



**Perfil socioeconômico e preferências de consumidores de tilápias em feiras-livres do baixo rio São Francisco, Alagoas - Brasil**

**Socioeconomic profile and preferences of tilapia consumers at te lower São Francisco river, Alagoas - Brazil**

Daniel de Magalhães Araujo<sup>1</sup>

Alyson do Nascimento Cardoso<sup>2</sup>

Elíne Monteiro Calazans<sup>3</sup>

**Resumo**

Foram entrevistados 104 e 105 consumidores nas feiras-livres de Penedo (PEN) e Porto Real do Colégio (PRC) – Alagoas, Brasil. Ao citarem tilápia como espécie preferida para consumo (26 e 22 consumidores), foram entrevistados para caracterização socioeconômica e das preferências de aquisição e consumo de peixes. Houve maioria de homens em PEN e mulheres em PRC, sendo as idades médias 41,77 e 44,62 anos. Baixas escolaridade e renda familiar são características comuns. Em PEN as carnes preferidas e mais consumidas são as de peixes (42,31% e 38,46%), enquanto em PRC prefere-se a bovina (52,38%), mas consome-se igualmente bovina e de peixes (36,36%). Peixes foram considerados a segunda opção de carne preferida e mais consumida por 42,85 e 41,17% dos entrevistados em PEN e por 36,84 e 27,77% em PRC. Para estes consumidores, que declararam a tilápia como sua espécie preferida, as outras espécies preferidas foram dulciaquícolas: tambaqui e curimatã-pacu (42,11 e 26,32% em PEN; 50,00 e 25,00% em PRC). A maioria dos consumidores prefere comprar tilápias vivas, considera R\$ 6,50 o valor justo pelo quilograma e desiste da compra

<sup>1</sup> Doutor em Zootecnia pela Universidade Estadual Paulista (UNESP), R. da Matança, 176, Poeira, Mal. Deodoro - AL, CEP: 57160-000. E-mail: [daniel.araujo@ifal.edu.br](mailto:daniel.araujo@ifal.edu.br) Orcid: <http://orcid.org/0000-0003-0700-9836>

<sup>2</sup> Graduado em Ciências Biológicas pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL), Av. Lourival Melo Mota, s/n, Tabuleiro do Martins, Maceió – AL. E-mail: [alysonloucoporti@hotmail.com](mailto:alysonloucoporti@hotmail.com) Orcid: <https://orcid.org/0009-0006-7857-9296>

<sup>3</sup> Mestre em Tecnologias Ambientais pelo Instituto Federal de Alagoas (IFAL). R. da Matança, 176, Poeira, Mal. Deodoro - AL, CEP: 57160-000. E-mail: [elinecalazans15@hotmail.com](mailto:elinecalazans15@hotmail.com) Orcid: <https://orcid.org/0009-0009-1215-5337>

se o valor superar dez reais. A imensa maioria dos entrevistados considera boa ou ótima a qualidade da tilápia comercializada nos municípios.

**Palavras-chave:** *Colossoma macropomum*. Cadeia Produtiva de Pescados. Consumidor de Peixe. *Oreochromis niloticus*. Preferência de Consumo de Peixe.

### **Abstract**

Were interviewed 104 and 105 consumers at Penedo (PEN) and Porto Real do Colégio (PRC) street markets – Alagoas, Brazil. When citing tilapia as a preferred species for consumption (26 and 22 consumers), they were interviewed for socioeconomic characterization, and to diagnose fish acquisition and consumption preferences. There were a majority of men in PEN and women in PRC, the mean age being 41.77 and 44.62 years. Lows schooling and family income are common characteristics. In PEN, the preferred and most consumed meats are fish (42.31% and 38.46%), while in PRC beef is preferred (52.38%), but also bovine and fish (36.36%). Fish were considered the second preferred meat option and most consumed by 42.85 and 41.17% of respondents in PEN and 36.84% and 27.77% in PRC. For these consumers, who declared tilapia as their preferred specie, the other preferred species were continental fishes: tambaqui and curimatã-pacu (42.11 and 26.32% in PEN, 50.00 and 25.00% in PRC). Most consumers prefer to buy live tilapias, consider R\$ 6.50 the fair value per kilogram and give up the purchase if the value exceeds R\$ 10,00. The clear majority of respondents consider the quality of tilapia marketed in municipalities good or great.

**Palavras-chave:** *Colossoma macropomum*. Fish Consumer. Preference of fish Consume. *Oreochromis niloticus*. Productive Fish Chain.

## **Introdução**

Aquaculture is one of the livestock activities that accumulates the biggest indexes of growth in the world. According to FAO (2016), aquaculture's production more than doubled since 1995. Fishing and aquaculture, together, involved around 56.6 million people in their direct activities, being responsible for employing hundreds of thousands of citizens, considering all of the productive chains with direct interaction. In its directory, FAO (2016) also highlights a mark to the fish farming: the overcoming of fishing in the supply of fish to human food. Thus, the organization considers fishing and fish farming important means of subsistence for the populations, contributing for their food security and for the reduction of

poverty. This will become more of a reality as the price of these goods is lowered in retail, before the relative comparison with substitute goods. For this, studies on marketing channels are of the utmost relevance.

De acordo com a FAO (2016), a procura crescente por peixes e pescados em geral é derivada principalmente do aumento da produção aquícola, que é estimado em 39,00% entre 2015 e 2025. Ainda segundo a agência ligada à Organização das Nações Unidas (ONU), a aquicultura continuará a ser um dos setores da pecuária com o mais rápido crescimento anual da produção, ainda que a taxa de crescimento diminua de 5,40% na década anterior para 3,00%, que é o estimado para o período entre 2015 e 2025. Neste contexto, a FAO ainda acrescenta que há grande previsão para expansão da aquicultura na América Latina, em particular no Brasil, onde se espera haver um incremento de 104,00% em 10 anos, principalmente em decorrência de investimentos significativos no setor.

