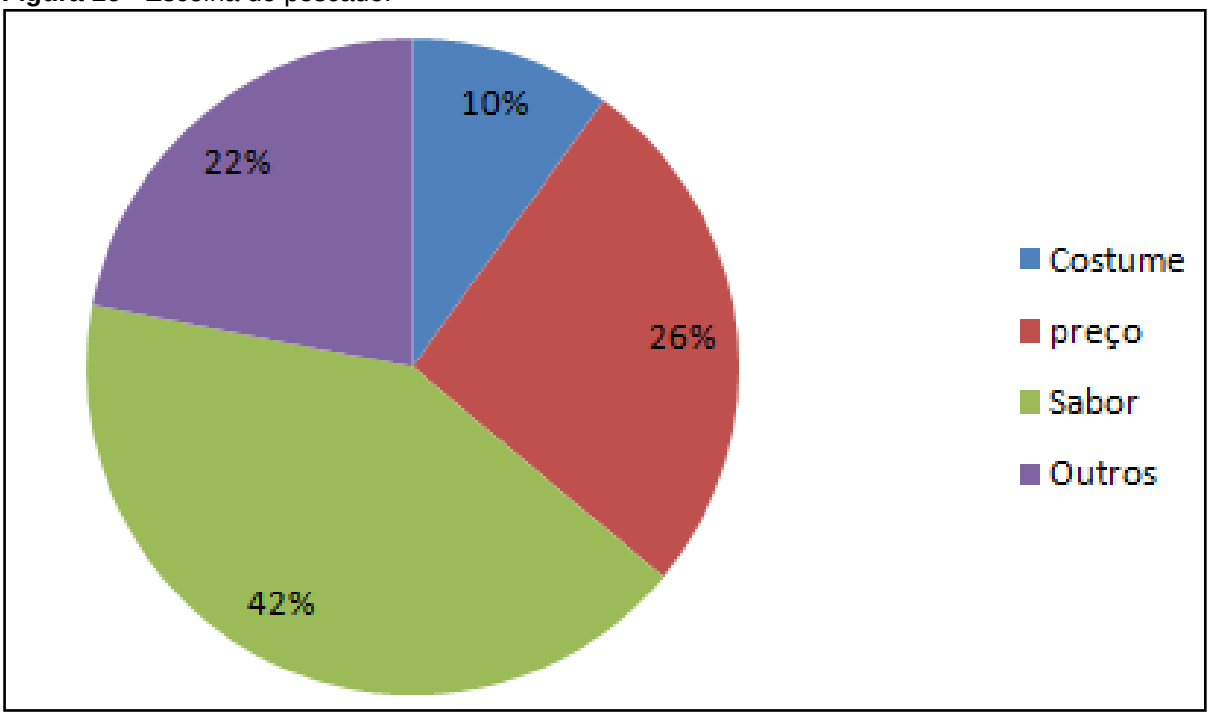
Com relação ao tipo de peixe consumido, 59% preferem as espécies com escamas, 19% de pele/couro e 22% de ambas as espécies (Figura 15).

Figura 15 - Tipos de peixes consumidos pelos entrevistados



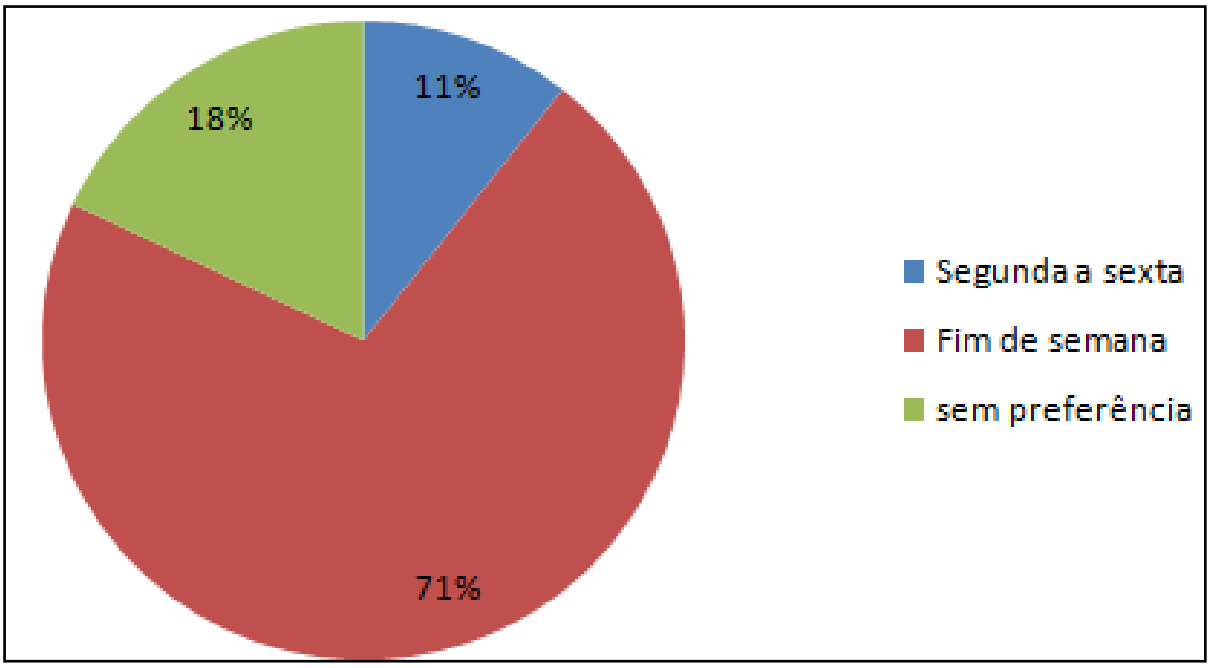
Em relação ao motivo da escolha entre o peixe de escama e o de pele/couro, 42% dos entrevistados relataram que o peixe de escama é mais saboroso, 26% afirmam que escolhem o mais barato, 10% disseram que é pelo costume e 22% diz ter outros motivos para fazer a escolha (Figura 16).

