

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS
DEPARTAMENTO DE AQUICULTURA
ENGENHARIA DE AQUICULTURA

Alexandre Rodrigues Mariano

**Levantamento de Perfil dos Consumidores de Peixe no Município de
Florianópolis - SC**

Florianópolis

2022

Alexandre Rodrigues Mariano

**Levantamento de Perfil dos Consumidores de Peixe no Município de
Florianópolis - SC**

Trabalho Conclusão do Curso de Graduação em Engenharia de Aquicultura do Centro de Ciências Agrárias da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito para a obtenção do Título de Bacharel em Engenharia de Aquicultura

Orientador: Prof. Dr. Robson Andrade Rodrigues

Florianópolis

2022

Ficha de identificação da obra

Mariano, Alexandre Rodrigues

Levantamento de perfil dos consumidores de peixe no município de Florianópolis - SC / Alexandre Rodrigues Mariano ; orientador, Robson Andrade Rodrigues, 2022.
50 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências Agrárias, Graduação em Engenharia de Aquicultura, Florianópolis, 2022.

Inclui referências.

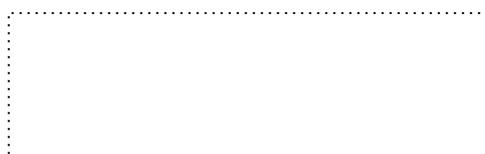
1. Engenharia de Aquicultura. 2. Aquicultura. 3. Hábito de consumo. 4. Peixe. 5. piscicultura. I. Rodrigues, Robson Andrade. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Graduação em Engenharia de Aquicultura. III. Título.

Alexandre Rodrigues Mariano

**Levantamento de Perfil dos Consumidores de Peixe no Município de Florianópolis -
SC**

Este Trabalho Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de Bacharel e aprovado em sua forma final pelo Curso Engenharia de Aquicultura

Florianópolis, 29 de julho de 2022



Prof. Dr. Marcos C. P. de Albuquerque
Coordenador do Curso

Banca examinadora

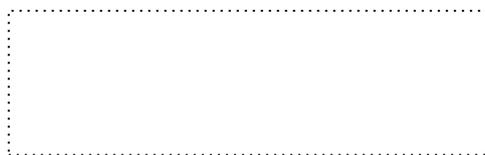


Prof. Dr. Robson Andrade Rodrigues
Orientador



Profa. Dra. Anita Rademaker Valença
Avaliadora

Universidade Federal De Santa Catarina



Prof. Dr. Renato Barbosa Ferraz
Avaliador
Universidade Federal De Santa Catarina

Florianópolis, 2022

RESUMO

Conhecer o perfil do consumidor é importante para nortear a produção do pescado no Brasil. No estado de Santa Catarina esse tipo de perfil não é conhecido devido à escassez de trabalhos sobre o tema. O objetivo desse estudo foi identificar os fatores socioeconômicos e demográficos associados ao consumo de peixe na cidade de Florianópolis-SC. Os dados foram obtidos a partir de uma amostra de 97 entrevistados, por meio da aplicação *online* de questionário estruturado composto de 25 questões, divididas em quatro categorias: (1) Características socioeconômicas do consumidor (2) Hábitos de consumo do peixe pelo consumidor (3) Frequência de consumo (4) Processo de Compra. Os dados foram tabulados em planilha eletrônica (Microsoft Excel) e analisados utilizando-se a técnica de distribuição de frequência absoluta e relativa, das repostas de cada questão. O perfil socioeconômico do consumidor de peixe de Florianópolis foi formado pelos fatores sexo, idade, escolaridade, composição familiar, renda do grupo familiar e presença de crianças na família. Apesar de a cidade estar localizada em uma região com grande disponibilidade de peixes, a frequência e quantidade de consumo estão abaixo da média nacional. A maioria tem preferência por peixes marinhos e de obtenção da pesca. As espécies marinhas preferidas são o salmão, a tainha e a anchova; e a espécie dulcícola mais apreciada é a tilápia. O filé de peixe é preferido pela maioria para compra e consumo. O tipo de peixe e o sabor são fatores importantes na hora da compra. O local preferido para comprar peixe é o Mercado Público, pela confiabilidade e proximidade. A maioria dos consumidores afirma rejeitar a compra do peixe se o sabor ou cheiro não lhe agradar.

Palavras-chave: Hábito de consumo; Mercado; Pescado; Piscicultura;

ABSTRACT

Knowing the consumer profile is important to guide the production of fish in Brazil. In the state of Santa Catarina, this type of profile is not known due to the scarcity of works on the subject. The objective of this study was to identify the socioeconomic and demographic factors associated with fish consumption in the city of Florianópolis-SC. Data were obtained from a sample of 97 respondents, through the online application of a structured questionnaire composed of 25 questions, divided into four categories (1) Consumer's socioeconomic characteristics (2) Consumer habits of fish consumption: (3) Frequency of consumption (4) Purchasing Process. Data were tabulated in an electronic spreadsheet (Microsoft Excel) and analyzed using the technique of absolute and relative frequency distribution of the answers to each question. The results were presented in the form of graphs. The socioeconomic profile of fish consumers in Florianópolis was formed by factors such as sex, age, education, family composition, family income and presence of children in the family. Despite the city being in a region with great availability of fish, the frequency and quantity of consumption are below the national average. Most prefer marine fish and obtaining fishing. The preferred marine species are salmon, mullet and anchovy. and the most appreciated freshwater species is Tilapia. Fish fillet is preferred by most for purchase and consumption. The type of fish and the flavor are important factors when buying. The preferred place to buy fish is the public market, due to its reliability and proximity. Most consumers say they refuse to buy fish if they don't like the taste or smell.