Uma das principais espécies responsáveis pelo crescimento da aquicultura é a tilápia do Nilo. Conforme o Senso da Pecuária Municipal, realizado pelo IBGE (2015), esta espécie segue como a espécie mais criada no Brasil, com 219,33 mil toneladas despescadas em 2015, representando 45,40% do total da despesca nacional, o que representa um aumento de 9,70% em relação a 2014. Entretanto, conforme informações disponíveis no 1º Anuário Brasileiro da Pesca e Aquicultura (ACEB, 2014), a produção da espécie cresceu 130,00% de 2008 a 2011 e o volume produzido em 2014 foi superior a 250 mil toneladas, o que coloca o Brasil entre os sete maiores produtores mundiais.

Devido à destacada participação da tilápia na aquicultura mundial e nacional, em geral, há diversos estudos sobre os inúmeros fatores que impactam sobre o desempenho zootécnico da espécie; como nutrição, alimentação, manejo, melhoramento genético, reprodução, qualidade da água e saúde. Também há pesquisas sobre a qualidade dos produtos e seu processamento; como a produção de alimentos processados de carne de tilápia (empanados e embutidos) e sobre o aproveitamento integral dos resíduos; como o uso da pele para produção de bolsas, cintos e chaveiros, a produção de silagem e óleo de peixe, por exemplo. Entretanto, são escassos os trabalhos sobre a comercialização da espécie, que se configura uma importante lacuna no processo produtivo e impacta negativamente na estruturação da cadeia produtiva. Principalmente se considerados os menores mercados, onde não há plantas de processamento de pescados e os pequenos produtores não são capazes de atender as exigências para venda direta a grandes supermercados, ficando restritos a poucos canais de comercialização, é de fundamental importância um maior conhecimento sobre o mercado. Neste sentido, OLIVEIRA e MENELAU (2017) afirmam que conhecer o perfil do consumidor é de

importância para o meio acadêmico, fabricantes e vendedores, pois revela informações que podem direcionar as tendências de consumo e os rumos do mercado.

Em ambas as cidades onde o estudo foi realizado, destacam-se as feiras-livres municipais enquanto os locais praticamente absolutos onde as tilápias são comercializadas, o que é comum em pequenas cidades do interior do Nordeste, onde os grandes supermercados não estão instalados. Para FIGUEIREDO et al. (2014), a grande variedade de produtos e a diversidade nos preços são os fatores que se destacam e viabilizam as feiras livres como importante canal de comercialização. Estes autores relatam, ainda, que a concentração de comerciantes em um único lugar implica numa concorrência, que apresenta impacto positivo na qualidade, na quantidade e nos preços dos produtos, atraindo um grande número de consumidores. Este relato concorre ao que foi observado nos locais estudados.

As feiras-livres de ambas as cidades consistem nos principais locais de comercialização de alimentos nos respectivos municípios. Os produtos alimentícios, assim como na quase totalidade das feiras-livres de cidades congêneres, são bastante diversos, encontrando-se desde temperos, hortaliças e frutas, até os grãos e massas, produtos prontos da culinária local e as carnes, das quais se destacam os peixes, objetos deste estudo. Ressalta-se que são comercializados peixes oriundos da pesca e da aquicultura e que na cidade de Penedo encontra-se maior variedade de alimentos em geral, incluindo pescados de origem marinha (peixes, moluscos e crustáceos) e maior quantidade de vendedores de peixes cultivados, destacando-se: tilápia, tambaqui e curimatã-pacu (xira), além de, esporadicamente, piaus.

Devido à importância das feiras-livres para as vendas no varejo e do conhecimento sobre o processo comercialização da espécie, como já relatado, com o presente estudo teve-se por objetivo realizar uma caracterização econômica e social dos consumidores, determinar as preferências de aquisição e consumo de peixes, assim como tipificar comportamentos relativos à compra e as opiniões sobre os preços e a qualidade do pescado comercializado nas feiras-livres de Penedo e Porto Real do Colégio - AL, exclusivamente considerando aqueles que afirmaram que a tilápia era sua espécie preferida para consumo..

### **Materiais e Métodos**

Este manuscrito é resultado de estudos para caracterização dos consumidores, suas preferências sobre os aspectos gerais de aquisição e consumo de peixes nas feiras-livres de Penedo e Porto Real do Colégio, Alagoas, tendo como espécie alvo a tilápia do Nilo. É necessário ressaltar que a série de levantamento de dados ocorreu devido à demanda dos

próprios piscicultores à Gestão do Arranjo Produtivo Local de Piscicultura de Alagoas, repassado ao Instituto Federal de Alagoas em uma Rodada de Negócios promovida pelo SEBRAE - AL.

Os dados foram coletados nas feiras-livres semanais das cidades de Penedo (aos sábados) e Porto Real do Colégio (sextas-feiras), Alagoas – Brasil, entre os meses de setembro e outubro de 2012. Neste período, foram realizadas três incursões visando a realização das entrevistas com os consumidores, utilizando-se de um questionário semi-estruturado como instrumento de coleta de dados.

Anteriormente ao período de coleta de dados, foram realizadas incursões para o reconhecimento de ambas as feiras-livres, identificação dos feirantes e pontos de venda dos peixes, assim como das espécies comercializadas. Após o diagnóstico inicial das feiras-livres e embasando-se por uma revisão da literatura, foi montado um questionário semi-estruturado. Este instrumento de coleta de dados foi testado pelos pesquisadores com os consumidores em situação real de compra (n = 10), sendo solicitada avaliação destes sobre possíveis dificuldades para o entendimento das questões e o fornecimento das informações. Depois de consultados os entrevistados, foi realizada uma análise crítica, pela equipe de pesquisadores, do instrumento e das entrevistas prévias para adoção de mudanças entendidas como necessárias para consolidação da versão final.