Figura 16 - Escolha do pescado.



A análise dos dias em que os consumidores preferem comprar o pescado revelou que 71% dos entrevistados preferem os finais de semana, enquanto que 18% disseram não ter preferência por dia determinado e 11% afirmaram que é de segunda à sexta-feira (Figura 17). Observou-se que a preferência de comprar o peixe nos finais de semana está diretamente ligado com o costume de comprá-lo na feira, o que foi verificado por meio de análise do questionamento da figura 11.

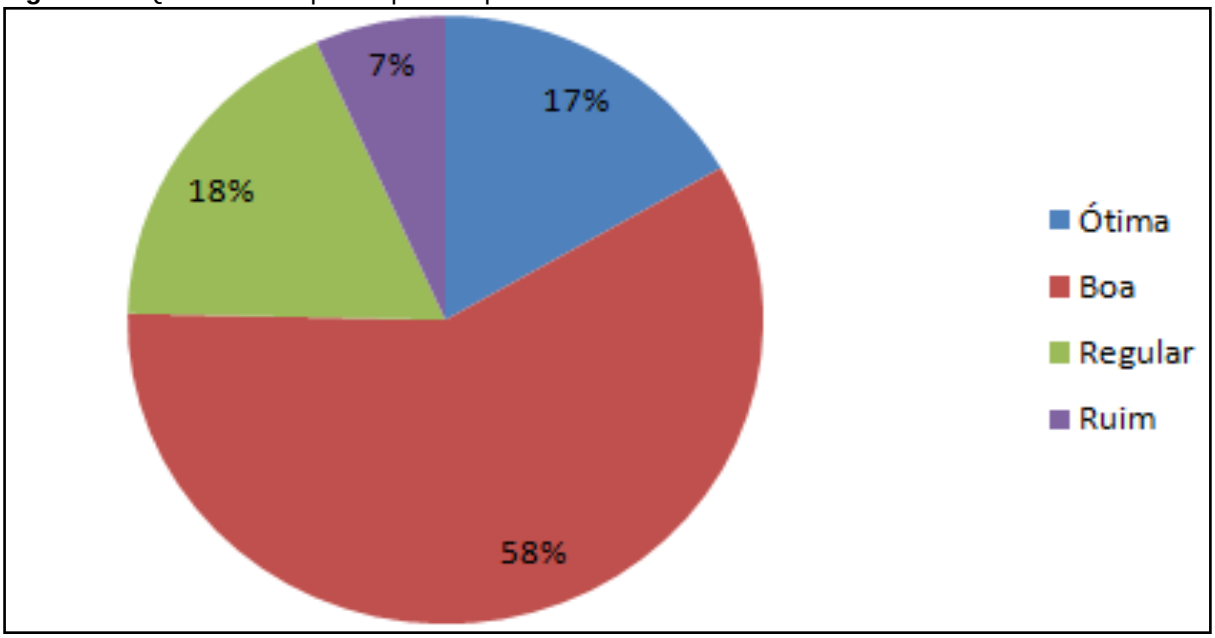
Figura 17 - Dias em que costuma comprar o pescado



5.3 FATORES QUE INFLUENCIAM NO PROCESSO DE DECISÃO DE COMPRA DE PESCADO

O fator qualidade foi considerado como primordial pelos consumidores no processo de compra do pescado. Assim, 58% dos entrevistados afirmaram que o peixe que compram apresenta uma boa qualidade, 18% regular, 17% acham ótima e 7% ruim (Figura 18).

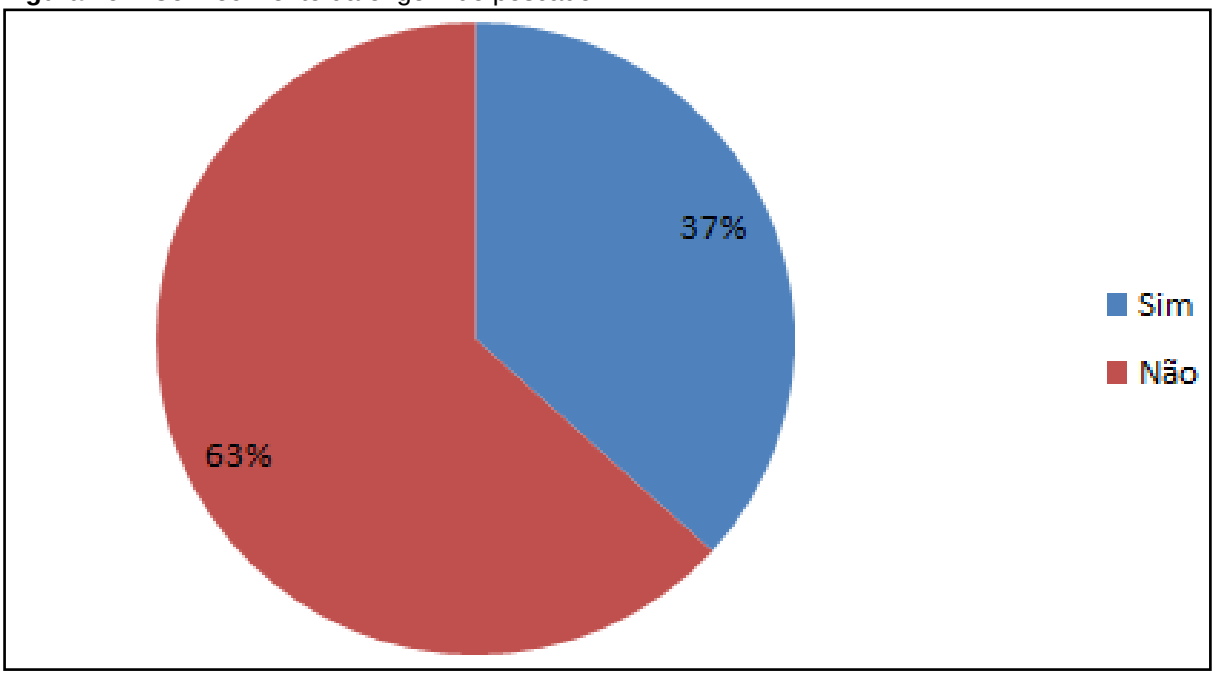
Figura 18 - Qualidade do peixe que compra.



