

PERFIL DE CONSUMIDORES DE PESCADO EM COMUNIDADES UNIVERSITÁRIAS DA REGIÃO METROPOLITANA DE CUIABÁ-MT

Elisangela Alves Sobrinho ARBEX¹, Erika da Silva MACIEL², Jorge Luiz Rodrigues PÉREZ¹,
Luciana Kimie SAVAY-DA-SILVA ^{1*}

RESUMO

Esta pesquisa objetivou avaliar o consumo e perfil dos consumidores de pescado em comunidades universitárias da região metropolitana de Cuiabá-MT. A pesquisa foi realizada com 1.224 voluntários de Instituições de Ensino Superior, públicas e privadas, através da aplicação de questionário estruturado, por meio eletrônico e presencial. Os resultados foram apresentados em porcentagens e distribuição de frequência. Verificou-se que 32,2% dos participantes raramente consomem pescado, os peixes redondos são os preferidos no momento da compra (48%) e 50,8% dos participantes costumam realizar a compra do pescado em supermercados. Com relação aos atributos levados em consideração no momento da compra/consumo do pescado, a maioria dos voluntários relatou ser “extremamente importantes”: a higiene do ponto de venda (78,3%), textura e consistência (60%), frescor (67,7%) e sabor (65,6%); 40,5% dos participantes afirmaram que o preço é o fator de maior influência negativa para o consumo dessa matéria prima. Conclui-se que os consumidores de pescado investigados são, em sua maioria, jovens, solteiros, mulheres, com idade entre 18 e 25 anos, com renda família de 2-5 salários mínimos, que consomem pescado com frequência e quantidade inferiores à média mundial, principalmente devido ao preço elevado do produto e a valorização de atributos de qualidade.

Palavras-chave: questionário estruturado; disponibilidade do pescado; preço; qualidade.

FISH CONSUMER'S PROFILE IN UNIVERSITY COMMUNITIES OF THE METROPOLITAN REGION OF CUIABÁ - MT

ABSTRACT

The objective of this research aimed to evaluate the consumption and profile of fish consumers in university communities in the metropolitan area of Cuiabá-MT. In this research participated 1,224 volunteers from academic institutions, publics and privates, through the application of a structured questionnaire was conducted, both electronically and personal interviews. The results presented in percentages and frequency distributions. It was found 32,2% of the participants eat fish rarely, the round fish are the favorites in the buying moment (48%) and more than half of the participants (50,8%) used to buy fish in the supermarket. In relation to the attributes taken under consideration when buying or fish consumption, most volunteers reported being “extremely important”: the hygiene point of sale (78,3%), texture and consistency (60%), freshness (67,7%) and flavor (65,6%); 40,5% of the participants said that the price is the factor that has the greatest negative influence on consumption. The conclusion is that fish consumers evaluated are mostly, young, single, women, between the ages of 18 and 25, with a family income of 2-5 minimum salary, who consume fish with the frequently lower than the world average, mainly due to the high price of the product and the enhancement of quality attributes.

Key words: structured questionnaire; availability; price; quality.

Artigo Científico: Recebido em 16/11/2017; Aprovado em 08/08/2017

¹Departamento de Alimentos e Nutrição, Faculdade de Nutrição, Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Av. Fernando Corrêa da Costa, 2367, Boa Esperança, 78060-900, Cuiabá, MT. Tel. (65) 3615-8596. *E-mail: lukimie@gmail.com

²Centro Universitário Luterano de Palmas CEULP-ULBRA, Palmas, TO

INTRODUÇÃO

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2015, a produção total da piscicultura brasileira foi de 483,24 mil t, sendo esse valor 23,12% maior que o total produzido em 2013. A Região Norte foi a que apresentou os maiores índices de produção, sendo o estado de Rondônia classificado em primeiro lugar entre os estados com maior produção do país, com um total de 84,49 mil t de peixes. O Mato Grosso, por sua vez, caiu para a terceira posição, com 47,44 mil t (BRASIL, 2015).

Juntamente com a produção, temos vivenciado um aumento do consumo aparente anual de pescado, passando de 9,9 Kg *per capita* na década de 1960 para 19,7 Kg *per capita* em 2013 (FAO, 2016). Isso se deve, principalmente, à busca por alimentos mais saudáveis.

Segundo MACIEL *et al.* (2012), o pescado, dentre os outros alimentos, se destaca por suas características nutricionais e sua associação com a qualidade de vida, fatores que o fazem cada vez mais valorizado em todo o mundo. Contém, comparativamente a outros produtos de origem animal, proteína de alta digestibilidade e valor biológico, pois possui, na maioria das espécies, completa composição em aminoácidos essenciais. Além disso, a carne do pescado é rica em minerais como cálcio, fósforo, ferro, magnésio, potássio, zinco, cobre, selênio e iodo. Com relação às vitaminas, as que aparecem em maior quantidade são a A, D e as do complexo B. Dentre os possíveis benefícios da ingestão regular de pescado, com presença de ácidos graxos poliinsaturados ômega-3, estão: redução do risco de Acidente Vascular Cerebral (AVC); depressão; Mal de Alzheimer e morte por doenças cardíacas, além de ajudar na prevenção de alguns tipos de câncer (mama, próstata e cólon) e na redução da incidência de aterosclerose (RUXTON, 2011; SARTORI e AMANCIO, 2012; TACON e METIAN, 2013).