O questionário continha uma parte inicial, com vistas à caracterização geral do entrevistado (município em que reside, idade, gênero, estado civil, escolaridade, número de residentes por domicílio e renda mensal familiar), além de questões mais direcionadas ao tema central do estudo (carne preferida, carne que consome com maior frequência, frequência de consumo de peixes, motivos para o consumo de peixes, se gostaria de consumir peixes mais vezes, tipo e espécie de peixes que prefere, percepções sobre o preço dos peixes, locais de compra, apresentação do pescado adquirido, propensão para compra de cortes especiais, propensão para valorização e aquisição de produção sustentável local, ocasiões de consumo, características da carne de peixe e consideração sobre possível dificuldade de preparo), totalizando-se 27 questões. Sempre que os consumidores entrevistados afirmavam que a tilápia do Nilo era a sua espécie preferida para o consumo, eram questionados com mais nove perguntas específicas sobre a espécie (sobre a produção no município, frequência de consumo, preferência pela tilápia em detrimento dos outros peixes, preferência de locais para aquisição, questões relacionadas ao preço e ao julgamento da qualidade da tilápia comercializada na feira-livre).

De posse da versão final de ambos os questionários, geral e específico (para aqueles

que afirmassem que a tilápia era sua espécie preferida para o consumo), novas incursões foram realizadas às feiras-livres para que fossem coletados os dados. Foram abordados, de maneira aleatória, consumidores que transitavam nas ruas ocupadas pelas bancas dos feirantes. Aos mesmos, os pesquisadores se identificavam, inclusive citando seu vínculo institucional, e apresentavam brevemente a ideia central da pesquisa. As pessoas abordadas também eram informadas que a decisão de responder ou não o questionário era de caráter voluntário e que havia a obrigatoriedade por parte dos pesquisadores em manter o sigilo individual das informações prestadas e que as mesmas somente seriam divulgadas em valores médios, sendo possível a identificação do entrevistado. Assim, aquelas pessoas que aceitaram os termos e condições explicitadas foram entrevistadas.

Foram realizadas 104 entrevistas em Penedo e 105 em Porto Real do Colégio, entretanto, respectivamente, 26 e 22 pessoas afirmaram que tilápia do Nilo era a espécie preferida para o consumo e, para estas, foi solicitado que respondessem o questionário específico sobre as tilápias. Destaca-se que todos os valores apresentados neste estudo são oriundos dos consumidores que, ao responderem o primeiro questionário, afirmaram que a tilápia do Nilo era a espécie favorita para o consumo (26 e 22 pessoas) e não ao total dos entrevistados (104 e 105 pessoas). As entrevistas foram realizadas entre 06h:00min e 13h:00min, em dois finais de semana (sextas-feiras e sábados, a depender da cidade), e duravam entre vinte e quarenta minutos.

Após a coleta das informações, todas as respostas foram digitadas e contabilizadas em valores absolutos, em planilhas eletrônicas, sendo, então, estes valores transformados em percentuais. Os percentuais de cada resposta, não necessariamente, refletem o total de 26 ou de 22 entrevistados, mas ao total de respostas obtidas em cada questão, tendo em vista que alguns compradores não responderam a todas as perguntas e que, além disto, para algumas perguntas era possível adotar mais de uma resposta. Os dados tabulados foram analisados por meio de estatística descritiva utilizando-se o software Excel®, então, sendo produzidas as tabelas de resultados apresentadas neste trabalho.

## **Resultados e Discussões**

Como explicitado na metodologia deste trabalho, dentre 104 e 105 entrevistados, 26 e 22 deles, ou 25,00 e 20,95% do total, respectivamente, para Penedo e Porto Real do Colégio, têm a tilápia como a espécie que preferem consumir. Em um estudo sobre consumo de peixes realizado na capital do estado de Alagoas, SANTOS et al. (2017) diagnosticaram que 21,00%

dos entrevistados têm preferência por tilápia em detrimento de outras espécies de peixe, valor bem próximo aos obtidos neste estudo. Entretanto, em um estudo realizado em São Paulo, entrevistando consumidores no Mercado Municipal, MALDONADO et al. (2016) afirmaram que a preferência pela espécie foi de apenas 11,00%. A tilápia do Nilo é a espécie mais produzida no Brasil, representando cerca de 45,40% do total produzido pela piscicultura nacional, com acréscimo de 9,70% em relação a 2014 (IBGE, 2015), o que ratifica a preferência pela espécie.

Dentre os entrevistados, homens foram maioria em Penedo e mulheres em Porto Real do Colégio. As médias de idade foram entre 41 e 44 anos, sendo que mais de 60% do total eram pessoas casadas (Tabela 1). Em geral, o grau de escolaridade formal dos entrevistados é baixo, sendo que os piores índices foram verificados em Porto Real do Colégio, onde mais de 60% das pessoas entrevistadas sequer concluiu o ensino médio. Na sociedade, às mulheres sempre foram delegadas funções preponderantes com relação à alimentação das famílias, incluindo as escolhas sobre a aquisição de alimentos. Entretanto, nas feiras-livres pode haver maior predominância de homens consumidores, como relatado por FIGUEIRO et al. (2014) no Pará e observado na cidade de Penedo, no presente estudo.

Baixo nível de educação formal dos consumidores entrevistados em feiras livres também foi relatado por MOREIRA et al. (2012) em um município do Piauí; por DINIZ et al. (2012) em cinco cidades de Pernambuco; por FIGUEIRO et al. (2014) no Pará e por SILVA et al. (2016) no Amazonas. As feiras-livres sempre foram locais tradicionais de comercialização de produtos agropecuários, tendo como uma de suas características a possibilidade de venda direta do produtor para o consumidor final. Assim, esta prática, além de possibilitar ao consumidor uma negociação direta com o produtor pela busca por preços mais acessíveis, também é considerado um fator importante para fidelização do cliente. Nesta condição, pode-se supor que o ambiente de feira-livre atraia consumidores de menor poder aquisitivo.