Os resultados obtidos podem não condizer com a real qualidade do pescado avaliado pelos consumidores, pois, notoriamente, os peixes são expostos à comercialização em caixas de isopor abertas e, em quantidade de gelo desproporcional ao recomendado. Há também a exposição a insetos e poeira que pode vir a ser fonte de contaminação e proliferação microbianas, causando, assim, impactos negativos na qualidade dos produtos oferecidos. De acordo com Correia e Roncada (1997) a comercialização de alimentos de origem animal em feiras livres, expostos em ambientes sem refrigeração ou com refrigeração inadequada sem proteção e na presença de poeira e insetos, pode alterar a qualidade do produto.

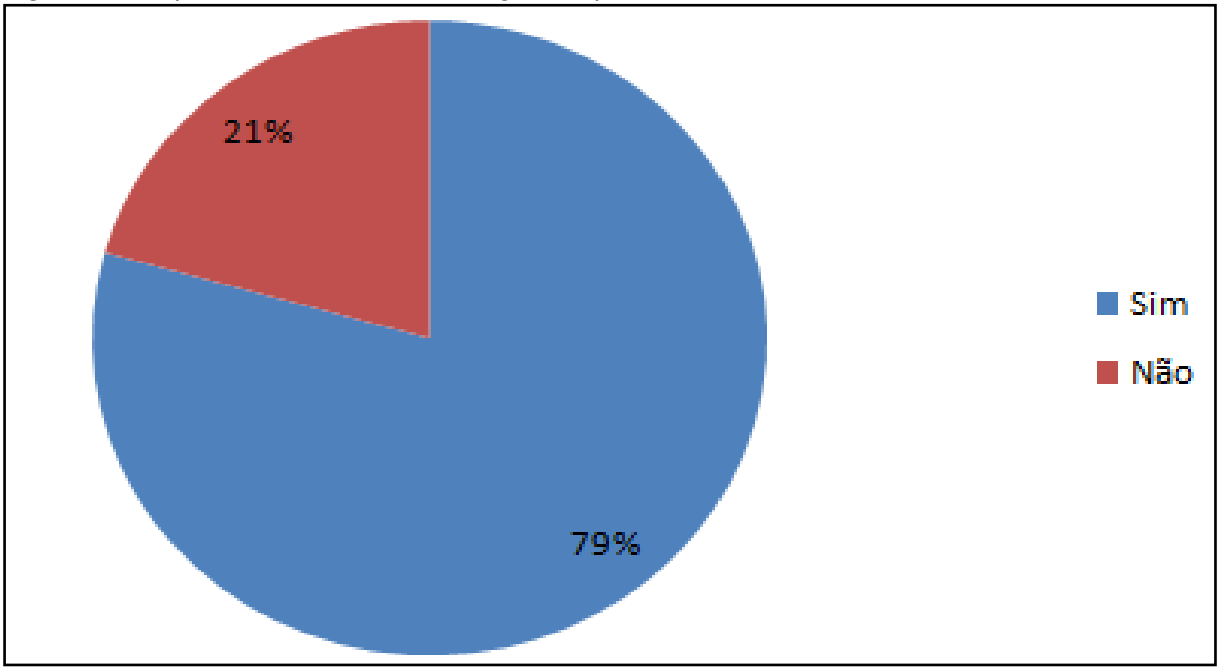
Quanto à origem do pescado que compram, 63% dos consumidores disseram não conhecer, confirmando o estudo feito por Brum *et al*. (2009) e, apenas 37% dos entrevistados afirmaram ter conhecimento da origem (Figura 19).

Figura 19 – Conhecimento da origem do pescado.