Mesmo apresentando todos esses benefícios, o consumo *per capita* aparente de pescado ainda é muito variável, há regiões que no ano de 2013 apresentaram um consumo médio de 26,6 Kg.hab⁻¹.ano⁻¹ (países industrializados) e outras com um consumo médio de 7,6 Kg.hab⁻¹.ano⁻¹ (países de baixa renda com déficit alimentar) (FAO, 2016).

Conhecer a disponibilidade dos recursos locais, especialmente no que se refere aos alimentos regionais e aos padrões culturais é importante para que se possa compreender como se dão os hábitos

alimentares e padrões de consumo já que alguns podem ser prejudiciais à saúde. Segundo (VAZ e BENNEMAN, 2014), o perfil dos indivíduos, quanto ao comportamento e hábito alimentar, influencia diretamente no estilo de vida, podendo ser favorável ao sobrepeso, obesidade e doenças crônicas não transmissíveis.

Entre as principais razões para o baixo consumo de pescado no Brasil estão: falta de costume e informações; e o elevado preço se comparado aos outros tipos de proteína de origem animal (GRACIA, 2003 e VASCONCELLOS *et al.*, 2013). Além disso, o pescado, muitas vezes, não está disponível aos consumidores na quantidade e qualidade desejados e, atualmente, há um aumento no interesse por alimentos de conveniência, ou seja, de fácil preparo e com atributos de qualidade. A tendência da procura por alimento seguro tem sido outra constante nos últimos anos e vai ao encontro das expectativas dos consumidores (MACIEL *et al.*, 2013a).

VASCONCELLOS *et al.* (2013), realizaram uma pesquisa visando identificar os fatores determinantes para o consumo de pescado em feiras-livres na cidade de Santo André/SP e apuraram que os fatores favoráveis ao consumo são a preferência pela compra de peixe em feiras livres, aparência, firmeza, apresentação fresca, bem como o nível de escolaridade e a renda mensal do entrevistado. E como fatores desfavoráveis ao consumo o preço, presença de espinhas, perecibilidade, odor, etnia, proximidade com os pontos de venda da residência e trabalho, gênero, idade, número de pessoas no lar e a presença de crianças no mesmo.

Nos últimos anos tem-se observado uma mudança no perfil alimentar da população, o que, associado à oferta de pescado de qualidade no mercado interno – com bons preços, conveniência, altos índices de frescor e valor nutritivo, certificado de origem e programas de garantia da qualidade como Selo de Inspeção Federal (SIF), por exemplo – pode direcionar o consumo, em especial pela oferta de novas formas de apresentação deste alimento (GERMANO e GERMANO, 2008; MACIEL *et al.*, 2012).

A população da região metropolitana de Cuiabá-MT é formada por diversas etnias, além de povos indígenas oriundos da região. Essa combinação geográfica, com múltiplas culturas, desenvolveu uma cultura gastronômica rica e baseada em produtos locais. Exemplo disso são os pratos à base de peixe, que se tornaram marco cultural da cidade (FAMATO, 2014).

PEREIRA *et al.* (2010) concluíram em análise da legislação e dos sistemas agroindustriais e de inspeção de peixes existentes no Brasil, que a indústria ainda enfrenta muitos problemas e que a mesma tem potencial para o crescimento na produção e fortalecimento do consumo. Torna-se, então, justificável identificar o perfil dos consumidores de pescado da região de Cuiabá-MT, como forma de auxiliar a colocação dessa matéria prima e seus produtos no mercado.

Assim, o objetivo deste trabalho foi realizar um levantamento de dados sobre o consumo e perfil dos consumidores de pescado em comunidades universitárias da região metropolitana de Cuiabá-MT.

MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa foi realizada por meio de aplicação de um questionário estruturado e validado, adaptado de MACIEL *et al.* (2013b). Fizeram parte do universo do estudo 1.224 participantes voluntários (alunos de graduação, pós-graduação, servidores docentes e não docentes) de Instituições de Ensino Superior, públicas e privadas, das cidades de Cuiabá e Várzea Grande, no Estado de Mato Grosso.

O levantamento de dados ocorreu no primeiro semestre de 2016, e se deu através de: a) abordagem das pessoas que transitavam nas universidades; b) coleta de dados por meio de questionário *online* disponibilizado no portal da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT) (<http://www.ufmt.br/ufmt/site/noticia/visualizar/27735/Cuiaba>) e c) *e-mails* e mídias sociais. Este estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos, CAAE 19089913.5.0000.5541.

As questões contidas no questionário estavam divididas em três categorias, a saber:

Caracterização do entrevistado - este item levantou questões tais como: sexo; idade; categoria dentro da instituição (aluno, servidor ou docente); se era aluno de instituição de ensino pública ou privada; número de pessoas que residem no domicílio; e renda familiar.