Há um alto percentual de entrevistados com renda menor que um salário mínimo, 15,38% em Penedo e 27,27% em Porto Real do Colégio, entretanto, a maioria das pessoas, 57,69% e 50,00%, respectivamente, declarou que a renda familiar estava entre um e três salários mínimos. As rendas per capita oficiais (PNUD, 2013) em PEN (R\$ 339,15) e PRC (R\$ 195,26) são inferiores à média nacional e de Alagoas, R\$ 793,87 e R\$ 432,56, respectivamente, o que se traduz em baixo poder de compra, principalmente de alimentos proteicos, como os peixes, para a composição da dieta.

Questões Abordadas	Valores (%)	
<b>1. Gênero</b>	<b>Penedo</b>	<b>Porto Real do Colégio</b>
Masculino	65,38	45,45
Feminino	34,62	54,55
<b>2. Idade média, em anos</b>	41,77	44,62
<b>3. Estado civil</b>		
Solteiro	34,60	22,73
Casado	61,50	63,64
Companheiro	0,00	0,00
Separado	0,00	4,55
Viúvo	3,80	9,09
<b>4. Escolaridade</b>		
Não estudou	15,38	9,09
Fundamental incompleto	11,54	18,18
Fundamental completo	23,08	36,36
Médio incompleto	7,69	9,09
Médio completo	34,62	22,73
Superior incompleto	0,00	0,00
Superior completo	7,69	0,00
Pós-graduação	0,00	4,55
<b>5. Quantas pessoas moram em sua</b>	<b>3,56</b>	<b>3,81</b>
<b>6. Renda Familiar<sup>1</sup></b>		
Menor que um salário mínimo	15,38	27,27
Entre um e três salários mínimos	57,69	50,00
Entre três e seis salários	19,23	18,18
Entre seis e dez salários	7,69	4,55
Mais que dez salários	0,00	0,00
<b>7. Quais as suas carnes</b>		
Bovina	23,08	52,38
Frango	23,08	28,57
Suína	7,69	4,76
Peixe	42,31	14,29
Caprina e/ou Ovina	3,85	0,00
Outras (exóticas, caça, etc)	0,00	0,00
<b>8. Quais as carnes que consome com maior frequência?</b>		
Bovina	30,77	36,36
Frango	23,08	27,27
Suína	3,85	0,00
Peixe	38,46	36,36
Caprina e/ou Ovina	3,85	0,00
Outras (exóticas, caça, etc)	0,00	0,00

**Tabela 1: Caracterização dos consumidores entrevistados nas feiras-livres de Penedo (n = 26) e de Porto Real do Colégio (n = 22), Alagoas – Brasil, e que citaram a tilápia como espécie de peixe preferida para o consumo.**

Foram entrevistados 104 consumidores de peixes em Penedo e 105 em Porto Real do Colégio, dos quais, respectivamente, 26 e 22 entrevistados citaram a tilápia como a espécie preferida para o consumo. (1)Salário mínimo vigente à época: R\$ 545,00.

Fonte: Dados coletados pelos autores durante as entrevistas nas feiras-livres dos municípios estudados

Dentre as carnes preferidas para consumo em PEN, a de peixes foi a mais citada por 42,31% e a de bovinos por 52,38%. Entretanto, indagados sobre as carnes que consumiam com maior frequência nesta cidade, 38,46% citaram os peixes, enquanto que em PRC houve igualdade entre os que citaram carne bovina e de peixes, com 36,36% para cada tipo de carne. Em pesquisas anteriores e similares (ARAUJO et al., 2015a, 2015b) realizadas em ambas as cidades, foi demonstrado que a preferência pelas carnes pode não ser traduzida em mesmo patamar de consumo; ou seja, os entrevistados podem preferir carne bovina, mas podem

consumir mais peixes em seu dia-a-dia. Isto se deve a diversos fatores, nos quais o preço parece ser o mais significativo, mas também ao maior rendimento atribuído, por exemplo, à carne bovina, em detrimento da carne de peixes. Ou seja, segundo parte dos entrevistados, a mesma quantidade de carne bovina é suficiente para o preparo de uma refeição para um número maior de pessoas. A carne de peixe é considerada “leve” e, portanto, promove menor tempo da sensação de saciedade nos consumidores. Neste sentido, é importante salientar que, conforme COELHO et al. (2009), a aquisição de alimentos no Brasil tem sofrido modificações importantes nas últimas décadas e fatores como urbanização, composição etária, presença de mulheres na força de trabalho, além de outras transformações estruturais, exercem influência sobre a composição da cesta de alimentos consumida por uma família.

Os dados da Tabela 2 demonstram, para além da preferência pela carne, a importância dos peixes enquanto alimento para a população entrevistada. Em Penedo e Porto Real do Colégio, respectivamente, 15,38% e 13,64% dos entrevistados afirmaram que consomem peixes todos os dias da semana, enquanto 50,00% e 59,09% consomem mais de uma vez por semana. Somando-se estes percentuais aos que afirmaram consumir peixes ao menos uma vez por semana, pode-se contabilizar que 92,30% e 95,45%, respectivamente, consomem peixes ao menos uma vez por semana. De maneira geral, pode-se considerar bastante complicado determinar a real frequência de consumo e a quantidade de alimentos consumida per capita semanalmente, por isso, há poucos dados disponíveis, o que dificulta realizar comparações com outras populações, em situação semelhante. Entretanto, no trabalho de SILVA et al. (2012), os autores determinaram, entrevistando consumidores em mercados públicos de São Luís – MA, que 52% deles consome peixes de duas a três vezes por semana. Os documentos considerados de referência sobre este tipo de alimento tratam do consumo de pescados, que englobam os recursos pesqueiros e os organismos aquáticos produzidos em aquicultura, e não somente dos peixes. No Brasil, o extinto Ministério da Pesca e Aquicultura – MPA (BRASIL, 2012) estimou que o consumo per capita anual aparente tenha sido 9,75 kg em 2010; enquanto a FAO (2016) aponta que o consumo per capita no Brasil foi, em média, 9,60 kg/habitante/ano entre 2013 e 2015.