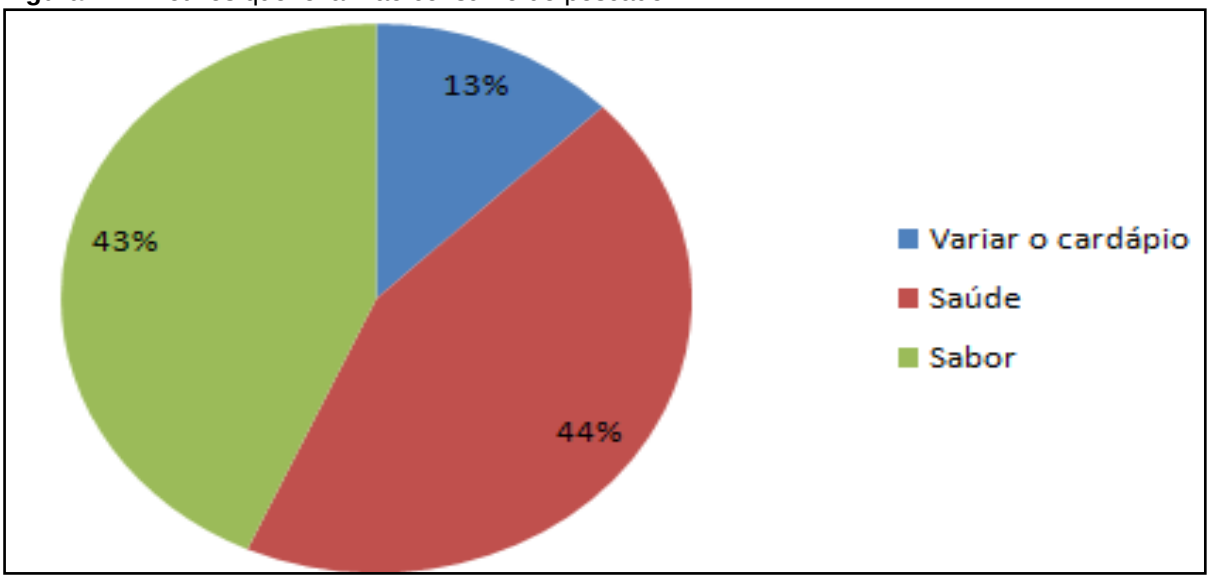
Ainda sobre a origem do pescado, 79% dos consumidores consideram ser importante conhecê-la, já 21% disseram não ter importância o conhecimento da procedência do peixe que consomem (Figura 20).

Figura 20 - Importância de conhecer a origem do pescado.



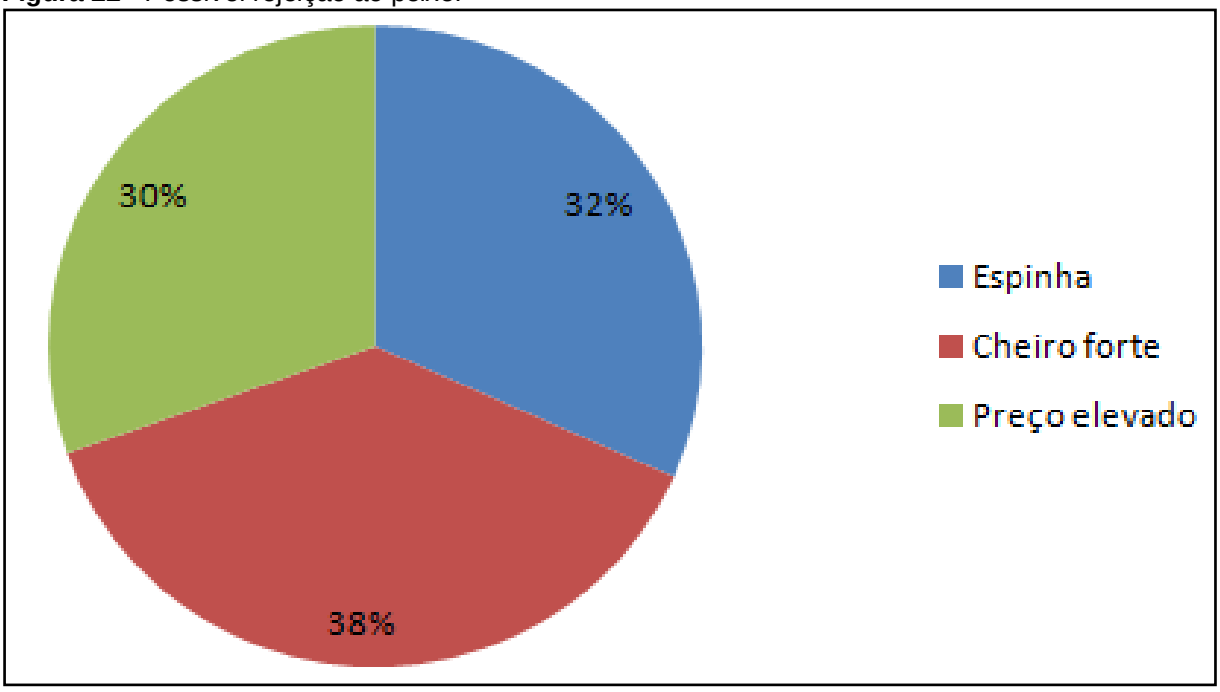
Fator importante que revelou ter bastante influência na decisão de compra foi a preocupação com a saúde. Os dados levantados mostram que 44% dos entrevistados compram peixe por ser uma carne saudável, 43% só compram por ser uma carne saborosa e 13% consomem apenas para variar o cardápio (Figura 21). Tal resultado se apresenta de maneira semelhante à pesquisa realizada por Kubitza (2002) a qual demonstrou que as principais razões para o consumo de pescado é o prazer em comer uma carne gostosa e saudável.

Figura 21 - Motivos que levam ao consumo de pescado.