Caracterização do consumo - neste item foram considerados: frequência de consumo; fatores que influenciam negativamente no consumo; quantidade consumida; espécie mais consumida; preferência quanto ao local de compra e consumo; à forma de conservação do pescado (fresco, congelado ou pronto para consumo); à forma de apresentação [inteiro,

postas, ventrechas, filés, industrializados processados (porcionados, empanados, enlatados, etc.)].

Satisfação quanto ao pescado ofertado - neste item foi avaliada a escala de satisfação do consumidor com relação: à qualidade do pescado ofertado no mercado; preço; sabor; textura/consistência; frescor; higiene do ponto de venda; o fato de possuir escamas/espínhas; origem do produto; embalagem; valor nutricional; e Selo de Inspeção. As respostas às questões desse item eram de múltipla escolha, estruturadas em uma escala *Likert* de cinco pontos, conforme sua importância: 1= "nada", 2= "muito pouco", 3= "médio", 4= "muito" e 5= "extremamente".

A análise dos resultados foi realizada com o auxílio do *Software Statistical Package for Social (SPSS)*, versão 15.0, considerando o nível de significância $p < 0,05$, também foram realizadas diversas provas de hipóteses paramétricas e não paramétricas, considerando o tipo de distribuição, assim como testes de avaliação dos valores extremos. As respostas obtidas foram submetidas à análise estatística descritiva.

RESULTADOS

Na Tabela 1 observa-se o perfil dos voluntários participantes da pesquisa no que se refere ao sexo, idade, estado civil, categoria da instituição de ensino, número de pessoas que moram na residência e renda familiar.

Em relação ao perfil dos participantes a maioria é do sexo feminino, mora em residências com mais de 4 pessoas, são alunos de graduação de universidade pública e solteiros, sendo a faixa etária com maior representatividade entre 18 e 25 anos.

Com relação ao perfil econômico dos participantes, a maior parte deles apresenta uma renda familiar entre R\$ 1761,00 e 4400,00 (2 a 5 salários mínimos) (Tabela 1).

Com relação à preferência de compra do pescado, no que se refere ao tipo de conservação que o mesmo se encontra, a opção "resfriado" foi a que obteve maior índice de respostas (39,7%), seguido da opção "pronto para consumo" (36%).

A forma de apresentação do pescado preferida pelos voluntários são os filés (35,7%), seguido do pescado inteiro (20,4%) e ventrechas (corte regional, também conhecido como costelinha) (17,1%), e com a menor preferência os industrializados (3,4%) (Tabela 2).

Tabela 1. Perfil dos voluntários, de comunidades universitárias da região metropolitana de Cuiabá-MT, participantes da pesquisa.

Sexo	N	Frequência %
Masculino	479	39,1
Feminino	745	60,9
Idade	N	Frequência %
Menos de 18 anos	32	2,7
Entre 18 e 25 anos	755	61,7
Entre 26 e 32 anos	211	17,2
Entre 33 e 39 anos	129	10,5
Entre 40 e 46 anos	69	5,6
Acima de 46 anos	28	2,3
Estado Civil	N	Frequência %
Solteiro	914	74,7
Casado	233	19,0
Separado/divorciado	31	2,5
Viúvo	6	0,5
Outros	40	3,3
Instituição de ensino	N	Frequência %
Pública	652	53,3
Privada	572	46,7
Categoria	N	Frequência %
Alunos de graduação	1044	85,3
Aluno de pós-graduação	45	3,7
Mestrado	38	3,1
Doutorado	9	0,7
Servidores docentes	43	3,5
Servidores não docentes	10	0,8
Outros	35	2,9
Quantidade de pessoas que moram na casa	N	Frequência %
1 pessoa	3	0,2
2 pessoas	163	13,3
3 pessoas	282	23,0
Mais de 4 pessoas	776	63,5
Renda Familiar	N	Frequência %
Até R\$ 880,00	120	9,8
Entre R\$ 881,00 e R\$ 1760,00	209	17,1
Entre R\$ 1761,00 e R\$ 4400,00	447	36,5
Entre R\$ 4401,00 e R\$ 7040,00	183	15,0
Entre R\$ 7041,00 e R\$ 8800,00	93	7,6
Acima de R\$ 8800,00	172	14,1

Com relação à frequência de consumo, destaca-se que 32% dos voluntários disseram consumir raramente o pescado em suas refeições. E 43% dos participantes disseram consumir menos de 100 gramas de pescado por

semana. A preferência, com relação às espécies de pescado, foi pelo consumo de peixes redondos (pacu, tambacu, tambaqui, tabatinga) com 48% das respostas, seguido dos peixes de couro (pintado, surubim e bagre) (26%) (Tabela 3).

Tabela 2. Preferências na forma de aquisição do pescado por comunidades universitárias da região metropolitana de Cuiabá-MT.

Conservação do Pescado	Inteiro	Inteiro eviscerado	Postas	Ventrechas*	Filés	Industrializados**	Total %
Resfriado	9,2	6,0	5,6	6,9	11,6	0,6	39,7
Congelado	4,6	2,8	1,6	3,0	11,1	1,1	24,3
Pronto para consumo***	6,7	3,4	4,0	7,2	13,0	1,7	36,0
Totais %	20,4	12,2	11,2	17,1	35,7	3,4	100%

*Ventrechas: corte regional, também conhecido como costelinha; **Industrializados: produtos processados industrialmente, como, por exemplo, *nuggets*, hambúrguer, presunto...; ***Pronto para consumo: produtos disponíveis em *rotisseries*, *buffets*, restaurantes, bares e lanchonetes.