Questões Abordadas	Valores (%)	
	Penedo	Porto Real do Colégio
<b>1. Frequência de consumo de peixes</b>		
Todos os dias	15,38	13,64
Mais de uma vez por semana	50,00	59,09
Uma vez por semana	26,92	22,73
Mais de uma vez por mês	3,85	0,00
Uma vez por mês	3,85	4,55
<b>2. Motivos para o consumo de peixes</b>		

Pelo preço acessível	0,00	0,00
Variar cardápio	7,69	19,05
Carne saborosa	57,69	38,10
Carne branca	0,00	4,76
Questão de saúde	34,62	33,33
Fácil de encontrar	0,00	4,76
<b>3. Gostaria de consumir peixes com maior frequência?</b>		
Sim	61,54	72,73
Não	38,46	27,27
<b>4. Porque não consome com maior frequência?</b>		
Não gosto de peixe	0,00	4,76
Preço elevado	19,23	14,29
Baixa Qualidade	0,00	0,00
Dificuldade de encontrar	7,69	14,29
Dificuldade de preparo	7,69	4,76
Enjoaria	46,15	28,57
Espinhas	0,00	0,00
Poucos produtos disponíveis	0,00	0,00
Outros motivos	19,23	33,33
<b>5. Prefere consumir peixes de que ambiente?</b>		
Água doce	42,31	72,73
Marinhos	3,85	0,00
Dos dois ambientes	34,62	18,18
Não consigo diferenciar	19,23	9,09

**Tabela 2: Frequência e preferências de consumo de peixes pelos consumidores entrevistados nas feiras-livres de Penedo (n = 26) e de Porto Real do Colégio (n = 22), Alagoas – Brasil, e que citaram a tilápia como espécie de peixe preferida para o consumo.**

Foram entrevistados 104 consumidores de peixes em Penedo e 105 em Porto Real do Colégio, dos quais, respectivamente, 26 e 22 entrevistados citaram a tilápia como a espécie preferida para o consumo.

Fonte: Dados coletados pelos autores durante as entrevistas nas feiras-livres dos municípios estudados

As principais razões alegadas como motivadoras ao consumo de peixes foram: carne saborosa, por 57,69% e 38,10%, e questão de saúde, por 34,62% e 33,33%, respectivamente, para Penedo e Porto Real do Colégio. De acordo com DOMINGO (2014), a relação entre consumo de pescados e efeitos benéficos para a saúde estão embasados por grande número de estudos ao longo dos últimos 30 anos, especialmente quando as espécies consumidas possuem alta concentração de ômega 3. Este autor complementa que os benefícios nutricionais também decorrem da alta concentração de proteína de alta qualidade, vitaminas, bem como outros nutrientes essenciais. A maioria das pessoas em Penedo e Porto Real do Colégio (61,54% e 72,73%) afirma que gostaria de comer peixes com maior frequência, entretanto, o principal motivo alegado para não consumir foi que enjoariam (46,15% e 28,57%). Esta justificativa parece plausível, tendo em vista que a frequência de consumo de peixes é bastante elevada em ambas as cidades. Entretanto, a questão do preço foi o segundo fator mais citado e parece exercer maior influência do que aquela admitida pelos entrevistados, considerando que a renda mensal declarada pelos compradores implica em considerável restrição à maior aquisição de peixes. Dentre os peixes de diferentes ambientes aquáticos, os consumidores declararam preferência pelos de água doce, 42,31% em Penedo e 72,73% em Porto Real do Colégio.

Nas Tabelas 3 e 4 há questões mais específicas sobre os preços que os consumidores consideram justos e que desistem de comprar, sobre as preferências de locais e formas de aquisição, sobre as ocasiões em que preferem consumir e como consideram a preparação de peixes, em geral (Tabela 3), e exclusivamente para a tilápia do Nilo (Tabela 4). Os preços que os consumidores consideraram justos para peixes (sem que houvesse generalização de espécie) foram R\$ 6,17 e R\$ 6,23, que são muito próximos aos valores considerados justos quando citada especificamente a tilápia do Nilo, R\$ 6,56 e R\$ 6,11, respectivamente para Penedo e Porto Real do Colégio. O preço que faria a maior parte dos consumidores desistir da compra de peixes (em geral) ou especificamente da tilápia foi de 10 reais, entretanto, quando se trata da espécie alvo deste estudo, há maior predisposição dos consumidores em ultrapassar este limite.