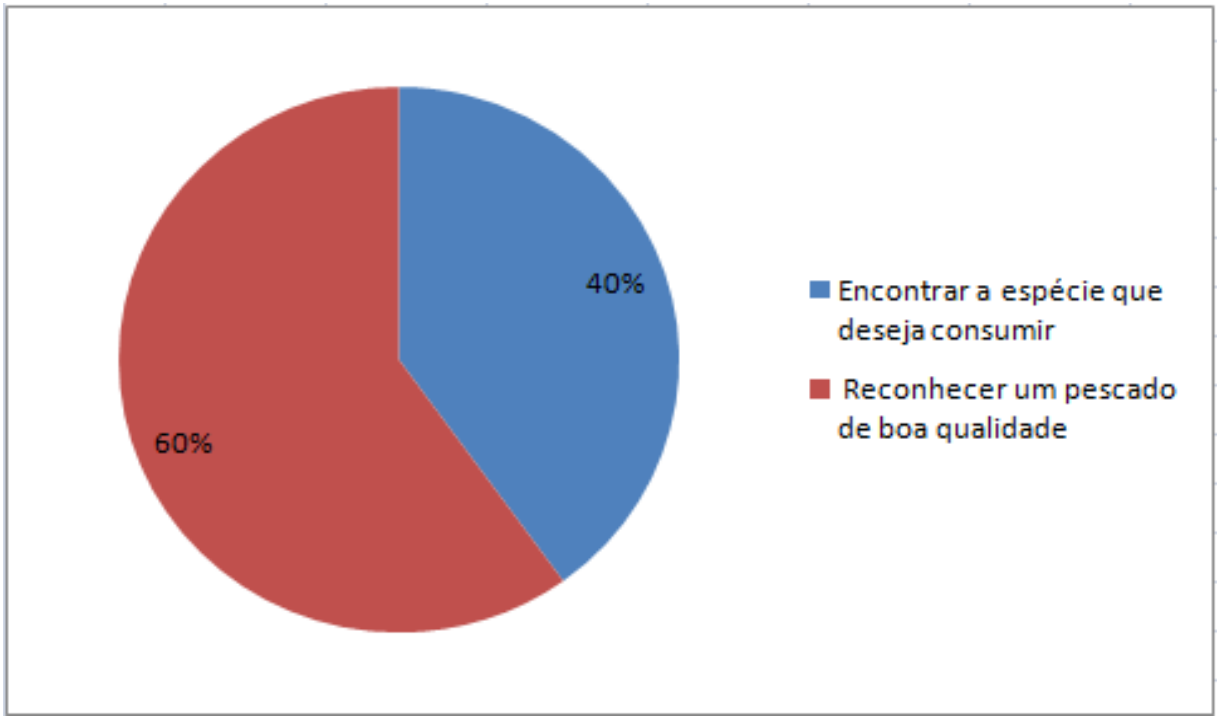
Questionados sobre fatores que influenciariam possíveis rejeições ao consumo de peixe, 38% dos entrevistados afirmaram que o cheiro forte é fator limitante ao consumo, 32% acham que as espinhas podem inviabilizar o consumo de pescado, já para 30% dos pesquisados o preço é decisivo na motivação de compra (Figura 22).

Figura 22 - Possível rejeição ao peixe.



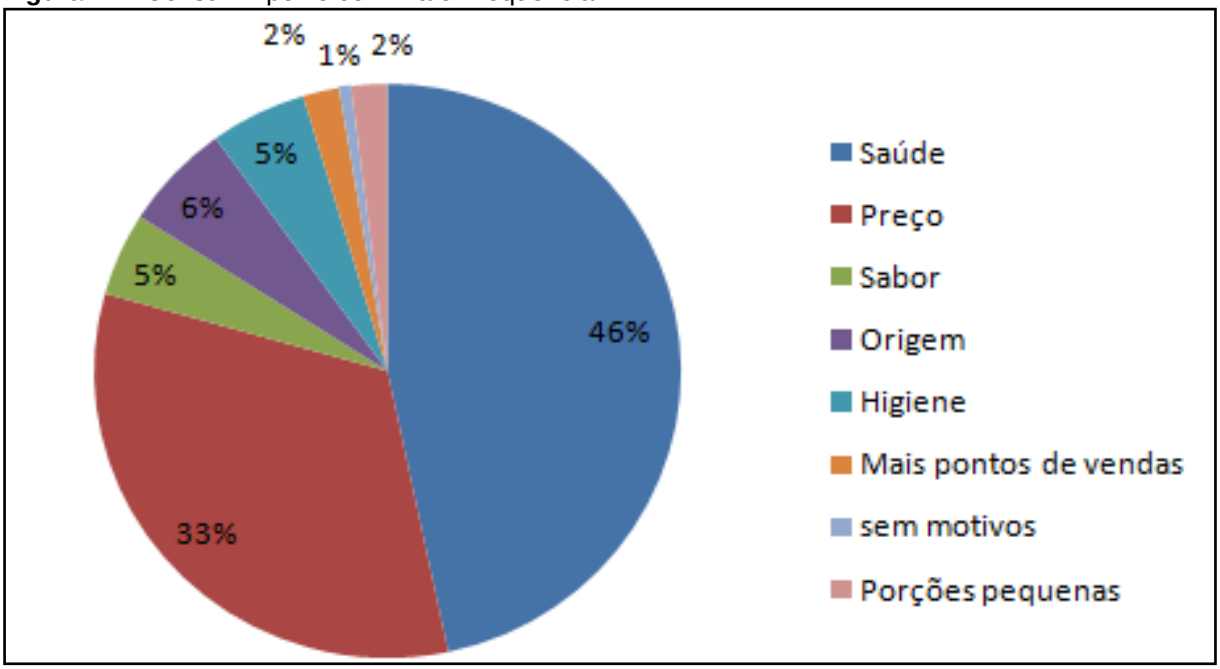
A questão que possibilitou elencar as dificuldades que os consumidores possuem no ato da compra de um peixe retrata o seguinte: 60% dos entrevistados afirmaram ser difícil reconhecer a qualidade do pescado e, 40% encontrar a espécie que deseja consumir (Figura 23). O mesmo foi observado por Kubitza (2002) em que, na opinião dos entrevistados, a dificuldade mais frequente na hora de decidir pela compra do pescado é a inabilidade em determinar se o pescado é fresco.