Tabela 3. Frequência, quantidade e espécies de pescado mais consumidas nas comunidades universitárias da região metropolitana de Cuiabá-MT.

Frequência de consumo	n	%
Todos os dias	6	0,5
2 ou mais vezes na semana	84	6,9
1 vez na semana	235	19,2
2 a 3 vezes ao mês	294	24
1 vez ao mês	210	17,2
Raramente	395	32,2
Total	1224	100%
Quantidade consumida por semana	n	%
Menos de 100g	535	43,7
Entre 100 e 200g	319	26,1
Entre 200 e 300g	121	9,9
Entre 300 e 500g	77	6,3
Mais de 500g	27	2,2
Outros	145	11,8
Total	1224	100%
Espécies mais consumidas	n	%
Peixes de couro	321	26,2
Peixes redondos	588	48,0
Peixes de água salgada	178	14,5
Bacalhau e peixes salgados	31	2,5
Frutos do mar	42	3,4
Outros	64	5,2
Total	1224	100%

O local de compra mais citado pelos participantes desta pesquisa foi o supermercado (50,8%). A Feira do Porto de Cuiabá (MT), local tradicional no comércio de hortifrutigranjeiros, grãos, doces e carnes, foi citada como local de preferência para compra do pescado por 12,7% dos voluntários. E no que se refere ao local de

consumo, mais da metade dos entrevistados disseram consumir o pescado em sua própria residência (62,3%), (Tabela 4).

Dentre os principais fatores que influenciam negativamente o consumo de pescado, pela população investigada, está o preço elevado (Tabela 5).

Tabela 4. Local de compra e de consumo de pescado preferidos por comunidades universitárias da região metropolitana de Cuiabá-MT.

Local de compra	N	%
Supermercado	621	50,8
Açougues especializados	124	10,1
Feira do Porto	155	12,7
Direto do produtor/pescador	241	19,7
Feiras livres de bairros	83	6,7
Total	1224	100
Local de consumo	N	%
Na sua casa	762	62,3
Na casa de parentes e amigos	154	12,6
Em restaurantes	214	17,5
No restaurante Universitário	60	4,8
Outros	34	2,8
Total	1224	100

*Feira do Porto: local tradicional na cidade de Cuiabá-MT, onde são comercializados hortifrutigranjeiros, grãos, doces e carnes.

Tabela 5. Fatores que influenciam negativamente o consumo do pescado segundo os voluntários das comunidades universitárias da região metropolitana de Cuiabá-MT.

Fatores negativos	n	%
Preço elevado	495	40,5
Não sabe preparar	219	17,9
Dificuldade para avaliar o produto	60	4,9
Não gosta	167	13,6
Problema de saúde	21	1,7
Disponibilidade no local de compra	171	14,0
Poucos restaurantes ofertam esse produto pronto para consumo	86	7,0
Outros	5	0,4
Total	1224	100%

Observa-se ainda a insatisfação dos participantes quanto à qualidade do pescado disponível no mercado nacional (Tabela 6), sendo “média” (48,8%) a resposta com maior índice de frequência. Ressalta-se que, durante a execução desta pesquisa, não foi apresentada aos voluntários entrevistados, nenhuma referência para determinar o que seriam as características inerentes a um pescado de “qualidade”, tema que pode ser estudado futuramente

considerando que a falta de informação quanto a estas características afetam o consumo do mesmo. O preço foi o fator de influência negativa no consumo mais citado, recebendo uma frequência de resposta de 68,8% entre as escalas “muito importante” e “extremamente importante”. Nos demais atributos de qualidade avaliados observou-se que a porcentagem de respostas afirmando que esses são extremamente importantes variou de 45 a 54% (Tabela 6).

Tabela 6. Frequência de respostas em cada nível da escala para avaliar satisfação e importância dos atributos de qualidade do pescado para consumo, segundo voluntários de comunidades universitárias da região metropolitana de Cuiabá-MT.

Atributos	Escala Likert (%)					Total
	Nada	Muito pouco	Médio	Muito	Extremamente	
Qualidade	6,4	18,1	48,8	18,1	8,6	100
Preço	3,7	4,6	22,9	32,4	36,4	100
Sabor	3,1	1,6	7,1	22,6	65,6	100
Textura/consistência	3,5	1,8	9,2	25,5	60,0	100
Frescor	3,1	2,0	7,0	20,2	67,7	100
Higiene	2,9	2,4	5,2	11,2	78,3	100
Escamado/sem espinhas	4,6	5,6	19,5	22,5	47,8	100
Origem/procedência	3,9	4,9	15,5	26,3	49,4	100
Embalagem	4,1	5,6	18,8	25,7	45,8	100
Valor nutricional	4,7	6,5	15,5	24,7	48,6	100
Selo de inspeção	6,9	7,4	13,1	18,6	54,0	100

DISCUSSÃO

Nota-se que a amostra estudada apresenta um perfil de público potencial (Tabela 1) ao qual, pode-se estimular o consumo de pescado, pois a maioria é jovem, e por serem universitários ainda estão em processo de formação de opinião, sendo propício o investimento em *marketing* a respeito dos benefícios que o consumo de pescado pode trazer para a saúde da população.