Keywords: Consumption habit; Marketplace; Fish; Pisciculture;

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Ranking de proteína animal preferida	22
Figura 2: Ranking do corte de peixe preferido para consumo	23
Figura 3: (A) Locais de consumo do peixe; (B) Forma de consumo de peixe	24
Figura 4: Frequência de consumo de peixe pelos entrevistados.....	25
Figura 5: Quantidade de peixe consumida pelo grupo	25
Figura 6: Local de compra de peixe preferido	27
Figura 7: Motivo para escolha do local de compra	27
Figura 8: Ranking de corte de peixe que costuma comprar	27
Figura 9: (A) Frequência de compra de peixe; (B) Influência do preço sobre o consumo de peixe	28
Figura 10: (A) Preferência de acordo com habita do peixe (B) Preferência de acordo com o método de obtenção	29
Figura 11: (A) Espécies marinhas preferidas; (B) Espécies Dulcícolas preferidas....	31
Figura 12: Preferência por peixe processado.....	33
Figura 13- Motivo de rejeição do peixe	33
Figura 14 Fatores considerados na compra do peixe	34

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Perfil Socioeconômico dos entrevistados	20
---	----

SUMÁRIO

1	Introdução.....	13
2	Material e métodos	17
2.1	Aspectos éticos da pesquisa.....	17
2.1.1	Critérios de inclusão	17
2.1.2	Critérios de exclusão	17
2.2	Local de desenvolvimento do estudo	17
2.3	Estruturação do questionário	18
2.4	Cálculo amostral	18
2.5	Aplicação do questionário	19
2.6	Análise de dados.....	19
3	Resultados.....	19
3.1	Perfil socioeconômico	20
3.2	Hábitos de consumo.....	21
3.3	Frequência de consumo	24
3.4	Processo de compra.....	26
4	Conclusão.....	34
	Referências.....	36
	APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	40
	APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO	44

1 Introdução

O mercado brasileiro de peixes é complexo e diverso, haja vista seu enorme tamanho e a grande diversidade socioeconômica verificada entre as várias regiões do país (FLORES e PEDROZA, 2014). O que pode se considerar de grande relevância ao analisar o mercado brasileiro, pois o consumo relevante em determinada região do país não coincide com o consumo em outra região. De acordo com estudo da FAO, o consumo de peixe no Brasil ainda é considerado pequeno se comparado ao consumo global de 16 kg/ano, com exclusão da China. Segundo o levantamento, que tem análise, interpretações e tendências entre os anos de 1996 e 2020, o brasileiro come atualmente 10,19 kg/ano de pescado. (SANTOS, 2021). Ainda neste mesmo estudo, considerando o ano de 2020, quando o consumo aparente foi projetado em 10,2 kg per capita ano, os três recursos de maior consumo foram: tilápia, representando cerca de 19%, sardinha, representando cerca de 6%, e o salmão com 5%.

Para Pedroza Filho *et al.* (2020), a piscicultura brasileira vem se desenvolvendo de maneira robusta nos últimos anos, com significativos avanços em termos de aumento da produção e da profissionalização do setor, mas ainda assim é fundamental conhecer as características do mercado nacional para produtos da piscicultura, de modo a torná-los mais competitivos em relação a produtos concorrentes, tais como os peixes importados. No entanto, para saber que ações podem ser tomadas para popularizar o consumo de peixe, é necessário identificar que fatores são capazes de facilitar o seu consumo, ou mesmo estimular o consumidor a comprar determinadas espécies.

Quando se deseja estudar um mercado, deve-se primeiramente conhecer e analisar os seus consumidores, pois são eles que adquirem os produtos e serviços da empresa. É importante saber como pensa o consumidor, o uso que dará ao produto, o quanto comprará de cada vez, a frequência de uso, os hábitos de compra em relação ao local e quais desejos o produto satisfará, entre outros fatores (MAZZUCHETTI e BATALHA, 2004). Segundo o autor, sabe-se que o consumo é largamente influenciado pela idade, pela renda, por nível de educação, pelo padrão de mobilidade e por gosto dos consumidores.

Para Schiffman e Kanuf (2000), existem dois tipos básicos de consumidores: o consumidor final e o consumidor organizacional. O consumidor final, também

chamado de usuário final ou consumidor pessoal, é representado pelas pessoas físicas que compram bens e serviços; e o consumidor organizacional é representado pelas pessoas jurídicas, ou seja, pelas empresas consumidoras. Seguindo essa definição, o consumidor a ser analisado nesse estudo é o consumidor final.

Em uma situação de compra, o consumidor pode receber influências externas ou internas. As influências externas são determinadas pela família, pela classe social na qual o indivíduo está (ou pretende estar inserido), pelos grupos que são referências para ele e pela cultura. As influências internas possuem cunho psicológico, pois estão relacionadas à motivação do indivíduo para a compra, a aprendizagem, a percepção, as atitudes e a personalidade (MAZZUCHETTI e BATALHA, 2004).

Esse pensamento se estende também ao consumidor de pescado, pois conhecer o comportamento do consumidor reside na possibilidade de gerar vantagens para toda a cadeia produtiva, podendo-se, então, refletir sobre que variáveis influenciam seus comportamentos; e melhor definição do mercado de atuação, principalmente na forma de auxiliar a colocação dessa matéria prima e seus produtos no mercado.

Trabalhos recentes que indicam a preferência do consumidor em relação ao pescado é importante para nortear a produção de pescado no Brasil. Pereira *et al.* (2021), os quais buscaram identificar as preferências dos consumidores da cidade de Gaspar no estado de Santa Catarina em relação à preferência de peixe, aplicando uma metodologia foi embasada em um estudo exploratório-descritivo e chegando a resultados que mostram que o consumidor de peixe de Gaspar-SC é composto, na maioria, por mulheres, com idade entre 18 a 30 anos, estado civil casado/união estável, com ensino médio completo e renda familiar de 1,1 a 5 salários-mínimos. 88,4% consomem peixes, sendo que preferência é por peixe de água doce.

Vasconcellos (2010), ao realizar um estudo nas feiras livres do município de Santo André, SP, conseguiu identificar fatores que facilitam o consumo de peixe: renda, escolaridade completa, forma de apresentação do produto, aquisição em feiras livres, sabor, aparência, firmeza da carne e presença de crianças na família. Já os fatores que limitam o consumo foram: preço e espinhos. Os mesmos autores também relatam a escassez de trabalhos publicados sobre o perfil dos consumidores de

pescado no Brasil, ressaltando a sua importância para identificar os fatores determinantes para o comportamento do consumo alimentar.

Outro trabalho base foi de Leandro *et al.* (2018), que buscaram caracterizar o perfil de consumo e consumidor de peixe que reside no município de Sinop, Mato Grosso. Chegando aos resultados indicaram que o percentual dos entrevistados que afirmaram consumir peixe foi maior que 90% e que o consumo de peixe na cidade é influenciado diretamente pela renda familiar dos consumidores, influência cultural e hábitos alimentares dos colonizadores do município.

Pedroza Filho *et al.* (2020), ao realizar pesquisa em supermercados de Brasília (DF), Curitiba (PR), Manaus (AM), Recife (PE) e São Paulo (SP), identificando aspectos importantes, como a preferência dos consumidores pelo produto fresco e pelo filé. Observaram também consolidação da tilápia como um produto bem conhecido pelos consumidores de todas as regiões do país e a evidente necessidade de ações visando a popularizar o consumo de espécies nativas como tambaqui e pirarucu fora das regiões onde estas espécies já são bem consumidas.