Figura 23 - O que acha mais difícil no ato da compra do peixe.



No questionamento sobre quais motivos fariam o entrevistado consumir peixe com maior frequência (Figura 24), obteve-se várias respostas, pois, tratava-se de uma pergunta aberta, mas as respostas predominantes foram saúde (alimentação saudável) e preço com 46% e 33%, respectivamente. São essas as variáveis fundamentais na decisão de compra do pescado.

Figura 24 - Consumir peixe com maior frequência.



6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com as argumentações feitas neste trabalho e os resultados obtidos se conclui que os fatores de decisão de compra mais expressivos são qualidade e preço, os quais impulsionam o consumo. A busca por uma alimentação saudável se mostrou também como fator importante que tem contribuído para aumentar o consumo de pescado.

Os consumidores de peixe preferem comprá-lo nas feiras livres e de preferência nos finais de semana, alegando que nestes locais os preços são menores e a variedade de produtos de pescado é maior do que nos supermercados.

Os interessados em investir na produção e comercialização de produtos da aquicultura devem ficar atentos às aspirações de seu público alvo. Pesquisas de opinião podem elucidar diversas dúvidas dos comerciantes e auxiliar na definição de estratégias para a implementação de planos de comercialização.

O consumo de pescado em Palmas tem potencial para ser ampliado, tendo em vista o crescimento da piscicultura na região, portanto, dependerá de melhorias no setor de comercialização e uma ampla divulgação do produto, aumento dos pontos de vendas (peixarias), mudando, assim, a cultura da aquisição em sua maioria nas feiras e finais de semana.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Secretaria Especial de Aquicultura e Pesca. **Pescado Fresco**. Brasília-DF, 2007. Disponível em: <http://www.abrasnet.com.br/pdf/cartilha_pescado.pdf>. Acesso em: 12 de Julho de 2014.

_____. Ministério da Agricultura e do Abastecimento. Portaria nº. 185, de 13 de Maio de 1997. **Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade de Peixe Fresco (Inteiro e Eviscerado).** Brasília-DF, 1997. Disponível em<www.cidasc.sc.gov.br/ inspecao/files/2012/08/portaria-185-1997.pdf.> Acesso em 27 de agosto de 2014.

_____. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Decreto nº. 30.691 de 29 de Março de 1952. **Aprova o novo Regulamento da Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal**. Brasília-DF, 1952. Disponível em: < http://www.agricultura.gov.br/arq_editor/file/Aniamal/MercadoInterno/Requisitos/Regulamentoinspecaoindustrial.pdf> Acesso em: 27 de Agosto de 2014.

_____. Ministério da pesca e Aquicultura. **Boas Práticas de Manipulação de Pescado**. Brasília-DF, 2011. Disponível em: <http://mpa.gov.br/images/Docs/ Publicidade/cartilha_pescadores_20x16cm2.pdf>. Acesso em 26 de agosto de 2014.

. Ministério da Pesca e Aquicultura. **Boletim Estatístico da Pesca e Aqüicultura - Brasil 2010.** 129 páginas. Brasília-DF, 2012. Disponível em: <http://www.mpa.gov.br/images/Docs/Informacoes_e_Estatisticas/Boletim%20Estat%C3%ADstico%20MPA%202010.pdf>. Acesso em: 24 de agosto de 2014.

_____. Ministério da Saúde. **Guia alimentar para a população brasileir**a: promovendo a alimentação saudável. Brasília-DF, 2006. 210p. (Série A. Normas e Manuais Técnicos).

BRUM, A.; FERREIRA, A.; PASSOS, A.; SANTOS T**. Perfil do consumo de pescado na cidade de Açailândia-MA.** In: CONGRESSO DE PESQUISA E INOVAÇÃO DA REDE NORTE E NORDESTE DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA, 4, 2009. Belém-PA. Anais eletrônicos... Belém, PA, CONNEPI, 2009. Disponível em: <http://connepi 2009.ifpa.edu.br/connepi-anais/artigos/49_2380_2069.pdf>. Acesso em: 22 de Nov. 2014.

CARNEIRO, Henrique Soares. **Comida e sociedade**: uma história da alimentação. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

COBRA, Marcos. **Marketing Básico**: uma abordagem brasileira. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

CORREIA, M.; RONCADA, M. J. Características microscópicas de queijos prato, mussarela e mineiro comercializados em feiras livres da Cidade de São Paulo. **Rev. Saúde Pública**, v.3, nº. 31, p.296-301, 1997.

COSTA, A. D.; ALMEIDA, I. C.; OLIVEIRA, J. S. **Mercado e perfil do consumidor de peixe no Estado do Pará**. Pôster comercialização, mercados e preços. Pará, 2009.

EVANGELISTA, J. **Tecnologia dos Alimentos**. 2ª ed. São Paulo: Ateneu, 2000.