Além disso, os voluntários participantes desta pesquisa têm maior preferência pelo consumo em suas próprias residências (62,3%) seguido de restaurantes (17,5%), o que comprova a importância dos hábitos alimentares da região estudada, pois, conforme pesquisa realizada pela Federação da Agricultura e Pecuária do Estado do Mato Grosso (FAMATO), a região metropolitana de Cuiabá desenvolveu uma cultura gastronômica rica e baseada em produtos locais, como os pratos à base de peixe, sendo esses tradicionais na região (FAMATO, 2014).

E quanto a aquisição do pescado, a preferência é para os filés resfriados (35,7%), o que indica uma escolha pela praticidade e rapidez no preparo e no consumo desse tipo de alimento, informações coerentes com o estilo de vida da população avaliada.

O pescado, todavia, é um produto altamente perecível, e tal fato deve ser considerado por todos os atores da cadeia de produção e comercialização, de modo que se faz necessário assegurar ao consumidor as características nutricionais, sensoriais e de qualidade, valorizando corretamente a carne resfriada e a preservação de suas características sensoriais.

Ao se avaliar o elevado índice de preferência pelo pescado pronto para consumo (*rotisseries/restaurantes*) (36% - Tabela 2), nota-se que há uma parcela considerável dos entrevistados que poderia contribuir para o aumento do comércio e consumo de pescado, caso os restaurantes comerciais locais ou os próprios restaurantes universitários ofertassem o mesmo dessa forma.

Os resultados desta pesquisa demonstram também uma baixa preferência por produtos industrializados (3,4%) como *nuggets*, hambúrguer ou presunto, o que é intrigante já que atualmente há uma maior busca por produtos de fácil preparo, motivada pelo novo estilo de vida que atinge principalmente os jovens adultos que é a população mais representativa nesta pesquisa. Entende-se como necessário investimento por parte da indústria, em *marketing* dos produtos

já existentes e desenvolvimento de novos produtos, mais atraentes ao paladar do consumidor e/ou acessíveis economicamente, já que o preço é um dos fatores que mais influenciam negativamente na decisão de consumo.

Em uma pesquisa a respeito de hábitos de consumo de pescado em universidades no Brasil e em Portugal, os autores verificaram baixos índices de consumo desse alimento pelos brasileiros, resultados semelhantes aos encontrados nesta presente pesquisa (Tabela 3). Em ambas as pesquisas houve uma alta frequência de respostas nas opções “raramente” ou “uma vez por mês” entre os brasileiros contrastando com as respostas obtidas para os participantes de origem portuguesa, para os quais se observou que mais de 90% dos participantes consumiam pescado em suas refeições pelo menos uma vez por semana (MACIEL *et al.*, 2016).

Tais dados comprovam a importância deste tipo de pesquisa, pois é preciso caracterizar o perfil dos consumidores de pescado para que ações pontuais sejam aplicadas para estimular esse consumo. VASCONCELLOS *et al.* (2013) relatam a escassez de trabalhos publicados sobre o perfil dos consumidores de pescado no Brasil, e ressaltam a sua importância para identificar os fatores determinantes para o comportamento do consumo alimentar, com a expectativa de se obter dados que promovam a melhoria e a qualidade da comercialização do pescado brasileiro.

A frequência e a quantidade de pescado consumido pela população estudada (Tabela 3) estão abaixo da média mundial. Segundo a FAO (2016), o consumo mundial *per capita* aparente de pescado praticamente dobrou da década de 1960 para o ano de 2013, passando de 9,9 Kg.hab⁻¹.ano⁻¹ para 19,7 Kg.hab⁻¹.ano⁻¹ em 2013. E há uma expectativa de que o consumo *per capita* aparente para os anos de 2014 e 2015 tenha sido maior de 20 Kg.hab⁻¹.ano⁻¹.

Esses resultados comprovam as afirmações relatadas na literatura de que no Brasil o pescado é uma das proteínas animal menos consumida. Verifica-se que no período de 2010 a ingestão média de pescado, pelos brasileiros, foi de 9,75 Kg.hab⁻¹.ano⁻¹ (BRASIL, 2012), enquanto o consumo de aves apresentou uma média de 44,1 Kg.hab⁻¹.ano⁻¹, seguido de bovinos, 35 Kg.hab⁻¹.ano⁻¹ e suínos, 14,8 Kg.hab⁻¹.ano⁻¹ (SANTOS-FILHO *et al.*, 2017).

O consumo de determinado tipo de carne pode ser influenciada pelos hábitos alimentares e tradições de cada região do país, grupo social e

comportamento alimentar da população, percebe-se que essa questão é bem influente no que se refere aos hábitos de consumo do pescado em Cuiabá e região, visto que nessas localidades existem inúmeras festas religiosas ao longo do ano e estas têm forte ligação e representação de comunidades de pescadores, aumentando o consumo de pescado em determinado período.