Questões Abordadas	Valores (%)	
	Penedo	Porto Real do Colégio
1. Qual o preço (R\$/Kg) que considera justo para o peixe?	6,17	6,23
2. Qual o preço (R\$/Kg) em que desiste de comprar o peixe?		
Seis	8,00	0,00
Oito	8,00	18,18
Dez	44,00	45,45
Doze	4,00	4,55
Quatorze	0,00	4,55
Dezesseis	8,00	9,09
Dezoito	0,00	0,00
Vinte	4,00	9,09
Acima de vinte	24,00	9,09
3. Quais os locais onde compra? – Quais os locais onde gostaria de comprar peixes?		
Peixaria	7,69 - 15,38	23,81 - 25,00
Feira livre	76,93 – 57,69	66,67 – 60,00
Supermercado	7,69 – 11,54	9,52 – 15,00
Mercearia	0,00 – 0,00	0,00 – 0,00
Restaurante	0,00 – 0,00	0,00 – 0,00
Bar	0,00 – 0,00	0,00 – 0,00
Outro	7,69 – 15,38	0,00 – 0,00
4. Compra peixes em que modo de apresentação? – Gostaria de comprar peixes em que modo de apresentação?		
Vivos	36,00 – 46,15	36,36 - 54,55
Inteiros Frescos	52,00 – 42,31	59,09 - 31,82
Inteiros Congelados	4,00 – 3,85	4,55 – 0,00
Em postas	8,00 – 7,69	0,00 – 4,55
Filés frescos	0,00 – 0,00	0,00 – 4,55
Filés congelados	0,00 – 0,00	0,00 – 0,00
Filés empanados	0,00 – 0,00	0,00 – 0,00
Cortes temperados	0,00 – 0,00	0,00 – 4,55
Empanados e embutidos	0,00 – 0,00	0,00 – 0,00
Enlatados	0,00 – 0,00	0,00 – 0,00
5. Em quais ocasiões prefere consumir peixes?		
Refeições cotidianas	76,00	45,45
Finais de semana	16,00	40,91
Datas especiais	4,00	9,09
Ao receber visitas em casa	4,00	4,55
Refeições fora de casa	0,00	0,00
Outras ocasiões	0,00	0,00
6. Considera o preparo dos peixes		

Fácil	65,38	50,00
Difícil	15,38	13,64
Igual ao das outras carnes	19,23	36,36

**Tabela 3: Considerações dos consumidores entrevistados nas feiras-livres de Penedo (n = 26) e de Porto Real do Colégio (n = 22), Alagoas – Brasil, e que citaram a tilápia como espécie de peixe preferida para o consumo, sobre os locais de compra e o preço dos peixes.**

Foram entrevistados 104 consumidores de peixes em Penedo e 105 em Porto Real do Colégio, dos quais, respectivamente, 26 e 22 entrevistados citaram a tilápia como a espécie preferida para o consumo.

Fonte: Dados coletados pelos autores durante as entrevistas nas feiras-livres dos municípios estudados

A imensa maioria dos consumidores entrevistados compra (76,93 e 66,67%) e realmente prefere comprar (57,69 e 60,00%) peixes na feira-livre, sendo peixarias praticamente o único outro local quantitativamente relevante onde estas pessoas compram ou prefeririam comprar os peixes. O hábito alimentar é um importante aspecto cultural das populações, que influencia na escolha dos alimentos, no seu modo de preparo, nas situações em que são consumidos, assim como exercem influência sobre a preferência por um local para aquisição dos mesmos. Neste contexto, para SANTOS et al. (2014), as feiras livres, além de serem parte do processo de existência das pequenas cidades, sobretudo no Nordeste brasileiro, são importantes locais de ocorrência das atividades econômicas, socioculturais e espaciais e se tornaram berçários de relações materiais e imateriais, cujo reflexo é a materialização de tradições e costumes.

Segundo ESTIVAL et al. (2016), as feiras são ambientes onde há a comercialização de produtos regionais nos espaços urbanos, sendo identificadas como locais de resistência e sobrevivência dos mercados frente a expansão dos supermercados. Para eles, as feiras conservam características que atraem os consumidores que procuram bom atendimento, variedade de produtos e serviços, principalmente de produtos regionais, apesar de não oferecerem o mesmo padrão da infraestrutura física, higiene e limpeza dos supermercados. Ao que se pôde entender durante as entrevistas com os consumidores nas feiras de Penedo e Porto Real do Colégio, além do que foi explicitado por meio dos autores supracitados, é que a possibilidade de negociação direta com os proprietários do produto (peixes, no caso do presente estudo), muitas vezes sendo pessoa conhecida por eles há anos, assim como o processamento (limpeza e corte em postas ou filés) do pescado, da maneira que os compradores almejam, complementam os motivos para preferirem adquirir os peixes nas feiras.

Questões Abordadas	Valores (%)	
	Penedo	Porto Real do Colégio
1. Sua região é produtora de tilápia?		
Sim	87,50	86,36
Não	12,50	13,64

<b>2. Frequência de consumo de tilápia</b>		
Todos os dias	9,52	9,09
Mais de uma vez por semana	61,90	59,09
Uma vez por semana	19,05	22,73
Mais de uma vez por mês	4,76	9,09
Uma vez por mês	4,76	0,00
<b>3. Motivos para o consumo de tilápia e não de outro peixe</b>		
Pelo preço acessível	24,00	17,39
Carne saborosa	44,00	39,13
Carne branca	0,00	17,39
Questão de saúde	0,00	4,35
Fácil de encontrar	32,00	21,74
<b>4. Gostaria de consumir tilápia com maior frequência?</b>		
Sim	62,50	50,00
Não	37,50	50,00
<b>5. Porque não consome tilápia com maior frequência? – Porque não gostaria de consumir tilápia com maior frequência?</b>		
Preço elevado	60,00 – 0,00	18,18 – 10,00
Baixa Qualidade	0,00 – 0,00	0,00 – 0,00
Dificuldade de encontrar	0,00 – 0,00	18,18 – 0,00
Dificuldade de preparo	0,00 – 0,00	9,09 – 0,00
Enjoaria	26,67 – 66,67	36,36 – 90,00
Espinhos	0,00 – 0,00	0,00 – 0,00
Poucos produtos disponíveis	0,00 – 0,00	0,00 – 0,00
Outros motivos	13,33 – 33,33	18,18 – 0,00
<b>6. Prefere comprar tilápia?</b>		
Vivas	62,50	45,45
Inteiras frescas	20,83	45,45
Inteiras congeladas	0,00	0,00
Abatida e completamente limpa	8,33	4,55
Em postas	4,17	0,00
Filés frescos	0,00	4,55
Filés congelados, Filés empanados, Cortes temperados, Empanadas e embutidas, Enlatadas	0,00	0,00
Outros	4,17	0,00
<b>7. Qual o preço justo (R\$/Kg) para a tilápia?</b>		
	6,56	6,11
<b>8. Qual o preço (R\$/Kg) em que desiste de comprar tilápia?</b>		
Seis	12,50	4,55
Oito	20,83	31,82
Dez	33,33	40,91
Doze	4,17	4,55
Quatorze	0,00	4,55
Dezesseis	16,67	0,00
Dezoito	0,00	0,00
Vinte	0,00	4,55
Acima de vinte	12,50	9,09
<b>9. Considera a qualidade da tilápia comercializada no seu município</b>		
Ótima	8,70	27,27
Boa	73,91	63,64
Regular	21,74	9,09
Ruim	0,00	0,00
Péssima	0,00	0,00
Desconheço	0,00	0,00