GALVÃO, J. A. **Boas práticas de fabricação**: da despesca ao beneficiamento do pescado. [internet]. 2010. Disponível em: ftp://ftp.sp.gov.br/ftppesca/IIsimcope/oficina_juliana_galvao.pdf. Acesso em: 02 de out. 2014.

GARVIN, D. A. A qualidade como diferencial competitivo. [internet]. 2009. Disponível em: http://www.totalqualidade.com.br/2009/12/qualidade-como-diferencial-competitivo.html. Acessado em: 03 de nov. 2014.

GERMANO, Pedro Manuel Leal; GERMANO, Maria Izabel Simões; OLIVEIRA, Carlos Augusto Fernandes de. Aspectos da qualidade do pescado de relevância em saúde pública. **Revista higiene alimentar**. São Paulo: v. 12, n. 53, p.30-37, jan./fev., 1998.

Google Maps. **Palmas-TO**. [internet]. Disponível em: https://www.google.com.br/maps/place/Palmas+-+TO/@-10.2600597,-48.3472344,11z/data=!3m1!4b1!4m2!3m1!1s0x933b3439911f1257:0x93b8070d05c818f. Acesso em 15 de Ago. 2014.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

KUBITZA, F. Com a palavra os consumidores. **Panorama da Aquicultura,** v. 12, n. 69, p. 48-53, 2002.

LAS CASAS, Alexandre Luizzi. **Marketing**: conceitos, exercícios, casos. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

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 mapá, 2010.

OLIVEIRA, Rafael C. de. **O Panorama da aquicultura no Brasil: a prática com foco na sustentabilidade. Revista Intertox de Toxicologia, Risco Ambiental e Sociedade,** vol. 2, nº 1, fev, 2009. Disponível em: http://intertox.com.br/phocadownload/Revinter/v2n1/rev-v02-n01-05.pdf. Acesso em: 20 de Ago. de 2014.

Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura – FAO. **Incrementar o consumo e o comércio inter-regional de pescado pode contribuir para a luta contra a fome na América Latina e Caribe**. [Internet]. Santiago do Chile, 02 de setembro de 2013. Disponível em: www.onu.org.br/**consumo**-**per**-**capita**-de-peixes-cresce-no-brasil-diz-**fao**/ Acesso em: 22 de Set. 2014.

PAIXÃO, R. B.; BRUNI, A. L.; LADEIRA, R. **Preço *versus* qualidade**: um estudo com consumidores soteropolitanos. [internet]. 2008. Disponível em: http://www.infinitaweb.com.br/albruni/artigos/a0608_Slade_Preco_Qualidade.pdf. Acesso em: 12 de Out. 2014.

PIMENTEL, Luís Paulo Silva; PANETTA, José Cezar. Condições higiênicas do gelo utilizado na conservação de pescado comercializado em supermercados da Grande São Paulo: parte 1, resultados microbiológicos. **Higiene Alimentar**, São Paulo, vol. 17, nº. 106, pp. 56-63, mar. 2003.

ROCHA, Angela da; CHRISTENSEN, Carl. **Marketing**: teoria e prática no Brasil. 2 ed., São Paulo: Atlas, 1999.

RODRIGUES, M. S. M.; RODRIGUES, L. B.; CARMO, J. L.; JÚNIOR, W. B. A. e PATEZ, C. Aproveitamento Integral do Pescado com Ênfase na Higiene, Manuseio, Cortes, Salga e Defumação. Anais do 2º Congresso Brasileiro de Extensão Universitária. Belo Horizonte – 12 a 15 de setembro de 2004. Disponível em: <http://www.ufmg.br/congrext/Tecno/Tecno7.pdf>. Acesso em: 10 de out. 2014.

ROSA, M. P. **Os fatores que influenciam na qualidade do pescado**. Monografia. Pós-Graduação em Saúde Pública. Universidade de São Paulo, Faculdade de Saúde Pública. São Paulo, 2001.

SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira. **Cálculo amostral**: calculadora on-line. Disponível em: <http://www.calculoamostral.vai.la>. Acesso em: 23 de setembro de 2014.

SARTORI, Alan Giovanini de Oliveira; AMANCIO, Rodrigo Dantas. **Pescado: importância nutricional e consumo no Brasil**. Segurança Alimentar e Nutricional, Campinas, 19(2): 83-93, 2012. Disponível em: <http://www.unicamp.br/nepa/arquivo_san/volume_19_2_2012/19-2_artigo-7.pdf>. Acesso em: 24 de ago. 2014.

SCHIFFMAN, L. G.; KANUK, L. L. **Comportamento do consumidor**. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

Serviço brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas - SEBRAE. **Piscicultura de água doce é a opção mais viável para suprir demanda crescente**. Boletim Sebrae, nº. 5, Agosto, 2012. Disponível em: <http://www.sebrae2014.com.br/sebrae/sebrae%202014/boletins/cuiaba_boletim_2014_agosto.pdf.> Acesso em: 20 de ag. 2014.

SILVA, Eduardo Roberto da; SILVA, Ruth Rumiko Hashimoto da. **Conservação de Alimentos.** 5º ed., São Paulo: Editora Scipione, 1997 – Série o universo da ciência.

SILVA, L. M. A.; SILVA, S. L. F. Fatores de Decisão de Compra de Pescado nas Feiras de Macapá e Santana – Amapá. **Boletim Técnico-científico CEPNOR** / Centro de Pesquisa e Gestão de Recursos Pesqueiros do litoral Norte. Vol. 4, n. 1, p.89-98, Belém-PA, 2004.