Por Cuiabá pertencer à região pantaneira, com grande oferta de peixes de água doce, houve preferência dos participantes desta pesquisa pelos peixes redondos, seguido dos peixes de couro, o que já era esperado, reforçando a influência geográfica e climática nas escolhas alimentares da população, que culturalmente desenvolve o hábito de consumir os alimentos que tem maior oferta em sua região (FAMATO, 2014), influenciados ainda pela disponibilidade, acesso e preço.

Ainda sobre as espécies mais consumidas, os resultados apresentados na Tabela 3 são similares aos apresentados por uma pesquisa realizada pela FAMATO em 2014, na qual consta que os peixes redondos foram os favoritos de mais de 48,3% dos entrevistados no município de Cuiabá-MT, seguidos pelos bagres de couro com 28,1% (FAMATO, 2014).

A maior prevalência de compra do pescado em supermercados (Tabela 4), declarada pelos participantes desta pesquisa, é justificada pela comodidade, uma vez que, nesses estabelecimentos, o consumidor adquire diversos outros gêneros de consumo. E também por poder realizar o pagamento do produto a prazo (cartão de crédito) e pela disponibilidade de estacionamento, ar condicionado nas lojas e lanchonetes. Fatores relacionados às condições mais favoráveis de higiene do local e do pescado também podem ser considerados relevantes (KUBITZA, 2002). Outras pesquisas como as realizadas por MACIEL *et al.* (2013a; 2013b) também encontraram resultados semelhantes.

No que se refere ao principal local de consumo do pescado (Tabela 4), resultados similares foram apresentados pela pesquisa realizada pela FAMATO (2014), que teve como principal resposta, quanto ao local de consumo de pescado, a própria residência do entrevistado (76,9%); seguidos por restaurantes (13,9%) e casa de parentes ou amigos (8,4%).

MACIEL *et al.* (2013b) ao avaliarem voluntários também de comunidade universitária, com perfil semelhante ao desta pesquisa identificou que a maioria dos participantes (56,7%) também consumia pescado em sua própria residência e 30,6% em

restaurantes. Esses mesmos autores afirmaram que 63,3% dos voluntários entrevistados consumiam pescado no restaurante universitário, contrariando os resultados obtidos nesta pesquisa realizada na região metropolitana de Cuiabá-MT, na qual somente 4,8% dos participantes afirmaram consumir pescado no restaurante universitário.

O que poderia justificar o baixo consumo de pescado nos restaurantes universitários da região de Cuiabá-MT seria, principalmente, a falta de regularidade na oferta deste produto no cardápio dessas instituições (frequência), pois muitos entrevistados relataram que se esse tipo de proteína fosse ofertado com maior frequência eles estariam dispostos a consumi-la. Além disso, a preferência pela ingestão de outros tipos de carnes, assim como preparações que não agradam os comensais foram outros fatores negativos citados.

O estudo permitiu reconhecer que o preço e desconhecimento sobre o preparo do pescado (Tabela 5) foram os fatores negativos mais relevantes em relação ao consumo. Da mesma forma, em um estudo realizado no Reino Unido, que pesquisou os benefícios do consumo de pescado, percebeu-se que o baixo consumo deste estava mais relacionado às dificuldades no preparo, manuseio e custo do produto do que com características como sabor e cheiro do pescado (RUXTON, 2011).

A influência do preço na frequência e quantidade de pescado consumido pela população estudada foi apontada por 40,5% dos participantes como principal motivo do baixo consumo de pescado (Tabela 5) e por 68,8% como sendo um fator “muito” ou “extremamente” importante no momento da aquisição e consumo do pescado (Tabela 6), confirmando os relatos existentes sobre isso na literatura (MACIEL *et al.*, 2012; MACIEL *et al.*, 2013a; VASCONCELLOS *et al.*, 2013; MACIEL *et al.*, 2016).

Tais resultados corroboram com aqueles encontrados na pesquisa de FAMATO (2014), no qual 40,7% dos entrevistados responderam que se o preço fosse menor eles consumiriam mais pescado e, 33,1% afirmaram que o incluiriam na rotina alimentar, com a intenção de adotar práticas de alimentação mais saudáveis.

Além da forte influência dos altos preços, o consumo de pescado também é prejudicado por inconsistências de qualidade do produto na cadeia de produção (MACIEL *et al.*, 2012). Isso também se comprova nesta pesquisa (Tabela 6), pois os voluntários participantes disseram considerar

extremamente importantes questões como higiene do ponto de venda, frescor, sabor e textura/consistência do pescado, evidenciando que esses atributos são relevantes para a aquisição e consumo, e devem receber uma atenção especial pelos produtores e pelos comerciantes.

SOARES (2007), por sua vez, em sua pesquisa, identificou dois perfis de consumidores de pescado no Brasil. O primeiro é de consumidores mais exigentes quanto a qualidade e regularidade de oferta do pescado, não tendo restrições quanto ao congelamento do pescado e adquirindo o mesmo em grandes varejistas, supermercados e boutiques de pescado. O segundo relaciona a qualidade ao nível de frescor do pescado, mesmo que a regularidade de oferta seja afetada, este perfil considera importante o tempo gasto entre a despesca e a comercialização e prefere adquirir o pescado em feiras, mercados públicos considerando como fator determinante para compra o preço praticado.