**Tabela 4: Conhecimento sobre a produção local, frequência e preferências de consumo de tilápia pelos consumidores entrevistados nas feiras-livres de Penedo e de Porto Real do Colégio, Alagoas – Brasil, e que citaram a tilápia como espécie de peixe preferida para o consumo.**

Foram entrevistados 104 consumidores de peixes em Penedo e 105 em Porto Real do Colégio, dos quais, respectivamente, 24 (23,10%) e 22 (23,16%) entrevistados citaram a tilápia como a espécie preferida para o consumo.

Fonte: Dados coletados pelos autores durante as entrevistas nas feiras-livres dos municípios estudados

Sobre as formas de apresentação do pescado em que compram (36,00 e 36,36%) e preferem comprar (46,15 e 54,55%) demonstram preferência por peixes vivos, seguidos pelos peixes inteiros frescos, respectivamente, para Penedo e Porto Real do Colégio. Quando questionados especificamente com relação à tilápia, o mesmo padrão é mantido, entretanto, aumenta o percentual de pessoas que prefere comprar os animais vivos (62,50 e 45,45%), também para as duas cidades supracitadas. Com relação às situações de consumo de peixes, os dados possibilitam afirmar que não há a necessidade de ocorrência de situações tidas como especiais, já que 76,00 e 45,45% afirmam que comem peixes em situações cotidianas, corriqueiras. Entretanto, 16,00 e 40,91% preferem consumir peixes nos finais de semana. A maioria destes consumidores considera o preparo dos peixes fácil (65,38 e 50,00%) ou igual (19,23 e 36,36%) ao das outras carnes, sendo pequeno o quantitativo de pessoas que considera difícil preparar peixes. Em duas pesquisas anteriores, em Penedo (ARAÚJO et al., 2015a) e Porto Real do Colégio (ARAÚJO et al., 2015b), já foi relatado que há preferência pela aquisição de peixes vivos, que o consumo de peixes não está necessariamente ligado às ocasiões especiais e que as pessoas consideram fácil o preparo dos peixes.

Na Tabela 5 podem ser observados os dados referentes ao conhecimento do comprador sobre a origem da tilápia do Nilo, sua propensão a pagar mais caro por peixes produzidos de maneira responsável e por cortes especiais. A maior parte das pessoas (76,92 e 68,18%) possui conhecimento de que o seu município é local de produção de tilápias. Estariam dispostos a pagar mais por tilápias produzidas em seu município e de forma responsável 69,23 e 59,09% dos entrevistados. Com relação a pagar mais por cortes especiais de tilápia, 57,69 e 50,00% afirmaram que estariam dispostos. O consumo, além dos vários fatores que o afetam, como a publicidade, é uma questão de foro individual. Entretanto, ao tomarem consciência de seu papel enquanto consumidores, os cidadãos passam a exercê-lo como um ato de cidadania, se colocando como responsáveis pelas implicações relacionadas às suas escolhas individuais. Desta maneira, pode-se entender que os consumidores entrevistados, ao se colocarem propensos a pagarem mais pela tilápia produzida de maneira responsável em seu município, estariam exercendo um papel consciente de bonificar aqueles que produzam com responsabilidade e promovendo a economia local.

Questões Abordadas	Valores (%)	
	Penedo	Porto Real do Colégio
<b>1. Sabe onde são produzidos os peixes que compra?</b>		
Na Região	76,92	68,18
Fora da Região	3,84	0,00
Fora de Alagoas	11,53	0,00
Não sei	7,69	31,82

Não me importo	0,00	0,00
<b>2. Pagaria mais por peixes produzidos de forma responsável no seu município?</b>		
Sim	69,23	59,09
Não	30,77	40,91
<b>3. Pagaria mais por cortes especiais de peixes?</b>		
Sim	57,69	50,00
Não	42,31	50,00

**Tabela 5: Considerações dos consumidores entrevistados nas feiras-livres de Penedo (n = 26) e de Porto Real do Colégio (n = 22), Alagoas – Brasil, e que citaram a tilápia como espécie de peixe preferida para o consumo, sobre cortes especiais e produção local responsável.**

Foram entrevistados 104 consumidores de peixes em Penedo e 105 em Porto Real do Colégio, dos quais, respectivamente, 26 e 22 entrevistados citaram a tilápia como a espécie preferida para o consumo.