O estado de Santa Catarina tem participação destacada na produção pesqueira nacional, em particular na pesca extrativa marinha (BASTOS, 2009), e, ainda segundo este autor, destacam-se a corvina (*Micropogonias cuvieri*), o camarão-sete-barbas (*Xiphopenaeus kroyeri*), o papa-terra (*Menticirrhus* spp.), a tainha (*Mugil* spp), a enchova (*Pomatomus saltatrix*), a abrótea (*Urophycis brasiliensis*), o cação (várias espécies), o camarão-rosa (*Farfantepenaeus paulensis*), o bagre (família *Ariidae*), a pescadinha-real (*Macrodon ancylodon*) e a espada (*Trichiurus lepturus*).

Em 2019, o estado de Santa Catarina foi responsável por 37.704 toneladas de pesca artesanal sem embarcações ou com uso de pequenas embarcações, Florianópolis contribuiu com 17% (6.486.880 kg), ficando em 1º lugar no ranking estadual. Neste mesmo ano, com relação à pesca artesanal realizada com embarcações maiores que 10 metros de comprimento e dotadas de casaria, o estado produziu 6.977 toneladas e Florianópolis produziu 1.197 toneladas, atrás apenas de Passo de Torres e de Governador Celso Ramos (UNIVALI/EMCT/LEMA, 2020).

Com relação ao peixe de água doce, os números são provenientes da piscicultura. O estado de Santa Catarina, em 2019, produziu 46.758,65 toneladas de peixe de água doce. A região sul com maior produtividade, cerca de 8 mil toneladas, dando destaque para a produção de tilápia (EPAGRI, 2019).

Conforme Pires (2015) comenta em seu trabalho, a capital de Santa Catarina, Florianópolis, caracteriza-se por uma cultura açoriana e possui forte enfoque para a produção de pescado. É responsável por 92,5% da produção nacional de ostras, vieiras e mexilhões e a pesca é considerada um meio de sobrevivência para muitos, e o pescado é procurado por moradores locais, imigrantes e turistas para consumo.

No entanto, pouco ou nada sabe-se sobre os consumidores de peixes na capital catarinense, o que justifica uma iniciativa para melhor conhecer esses consumidores e as suas necessidades. A pesquisa torna-se relevante ao considerar que a identificação de hábitos e de preferências alimentares do consumidor final de peixe é relevante não apenas em termos de conhecimento técnico, mas é relevante em termos pragmáticos, pois os conhecimentos de tais informações podem fornecer subsídios bem fundamentados para ações de aprimoramento de produção e meios de oferta mais adequados ao longo de toda a cadeia de comercialização de peixes.

Assim, com o presente trabalho, o objetivo foi caracterizar o perfil socioeconômico dos consumidores de peixes, bem como identificar as preferências e aspectos que influenciam a compra e o consumo de peixes no município de Florianópolis-SC.

2 Material e métodos

2.1 Aspectos éticos da pesquisa

Todos os procedimentos empregados na pesquisa foram previamente apreciados e aprovados pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (CEPSH) da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC (Parecer número 5.184.861). Antes de responder ao questionário, todos os participantes concordaram com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE (Apêndice A).

2.1.1 Critérios de inclusão

- Ser residente e domiciliado no município de Florianópolis;
- Ser maior de 18 anos;
- Responder completamente ao questionário.

2.1.2 Critérios de exclusão

- Não ser residente e domiciliado no município de Florianópolis;
- Não ser maior de 18 anos;
- Não responder completamente ao questionário.

2.2 Local de desenvolvimento do estudo

Entre os meses de fevereiro/2022 e março/2022, o questionário foi disponibilizado de modo *on-line* para os moradores da cidade do município de Florianópolis (SC), também conhecido como “A ilha de Santa Catarina”, que está localizado entre as latitudes 27°22' e 27°51' S e entre as longitudes 48°20' e 48°37' W e tem seu território dividido entre uma porção continental e uma porção insular.

2.3 Estruturação do questionário

O questionário estruturado foi adaptado de Tavares *et al.* (2013). Este tipo de questionário é caracterizado como uma pesquisa de opinião dividido em categorias para melhor analisar os dados e foi elaborado utilizando-se a plataforma *Google Forms*. O questionário (APÊNDICE B) é composto de 25 questões, divididas em quatro categorias:

- 1) Características socioeconômicas do entrevistado:
- 2) Hábitos de consumo do peixe pelo entrevistado:
- 3) Frequência de consumo
- 4) Preferências e Processo de Compra

2.4 Cálculo amostral

Segundo os trabalhos de Pereira *et al.* (2021) e Leandro *et al.* (2018), para a definição da amostra, pode-se considerar a população ocupada no respectivo município alvo da pesquisa, Florianópolis- SC, que, segundo o IBGE (2020), contabiliza 329 451 pessoas ocupadas (65,8% da população total). Considerando que 5% dessa população ocupada é de 16.472 pessoas, uma amostra inviável ao atual trabalho, sendo tratada então como uma população infinita.

O tamanho da amostra foi estabelecido considerando erro amostral máximo de 5% e grau de confiança de 95%, e foi utilizada a seguinte equação (LEVINE *et al.*, 2016):

$$n = \frac{\left(\frac{Z_{\alpha}}{2}\right)^2 \times p \times q}{E^2}$$

$$n = \frac{\left(\frac{1,96}{2}\right)^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2} = \frac{(1,96)^2 \times 0,25}{0,0025} = 384,16 \approx 385$$

Onde

n = tamanho da amostra (número de indivíduos na amostra)

$Z_{\alpha/2}$ = Valor crítico que corresponde ao grau de confiança desejado

p = Proporção da população alvo de interesse da pesquisa

q = Proporção da população alvo não pertencente à categoria que se deseja estudar ($q = 1 - p$).

E = margem de erro (porcentagem no formato decimal)

A amostra populacional é simples, com uma margem de erro menor que 5% e um coeficiente de confiança de 95%, totalizando 385 pessoas.

2.5 Aplicação do questionário

A aplicação do questionário foi testada previamente, para identificação de omissões e ambiguidades. O *link* de acesso ao questionário online foi compartilhado via redes sociais, aplicativo de troca de mensagens e e-mail. Antes de responder ao questionário, todos os participantes tiveram acesso ao Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, aceitando participar da pesquisa. Para evitar a duplicidade de dados, cada participante pode responder o questionário uma única vez, porém com a oportunidade de edição após o envio garantindo assim o seu direito de retirar-se da pesquisa.

2.6 Análise de dados

Os dados foram tabulados em planilha eletrônica (Microsoft Excel) e observados utilizando-se a técnica de distribuição de frequência relativa das repostas de cada questão. Os resultados estão apresentados na forma de gráficos.