Com isso, pode-se afirmar que as características sensoriais são determinantes para que o consumidor faça sua escolha e a preocupação com estas características só reforça que a população está atenta a quesitos que devem ser obrigatoriamente preservados pelos produtores e comerciantes, além de fiscalizados pelos órgãos competentes. VASCONCELLOS *et al.* (2013), apresentam resultados semelhantes, em uma pesquisa realizada em várias feiras livres na cidade de São Paulo, na qual, os consumidores de pescado entrevistados foram questionados sobre a importância atribuída à aparência do produto e as respostas apresentaram associação positiva entre a importância do produto, aparência e consumo do pescado, indicando que a porcentagem de consumo do pescado aumenta proporcionalmente com a melhor aparência do produto comercializado.

As respostas observadas para os atributos de qualidade “origem”, “embalagem”, “valor nutricional”, “escamado e sem espinhas” e “selo de inspeção”, sugerem que a população estudada apresenta uma mudança de seu comportamento, e que talvez esse resultado seja mais notório pela população estudada ser composta em sua maioria por jovens (18 a 25 anos), com maior acesso a informações e por isso mais preocupada com questões de segurança alimentar e qualidade dos produtos adquiridos e consumidos.

Outros estudos (MACIEL *et al.*, 2013a e VASCONCELLOS *et al.*, 2013) trazem resultados que corroboram com os observados na comunidade

acadêmica de Cuiabá e região, pois os resultados da pesquisa desses autores mostram que um dos principais grupos de atributos considerados no momento do consumo de pescado é o grupo do atributo “qualidade” e “aparência”.

Sendo assim, iniciativas de incentivo, provenientes do governo e entidades relacionadas, para que o comércio local possa ofertar o pescado com preço mais acessível e com a qualidade dos produtos assegurada são de grande importância para que a inserção desta proteína na dieta da comunidade universitária seja ampliada. Algumas ações já são realizadas nesse sentido, como, por exemplo, a Semana do Peixe, realizada anualmente pelo Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA), que é um evento de abrangência nacional, com o objetivo de fomentar o consumo de pescado no Brasil através da comercialização do pescado a preços mais acessíveis em redes de supermercado, hotéis e restaurantes cadastrados (MACIEL *et al.*, 2009).

E de abrangência local pode-se citar o Programa Peixe Santo, realizado anualmente, desde 1991, pela Prefeitura Municipal de Cuiabá, que proporciona condições para comercialização, durante a Semana Santa, do pescado produzido localmente, com preços acessíveis, em diversos pontos de venda. No ano de 2017, em apenas três dias de evento, foi realizada a venda de 140 t de peixes, em 30 pontos de comercialização em Cuiabá, resultado 15% superior ao ano anterior (BRASIL, 2017).

Além disso, a implementação na indústria de novas técnicas de processamento e o desenvolvimento de novos produtos de conveniência, utilizando o pescado como matéria prima, são fatores importantes para a mudança desse cenário. Essas são questões complexas e que envolvem vários setores da sociedade, entretanto, podem ser trabalhadas para que tanto o setor produtivo quanto a população possam ser beneficiados, seja pelo ponto de vista nutricional ou com relação a qualidade dos produtos comercializados atualmente.

CONCLUSÃO

O perfil da comunidade universitária estudada da região metropolitana de Cuiabá é de jovens solteiros, maioria do sexo feminino, com idade entre 18 e 25 anos, residindo em casa com 4 ou mais pessoas, tendo uma renda familiar de 2 a 5 salários mínimos, e, que estão consumindo pescado com frequência

e quantidade inferiores àquela recomendada pela Organização Mundial da Saúde e tal fato está diretamente relacionado ao seu elevado preço e indisponibilidade de oferta. São fatores também determinantes da escolha do produto os atributos de qualidade para decidir pela compra do pescado.

AGRADECIMENTOS

Ao Núcleo de Estudos em Pescado (NEPES), da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), por toda colaboração durante o desenvolvimento desta pesquisa.