SOUZA, Michelle Carvalho de et al. Emprego do frio na conservação de alimentos. **Enciclopédia Biosfera**, Centro Científico Conhecer - Goiânia, v.9, n.16, 2013, p. 1027-1046. Disponível em: http://www.conhecer.org.br/enciclop/2013a/agrarias/EMPREGO%20DO%20FRIO.pdf. Acesso em 20 de Ago. 2014.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA DO PERFIL DO CONSUMIDOR DE PESCADO NO MUNICIPIO DE PALMAS-TO

Nº Questionário_____

Local da entrevista / estabelecimento: _____

Senhor (a)_____

Este questionário faz parte da pesquisa intitulada **Perfil do consumidor de pescado no município de Palmas-TO**, que tem como objetivo identificar os possíveis fatores de decisão de compra do pescado nas feiras livres e mercados de Palmas-TO e que possibilitará a realização da monografia (TCC) do curso de Tecnologia em Agronegócio, do IFTO – Campus Palmas, pelo acadêmico Raimundo Pires da Silva.

Questionário socioeconômico

1.Sexo: ( ) Masculino ( ) Feminino

2. Idade: _____

3. Nº de residentes em sua casa:

( ) 1 a 2

( ) 3 a 4

( ) 5 ou mais

4. Reside em qual região de Palmas:

( ) Plano Diretor Norte

( ) Plano Diretor Sul

( ) Taquaralto

5. Renda média mensal (em salários):

( ) 1 a 2

( ) 3 a 4

( ) 5 ou mais

6. Escolaridade:

( ) Analfabeto

( ) Ensino Fundamental Incompleto

( ) Ensino Fundamental Completo

( ) Ensino Médio Incompleto

( ) Ensino Médio Completo

( ) Ensino Superior Incompleto

( ) Ensino Superior Completo

Questionário de Hábitos e Preferências do Consumidor

7. Com que frequência consome peixe?

( ) Todos os dias

( ) Mais de 1 vez por semana

( ) 1 vez por semana

( ) 1 vez a cada 15 dias

( ) 1 vez ao mês

8. Onde o Sr.(a) prefere comprar?

( ) Feiras

( ) Mercados

( ) Peixaria

( ) Outros

9. Quanto à forma que costuma comprar o peixe:

( ) Inteiro

( ) Filetado

( ) Tratado

10. Quantos kg o Sr.(a) compra por vez:

( ) 1 kg

( ) 2 kg

( ) 3 kg ou mais

11. Qual o principal fator de escolha do peixe?

( ) Qualidade

( ) Tamanho

( ) Espécie

( ) Preço

12. Tipo de peixe consumido:

( ) Escama

( ) Pele/Couro

( ) Todos

13. Porque?

( ) Devido ao costume

( ) O preço é menor

( ) O sabor é melhor

( ) Outros_____

14. Quais os dias em que costuma comprar o peixe?

( ) Segunda à sexta-feira

( ) Fim de semana

( ) Não tem preferência

15. Quanto à qualidade do peixe que costuma comprar?

( ) Ótima

( ) Boa

16. O senhor conhece a origem do peixe que compra?

( ) Sim

( ) Não

( ) Regular

( ) Ruim

17. Motivos que levam ao consumo de peixe?

( ) Variar o cardápio

( ) Saúde

( ) Sabor

18. O senhor acredita ser importante conhecer a origem do pescado que consome?

( ) Sim

( ) Não

18. Motivos de possível rejeição ao peixe:

( ) Espinha

( ) Cheiro forte

( ) Preço elevado

19. O que acha mais difícil no ato da compra do peixe?

( ) Encontrar a espécie que deseja consumir

( ) Reconhecer um pescado de boa qualidade

20. Quais motivos o fariam consumir peixe com maior frequência?

_____

_____

_____

APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Senhor (a) participante,

Sou acadêmico do Curso Superior de Tecnologia em Agronegócio, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia – IFTO – Campus Palmas.

Estou realizando uma pesquisa cujo objetivo principal consiste em identificar os possíveis fatores de decisão de compra do pescado nas feiras livres e mercados de Palmas-TO, identificando o perfil socioeconômico dos consumidores de pescado, os fatores que facilitam e dificultam o consumo de pescado e verificar a relação preço/qualidade na hora da compra, estabelecendo algumas bases para a realização de pesquisas futuras sobre essa temática no Campus.

Após ser esclarecido (a) sobre essas informações, no caso de aceitar fazer parte do estudo, assine ao final deste documento, que está em duas vias. Uma delas é a sua e a outra é do pesquisador responsável.

INFORMAÇÕES SOBRE A PESQUISA:

Título da Pesquisa: *Perfil do consumidor de pescado no município de Palmas-TO.*

Responsável: *Raimundo Pires da Silva - Acad. do Curso de Tecnologia em Agronegócio*

Orientador: *Prof. MSc. Alyson Soares da Rocha*

Instituição a que pertence o pesquisador responsável: *Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins – IFTO/Palmas.*

Telefone para contato: *(063) 8497-2478e-mail: raimundopires.dasilva@gmail.com*

Eu,_____
_____

RG. nº _____, declaro ter sido informado (a) e concordo em participar de forma voluntário (a), da pesquisa acima descrita.

Consinto em participar deste estudo e declaro ter recebido uma cópia deste termo de consentimento.

Palmas - TO _____de _____ de 2014.

_____
Assinatura do participante