3 Resultados

A pesquisa finalizou após 30 dias e com a participação de 97 respondentes. A partir das respostas dos participantes, foi possível levantar os dados abaixo, divididos em Características socioeconômicas do entrevistado, Hábitos de consumo do peixe pelo entrevistado, Frequência de consumo Processo de Compra

3.1 Perfil socioeconômico

No Quadro 1, observa-se o perfil dos voluntários participantes da pesquisa no que se refere ao sexo, à faixa etária, ao nível de escolaridade, à renda familiar, ao número de pessoas que moram na residência e ao número de pessoas que contribuem com a renda familiar.

Quadro 1: Perfil Socioeconômico dos entrevistados (continua)

Sexo	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Masculino	39	38%
Feminino	63	62%
Faixa Etária	Frequência absoluta	Frequência relativa
Entre 18 e 24 anos	20	20%
Entre 25 e 34 anos	41	40%
Entre 35 e 40 anos	11	11%
Entre 41 e 45 anos	5	5%
Entre 46 e 50 anos	6	6%
Entre 51 e 55 anos	6	6%
Acima de 56 anos	13	13%
Grau de escolaridade	Frequência absoluta	Frequência relativa
Nível fundamental incompleto	1	1%
Nível Fundamental completo	1	1%
Nível Médio Incompleto	0	0%
Nível Médio Completo	2	2%
Nível Superior incompleto	45	44%
Nível Superior completo	23	23%
Nível Mestrado incompleto	8	8%
Nível Mestrado completo	6	6%
Nível Doutorado incompleto	4	4%
Nível Doutorado completo	12	12%
Renda Mensal	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Até 1 salário mínimo	22	22%
Entre 1 salário e 3 salários mínimos	39	38%
Entre 4 e 6 salários mínimos	14	14%

Quadro 2: Perfil Socioeconômico dos entrevistados (conclusão)

Acima de 6 salários mínimos	27	26%
Número de pessoas na família	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Somente você	16	16%
2 pessoas (incluindo você)	33	33%
3 pessoas (incluindo você)	23	23%
4 pessoas (incluindo você)	21	21%
5 pessoas (incluindo você)	7	7%
Acima de 5 pessoas	0	0%
Pessoas que contribuem com a renda familiar	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Somente você	32	33%
2 pessoas (incluindo você)	44	45%
3 pessoas (incluindo você)	14	14%
4 pessoas (incluindo você)	4	4%
5 pessoas (incluindo você)	2	2%
Acima de 5 pessoas	1	1%
Há crianças na família	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Sim, há crianças na família	16	16%
Não há crianças na família	86	84%

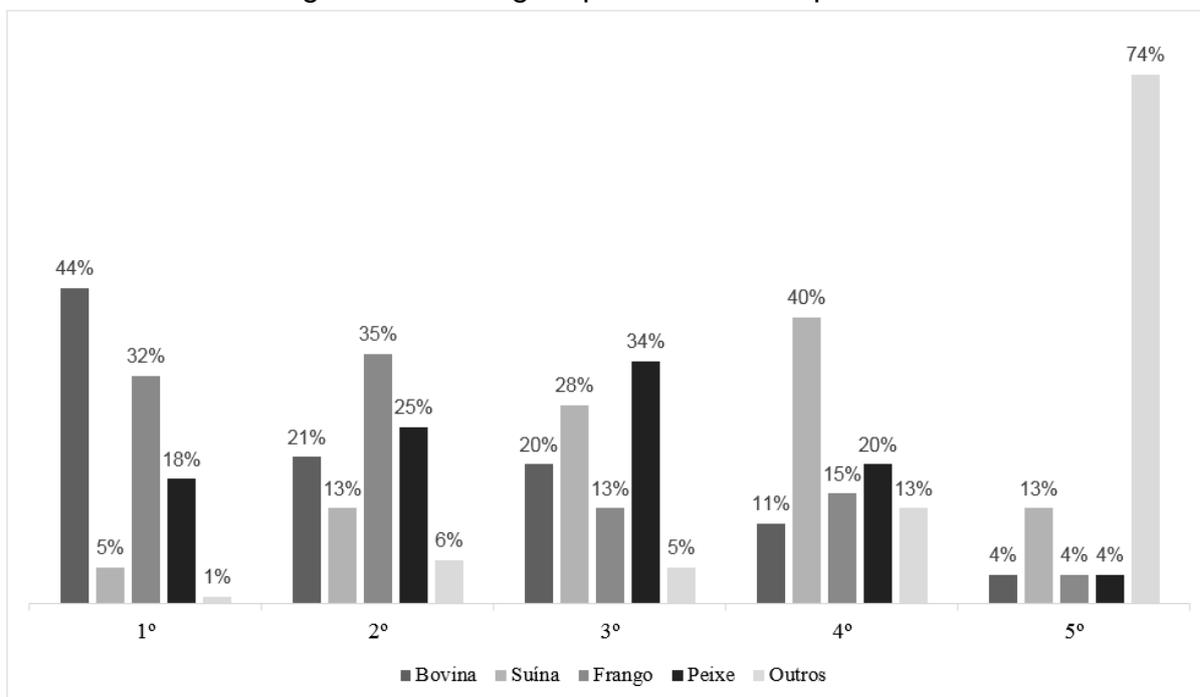
Fonte: elaborado pelo autor

3.2 Hábitos de consumo

A análise de hábitos de consumo de peixes considerou o tipo de proteína animal preferido na hora do consumo, o local que costuma consumir, a forma de preparação e o tipo de corte preferido. Na primeira questão, que era sobre a proteína animal preferida, os respondentes deveriam elencar a ordem de preferência de proteínas, e a primeira opção de proteína animal que os respondentes optaram, em grande maioria, foi carne bovina. Como segunda opção de proteína animal de preferência, destaca-se o frango e, apenas como terceira opção de proteína, tem-se o peixe (Figura 1). O consumo de carne bovina no Brasil é considerado bastante significativo (PIRES, 2015), o que pode explicar a primeira opção dos consumidores por carne bovina, já em relação a segunda opção de proteína pode ser justificada pelo fato do estado de Santa Catarina ser um relevante produtor de carne de frango, resultando numa grande oferta do produto nos pontos de venda e por preços de venda

bem competitivos. Tais fatores podem ser considerados relevantes para a baixa prioridade do peixe comparado a estas opções de proteína.