REFERÊNCIAS

- BRASIL. 2012. Ministério da Pesca e Aquicultura. *Boletim estatístico da pesca e aquicultura: Brasil 2010*. 129 p. Disponível em: <http://sinpesq.mpa.gov.br/preps_cms/download/boletim_2010/boletim_estatistico_mpa_2010.pdf> Acesso em: 02 jun. 2017.
- BRASIL. 2015. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). *Produção da Pecuária Municipal 2015*. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=21> Acesso em: 02 jun. 2017.
- BRASIL. 2017. Secretaria de Trabalho e Desenvolvimento Econômico. *Secretaria apresenta balanço dos três dias de venda do "Peixe Santo"*. Disponível em: <<http://www.cuiaba.mt.gov.br/secretarias/trabalho-e-desenvolvimento-economico/secretaria-apresenta-balanco-dos-tres-dias-de-venda-do-peixe-santo/14498>>. Acesso em: 29 mai. 2017.
- FAMATO – Federação da Agricultura e Pecuária do Estado do Mato Grosso. 2014. *Diagnóstico da Piscicultura em Mato Grosso*. – Instituto Mato-Grossense de Economia Agropecuária (IMEA). Cuiabá, 103 p.
- FAO – Food and Agriculture Organization of the United Nations. 2016 *The State of World Fisheries and Aquaculture: 2016*. Rome, 200 p.
- GERMANO, P. M. L. e GERMANO, M. I. S. 2008. *Higiene e vigilância sanitária de alimentos*. São Paulo: Varela; 629 p.
- GRACIA, F. 2003. A indústria de frutos do mar. In: 13ª REUNIÃO INTERAMERICANA A NÍVEL MINISTERIAL SOBRE SAÚDE E AGRICULTURA, Washington, DC. Disponível em: <<http://www1.paho.org/portuguese/ad/dpc/vp/rimsa13-05-p.pdf>> Acesso em: 20 mai. 2017.
- KUBITZA F. 2002. Com a palavra os consumidores. *Revista Panorama da Aquicultura*, 69 (1): 48-53.
- MACIEL, E. S.; ANGELINI, M.F.C.; SUCASAS, L. F. A.; SAVAY-DA-SILVA, L. K.; GALVÃO, J. A.; OETTERER, M. 2009. Inquérito sobre o consumo de pescado em feira comemorativa da "Semana do Peixe" em cidade do interior de São Paulo. *Revista Ciência e Tecnologia*, 16 (31): 59-68.
- MACIEL, E. D. S.; VASCONCELOS, J. S.; SONATI, J. G.; SAVAY-DA-SILVA, L. K.; GALVÃO, J. A.; OETTERER, M. 2012. Perfil dos voluntários de universidade brasileira a respeito do consumo de pescado. *Segurança Alimentar e Nutricional*, 19 (1): 60-70.
- MACIEL, E. D. S.; SAVAY-DA-SILVA, L. K.; VASCONCELOS, J. S.; SONATI, J. G.; GALVÃO, J. A.; LIMA, L. K. F. D.; OETTERER, M. 2013a. Relationship between the price of fish and its quality attributes: a study within a community at the University of São Paulo, Brazil. *Food Science and Technology*, 33 (3): 451-456.
- MACIEL, E. D. S.; SAVAY-DA-SILVA, L. K.; VASCONCELOS, J. S.; GALVÃO, J. A.; SONATI, J. G.; SILVA, D. D.; OETTERER, M. 2013b. Application of exploratory factor analysis to assess fish consumption in a university community. *Food Science and Technology*, 33 (1): 99-106.
- MACIEL, E. S.; SONATI, J. G.; LIMA, L. K. F.; SAVAY-DA-SILVA, L. K.; GALVÃO, J. A.; OETTERER, M. 2016. Similarities and distinctions of fish consumption in Brazil and Portugal measured through electronic survey. *International Food Research Journal*, 23 (1): 395-402.

- PEREIRA, M. P.; TELLES, E. O.; DIAS, R. A.; BALIAN, S. C. 2010. Descrição do sistema agroindustrial brasileiro de pescado. *Informações Econômicas*, 40 (3): 54-61.
- RUXTON, C. H. S. 2011. The benefits of fish consumption. *Nutrition Bulletin*, 36 (1): 6-19.
- SANTOS-FILHO, J. I.; MIELE, M.; MARTINS, F. M.; TALAMINI, D. J. D. 2017. Mercado. Agência Embrapa de Informação Tecnológica. Disponível em: <http://www.agencia.cnptia.embrapa.br/gestor/frango_de_corte/arvore/CONT000fy1j9mko02wx5ok0pvo4k3z9kscuy.html>. Acesso em: 29 mai. 2017.
- SARTORI, A. G. O. e AMANCIO, R. D. 2012. Pescado: importância nutricional e consumo no Brasil. *Segurança Alimentar e Nutricional*, 19 (2): 83-93.
- SOARES, A. L. S. Melhoria dos mercados internos de produtos pesqueiros na América Latina e no Caribe. Projeto TCP/RLA/3111 da FAO. 2007. Disponível em: <http://www.infopesca.org/sites/default/files/complemento/proyectos/100/La%20situaci%C3%B3n%20en%20Brasil_0.pdf>. Acesso em: 08 ago. 2017.
- TACON, A. G. e METIAN, M. 2013. Fish matters: importance of aquatic foods in human nutrition and global food supply. *Reviews in Fisheries Science*, 21 (1): 22-38.
- VASCONCELLOS, J. P.; VASCONCELLOS, S. A.; PINHEIRO, S. R.; OLIVEIRA, T. H. N.; RIBEIRO, N. A. S.; MARTINS, C. N.; PORFÍRIO, B. A.; SANCHES, S. A.; SOUZA, O. B.; TELLES, E. O.; BALIAN, S. C. 2013. Individual determinants of fish choosing in open-air street markets from Santo André, SP/Brazil. *Appetite*, 68 (1): 105-111.
- VAZ, D. S. S. e BENNEMANN, R. S. 2014. Comportamento Alimentar e Hábito Alimentar: Uma revisão. *Uningá Review*, 20 (1): 108-112.