Fonte: Dados coletados pelos autores durante as entrevistas nas feiras-livres dos municípios estudados

## Conclusões

Ainda que seja uma espécie exótica, devido à sua importância para a piscicultura nacional e alagoana, sendo amplamente cultivada e comercializada na região, a tilápia é uma das espécies preferidas para o consumo pelos compradores nas feiras livres de Penedo e Porto Real do Colégio, sendo recurso alimentar presente em alta frequência em suas dietas. Devido às preferências de aquisição de tilápia vivas, atualmente, a comercialização da espécie é totalmente dependente das feiras livres, enquanto seu principal canal de comercialização, que se encontra disponível aos pequenos comerciantes. Os consumidores são relativamente bem informados sobre importância da região para a produção da espécie e estão dispostos a valorizar economicamente a produção local responsável.

## Referências

- ACEB. Associação Cultural e Educacional Brasil. 1º Anuário Brasileiro da Pesca e Aquicultura. 133p., 2014.
- ARAUJO, Daniel de Magalhães; LINS, João Lucas Farias; TAVARES, Adriano da Silva; BORDINHON, André Moreira; PINTO, Luis Gabriel Quintero (2015a) Aspectos de aquisição e consumo de peixes na feira livre da cidade de Penedo - Alagoas. Boletim do Instituto de Pesca, 41(2): 429-440.
- ARAUJO, Daniel de Magalhães; LINS, João Lucas Farias; TAVARES, Adriano da Silva; SILVA, Joseane da; SILVA, Valdeí Marcelino; BORDINHON, André Moreira. (2015b) Aspectos de aquisição e consumo de peixes na feira livre de Porto Real do Colégio - Alagoas. Boletim do Instituto de Pesca, 41(4): 961-973.
- BRASIL. Ministério da Pesca e Aquicultura. Boletim estatístico da pesca e aquicultura Brasil 2010. Brasília: MPA; 2012.
- COELHO, Alexandre Bragança; AGUIAR, Danilo Rolim Dias de; FERNANDES, Elaine Aparecida. (2009) Padrão de consumo de alimentos no Brasil. Revista de Economia e Sociologia Rural, 47(2): 335-362.

- DINIZ, Wellison Jarles da Silva; ALMEIDA, Rosangela Bento de; LIMA, Charles Nunes de; OLIVEIRA, Renata Ramos de; QUIRINO, Wanderleia Alves; BRANDESPIM, Wanderleia Alves. (2012) Perfil do consumidor e sua percepção sobre os aspectos higiênicos da comercialização de carnes em feiras livres. *Acta Veterinaria Brasilica*, 6(3): 223-229.
- DOMINGO, José Luis. (2016) Nutrients and chemical pollutants in fish and shellfish. Balancing health benefits and risks of regular fish consumption. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 56(6): 979-988.
- ESTIVAL, Katianny Gomes Santana; BEHRMANN, Daianne Gabrielle Moraes; BARBOSA, Camila Rusciolli; CORRÊA, Solange Rodrigues Santos; MARIANI, Milton Augusto Pasquotto. (2016) Resistência dos mercados tradicionais: análise mercadológica da Feira do Malhado em Ilhéus (BA) sob as perspectivas dos consumidores. *Revista Brasileira de Ecoturismo*, v.9, n.2, p.346-365, 2016.
- FAO. The State of World Fisheries and Aquaculture 2016. Contributing to Food Security and Nutrition for All. 200p., 2016.
- FIGUEIRO, Rafael Christian de Menezes; SOUSA, José de Moraes; CASTRO, Elmecelli Moraes. (2014) Fatores que influenciam na decisão de compra de pescado no Mercado de Peixe de Bragança – PA. *Revista Brasileira de Engenharia de Pesca*, 7(1): 60-72.
- IBGE. Produção da pecuária municipal 2015. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Rio de Janeiro, 2015, v.43, 49p.
- MOREIRA, Gisele Rodrigues; CRUZ, Pedro Pereira da; FERREIRA, Fabiano da Silva; RODRIGUES, Márcio Gomes. (2012) Perfil dos compradores de hortaliças na feira livre de Bom Jesus – PI. *Enciclopédia Biosfera*, 8(15): 2518-2527.
- OLIVEIRA, Lucas Augusto Esmeraldo de; MENELAU, Sueli. (2017) Atributos do produto e influências ambientais no comportamento do consumidor de suco de laranja do Distrito Federal. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, 19(1): 60-74.
- SANTOS, Elton Lima; GARCIA, Pedro Henrique de Melo; SOARES, Emerson Carlos; MACHADO, Sônia Salgueiro; SILVA, Jaqueline Maria; OLIVEIRA, Wallace Denisson Santos. (2016) Perfil do consumo de peixes na cidade de Maceió, Alagoas. *Revista Científica de Produção Animal*, 18(1): 45-54.
- SANTOS, José Erimar dos; SILVA, Anelino Francisco da; SOARES, Marília Medeiros; BANDEIRA, Sâmia Érika Alves de Caldas. (2014) Feira livre como lugar privilegiado para a (Re)produção e (Re)invenção de práticas espaciais e socioculturais populares: a feira livre de Ceará-Mirim (RN). *Sociedade e Território*, 26(1): 58-75.
- SILVA, Fabio Junior Ferreira da; ARIDE, Paulo Henrique Rocha; SANTOS, Suelen Miranda dos; PANTOJA-LIMA, Jackson; OLIVEIRA, Adriano Teixeira. (2016) Compra do pescado na feira de Juruá: fatores que influenciam na tomada de decisão. *Revista de Educação, Ciência e Tecnologia do IFAM*, 10(1): 16-24.
- SILVA, Iran Alves da; LIMA, Maria de Fátima Viégas; BRANDÃO, Vivian Magalhães; DIAS, Isabel Cristina Lopes; SILVA, Maria Inez Santos; LACERDA, Lenka de Moraes. (2012) Perfil de consumidores do pescado comercializado em mercados do

município de São Luís, Maranhão, Brasil. Cadernos de Pesquisa, 19(1): 59-63.

Submetido em: 17.07.2023

Aceito em: 16.08.2023