Figura 1: Ranking de proteína animal preferida



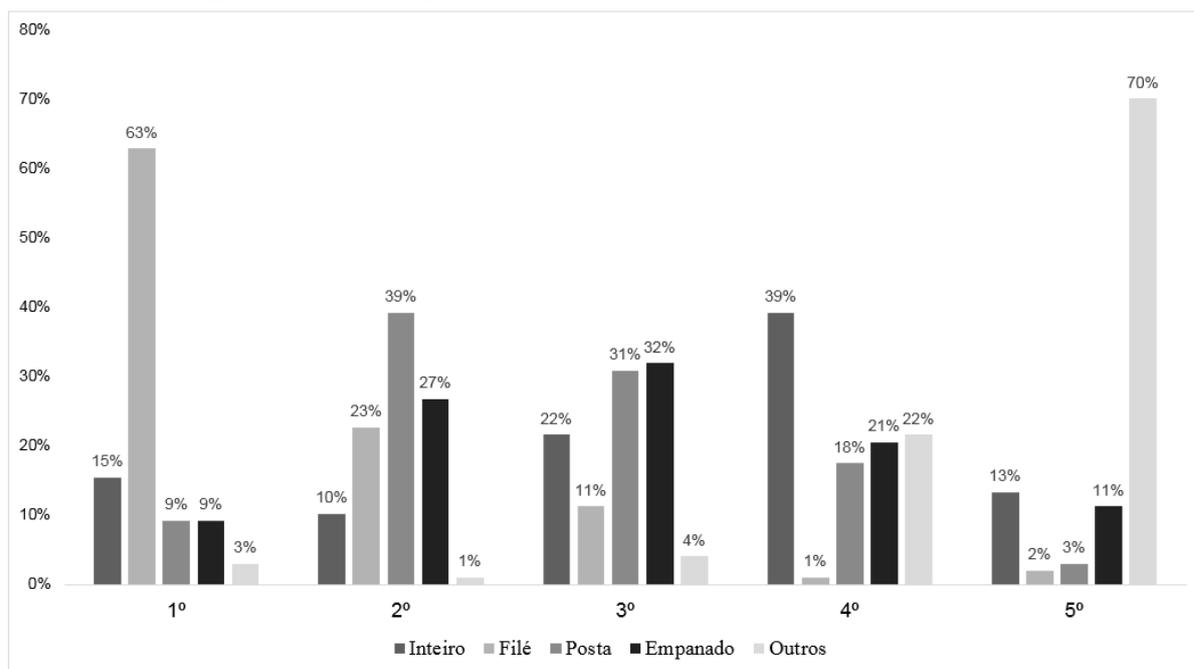
Fonte: elaborado pelo autor

Ao serem perguntados sobre o corte de peixe favorito para consumo, 63% colocaram o filé como corte predileto. Em segundo lugar, ficou a posta, com 39% de preferência (Figura 2). O filé é caracterizado pela ausência de espinhas e pela maior facilidade no seu preparo, o que pode ser considerado uma explicação para sua maior preferência, assim como a posta de peixe, que mesmo contendo espinhas normalmente é considerado de fácil preparo conforme apontado por Santos (2017) e Mangas *et al.* (2016).

Os consumidores têm menor preferência pelo peixe inteiro, provavelmente uma vez que este tipo de produto, mesmo eviscerado, exige um maior espaço para manuseio na cozinha e tempo de preparo maior que cortes prontos. Observando que, no atual trabalho, teve maior participação de mulheres (62%) e famílias com no máximo 3 pessoas (70%) (Quadro 1), pode-se supor que mudanças sociais, como o

crescimento da participação da mulher no mercado de trabalho, o aumento do número de pessoas morando em apartamento – o que dificulta o manuseio do peixe inteiro se comparado com uma casa - e a redução da média do número de membros das famílias têm elevado a demanda por alimentos prontos ou semiprontos (PEDROZA FILHO *et al.*, 2014).

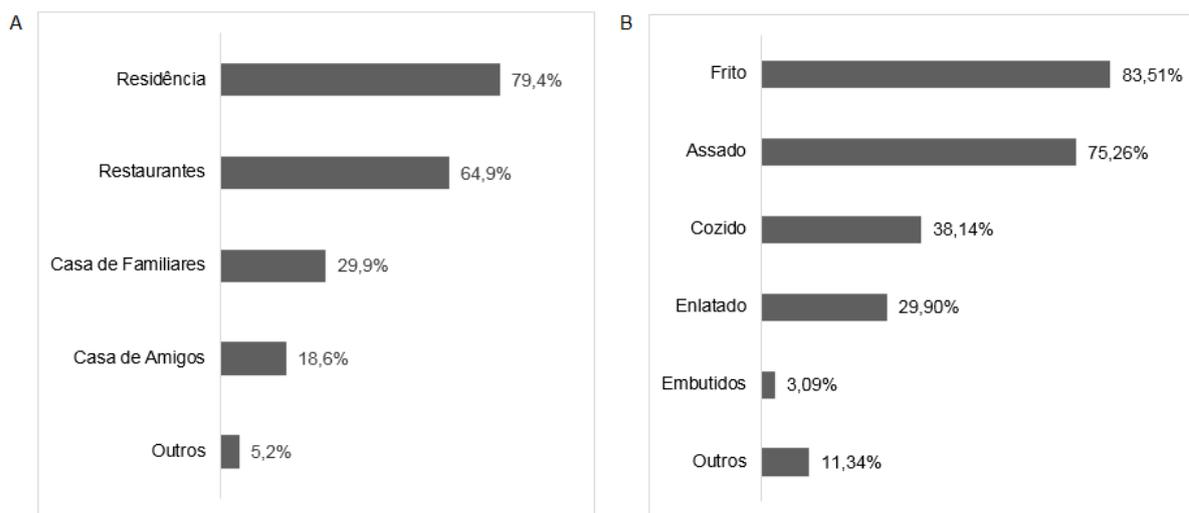
Figura 2: Ranking do corte de peixe preferido para consumo



Fonte: elaborado pelo autor

Quanto ao principal local de consumo de peixe, 79,4% dos entrevistados afirmaram que o consumo em sua residência é a principal escolha. O restaurante aparece em segundo lugar (64,9%), seguido da casa de familiares (28,9,4%) (Figura 3A). Quanto à forma de consumo do peixe, a grande maioria dos entrevistados prefere frito com 83,51% das respostas, seguindo 75,26% dos entrevistados que consomem mais assado (Figura 3B). Esse fato pode estar relacionado à praticidade no preparo do peixe assado, frito ou grelhado quando comparado a outras formas de preparo (LEANDRO *et al.*, 2018).

Figura 3: (A) Locais de consumo do peixe; (B) Forma de consumo de peixe



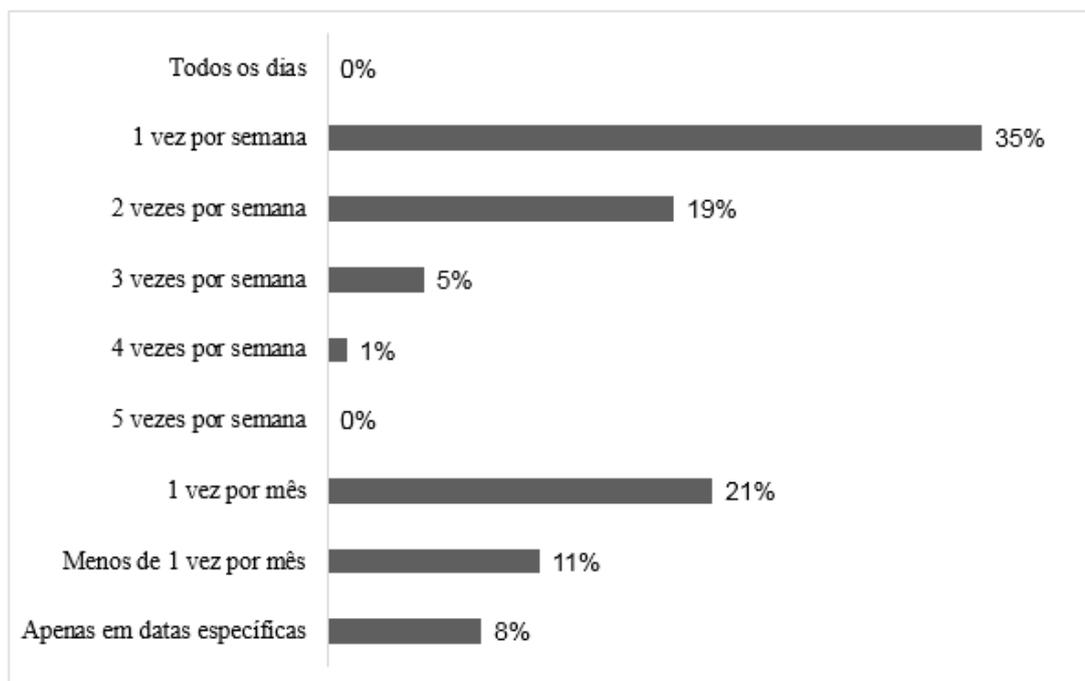
Fonte: elaborado pelo autor

3.3 Frequência de consumo

A análise de frequência de consumo de peixes considerou o número de vezes e a quantidade de peixe consumido em determinado período. Levando em conta esses fatores, 35% dos entrevistados afirmam consumir uma vez por semana, seguido 21% que consomem apenas 1 vez ao mês (Figura 4). A frequência de consumo pode ser influenciada por diversos fatores, como preço, sabor, região geográfica, questões culturais e até mesmo questões socioeconômicas como a renda (LEANDRO *et al.*, 2018). Sobre a quantidade de peixe consumida pelo grupo familiar, 51% afirmam consumirem até 3 kg por ano, seguindo por 40% afirmando consumir menos de 1 kg durante o ano (Figura 5), o que está abaixo da média de consumo nacional (10 kg/ano) e da recomendação da OMS, a qual é de 12 kg/habitante/ano. Das *et al.* (2012) apontaram que localização e a filiação étnica têm influência sobre o consumo de peixe pelas famílias, ou seja, deve-se considerar que, apesar de Florianópolis ser uma cidade de colonização açoriana, cuja gastronomia é baseada em frutos do mar, e estar localizada em uma região de fácil acesso à proteína de peixe pela pesca e mesmo pela piscicultura do estado, a cidade está inserida em uma região onde, culturalmente,

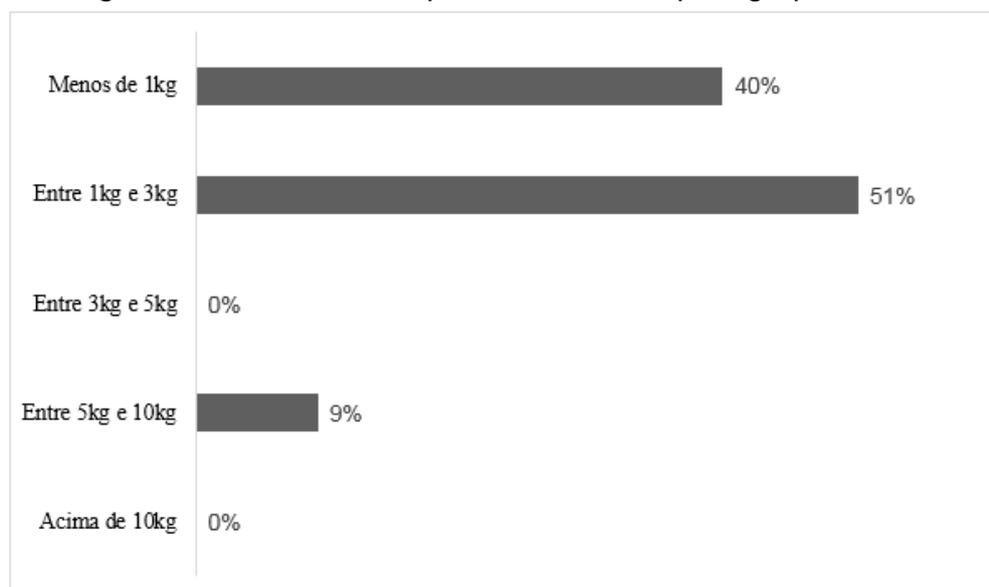
a principal fonte de proteína é carne bovina, aves e suínos, principalmente por influência do Rio Grande do Sul, do Uruguai e da Argentina, os quais que têm sua gastronomia baseada principalmente em proteína bovina.

Figura 4: Frequência de consumo de peixe pelos entrevistados



Fonte: elaborado pelo autor

Figura 5: Quantidade de peixe consumida pelo grupo



Fonte: elaborado pelo autor

3.4 Processo de compra

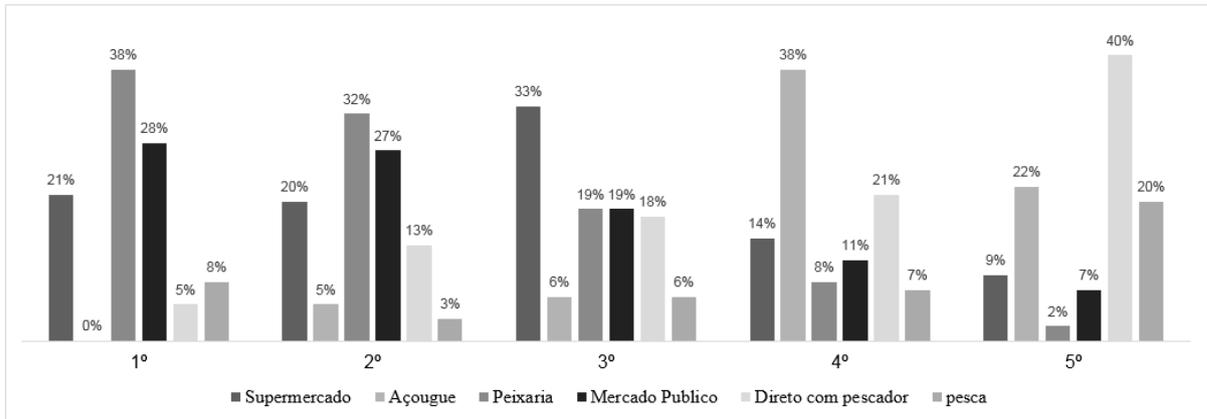
A análise do processo de compra objetivou questionar o tipo de apresentação do produto (filé, tiras, posta, inteiro e enlatado) e o tipo de conservação (fresco, congelado, salgado e pronto). Isso permite avaliar diferenças no hábito de consumo dos compradores com relação aos diferentes produtos.

Quando perguntados sobre qual o principal local de compra de peixe, 38% dos entrevistados afirmaram que a peixaria é a principal escolha, seguido pelo Mercado Público (28%) como primeira opção. A peixaria também aparece em destaque no segundo lugar com 32%, seguida das pelo Mercado Público com 27%. Como terceira opção de local, tiveram destaque os supermercados com 33% das respostas (Figura 6). Observando que o frescor parece ser o atributo mais importante para os consumidores no Brasil (FLORES *et al.*, 2021), pode-se considerar o fato de que, nas peixarias, tem-se maior disponibilidade de peixes frescos, ao contrário de supermercados, os quais trabalham mais com produtos beneficiados e congelados.

Quanto aos motivos para o ranking do local de compra de peixe, 31% dos entrevistados responderam que consideram mais importante a confiabilidade do local, seguido por 27% que consideram mais importante a proximidade do local de compra (Figura 7). Tal observação pode estar relacionada com a preferência pela compra de peixe nas peixarias do Mercado Público, afinal é um local popularmente conhecido por oferecer produtos de qualidade e de procedência confiável.

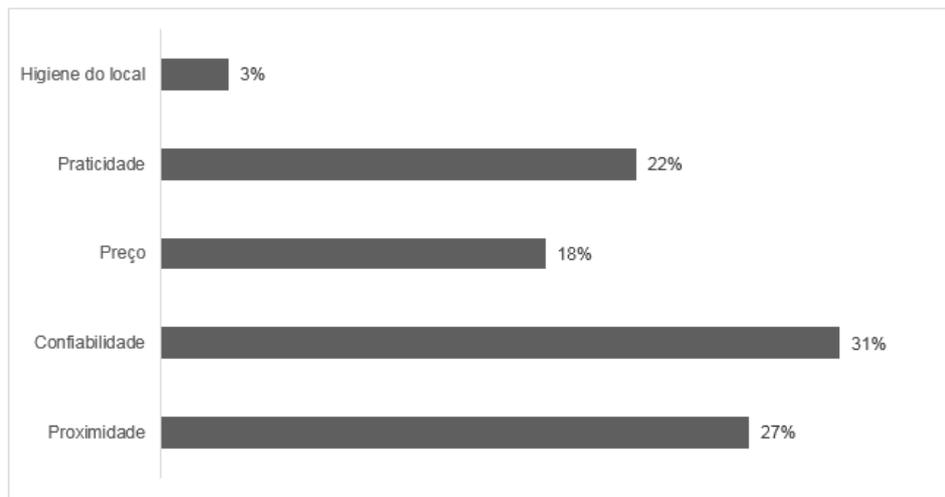
Ao serem perguntados sobre o corte de peixe preferido no momento da compra, 59% afirmaram que o filé é o corte favorito e, em segundo lugar, ficou a posta com 36% de preferência (Figura 8). Como esse número é menor que o percentual de preferência por consumo por filé, pode-se supor que esteja relacionado ao valor e à renda dos entrevistados possivelmente. Essa preferência por filé também foi notada por Pedroza Filho *et al.* (2020) e Arbex *et al.* (2016), em que a maioria dos entrevistados tem preferência pelo filé do peixe.

Figura 6: Local de compra de peixe preferido



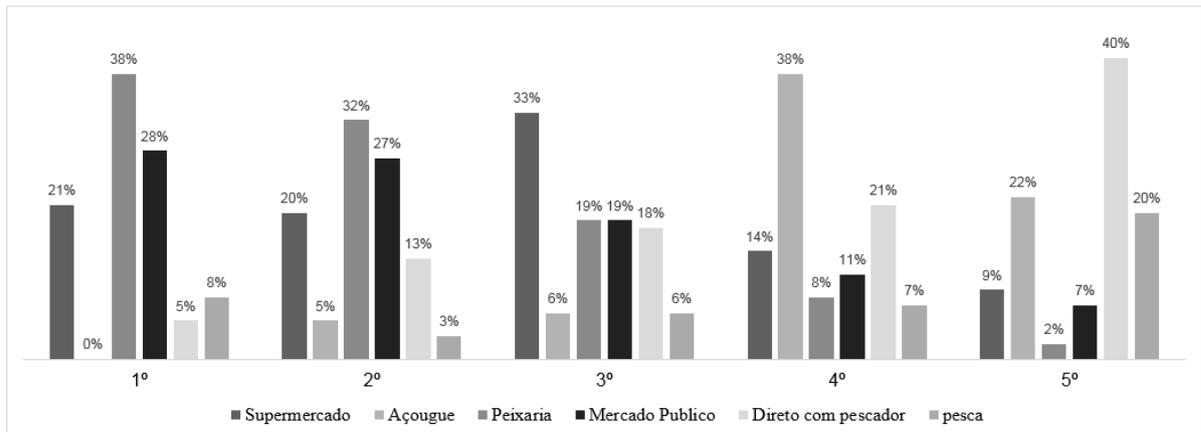
Fonte: elaborado pelo autor

Figura 7: Motivo para escolha do local de compra



Fonte: elaborado pelo autor

Figura 8: Ranking de corte de peixe que costuma comprar

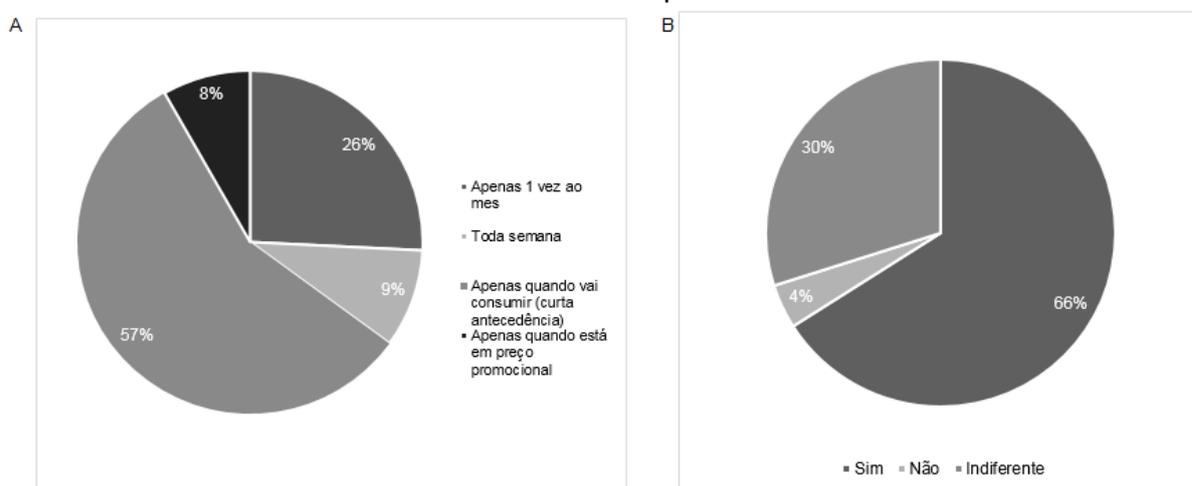


Fonte: elaborado pelo autor

Sobre a frequência de compra, 62% compram o peixe apenas quando vão consumir em curta antecedência (Figura 9A). Isso pode explicar a razão pela qual a maioria dos entrevistados prefere o mercado público e as peixarias, onde há maior oferta de pescados frescos. Ou justamente pela preferência de peixes em datas específicas, como durante a “safra da tainha”, em que há maior disponibilidade deste peixe ou em datas religiosas como quaresma e semana santa (religião Católica).

Em seguida, em relação ao valor de compra do peixe, a maioria dos entrevistados (65%) afirmaram que consumiriam mais peixe se o valor de compra baixasse (Figura 9B). No entanto, no ranking de proteína preferida, o peixe fica sempre após a carne bovina e a carne de frango. Conforme cita Carlucci *et al.* (2015), ao relatar sobre percepção de preços pelos consumidores em seu trabalho de revisão expõe que os pescados parecem ser amplamente percebidos como mais caros do que as outras fontes de proteínas, mesmo quando em preços equivalentes. Ou seja, os consumidores não percebem que haja forma ou espécie de peixe barato em comparação com a carne bovina.

Figura 9: (A) Frequência de compra de peixe; (B) Influência do preço sobre o consumo de peixe

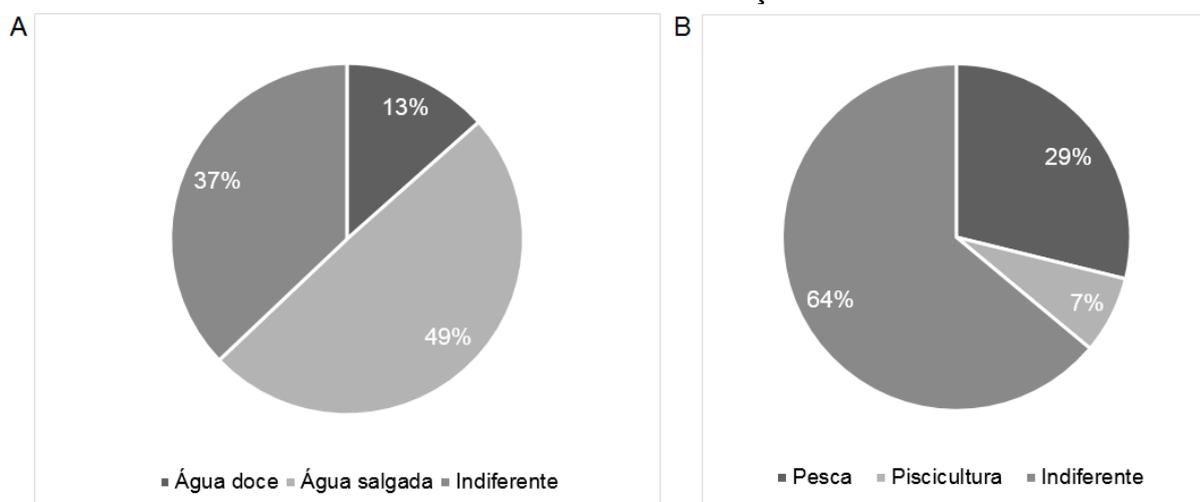


Fonte: elaborado pelo autor

Quando questionados sobre a procedência do peixe, apenas 13% declaram preferência por peixe de água doce, em contraste com 49% que respondem que preferem peixe marinho e 37% indiferentes (Figura 10A). No entanto, considerando

que a preferência por peixe marinho equivale a quase 4 vezes mais que a preferência por peixe de água doce, a hipótese de que o consumidor em Florianópolis prefere peixe marinho permanece válida. Outro resultado semelhante foi com relação ao método de produção em que os peixes cultivados foram preteridos na média, ficando com menos de 10% das respostas. Neste atual trabalho, apesar de 64% serem indiferentes quanto ao método de obtenção do peixe, se cultivado ou pescado, segue-se para 29% preferindo peixe da pesca e apenas 7% optaram por peixe da aquicultura (Figura 10B). Apesar de não ter coletado a justificativa dos entrevistados para essas opções, com base em outros trabalhos. Pode-se argumentar que a preferência pelo peixe selvagem esteja mais relacionada a mitos e a crenças errôneas do que em razões fundamentadas. Claret *et al.* (2014) confirmam a hipótese de crenças e mitos, pois, em seu estudo, a quantidade de entrevistados que apresentou a crença em relação à artificialidade foi maior quando se compararam peixes de criação *versus* peixes selvagens. Neste caso, o peixe selvagem foi percebido pelos entrevistados como mais natural, mais nutritivo e mais saudável do que o peixe de viveiro. No entanto, na condição de degustação às cegas, o número de consumidores que preferem peixes de viveiro foi quase o dobro daqueles que preferem as amostras de peixes selvagens (CLARET *et al.*, 2016). Isso pode representar ainda um grande trabalho de marketing para que aquicultura melhore a imagem do seu produto com o consumidor final.

Figura 10: (A) Preferência de acordo com habita do peixe (B) Preferência de acordo com o método de obtenção



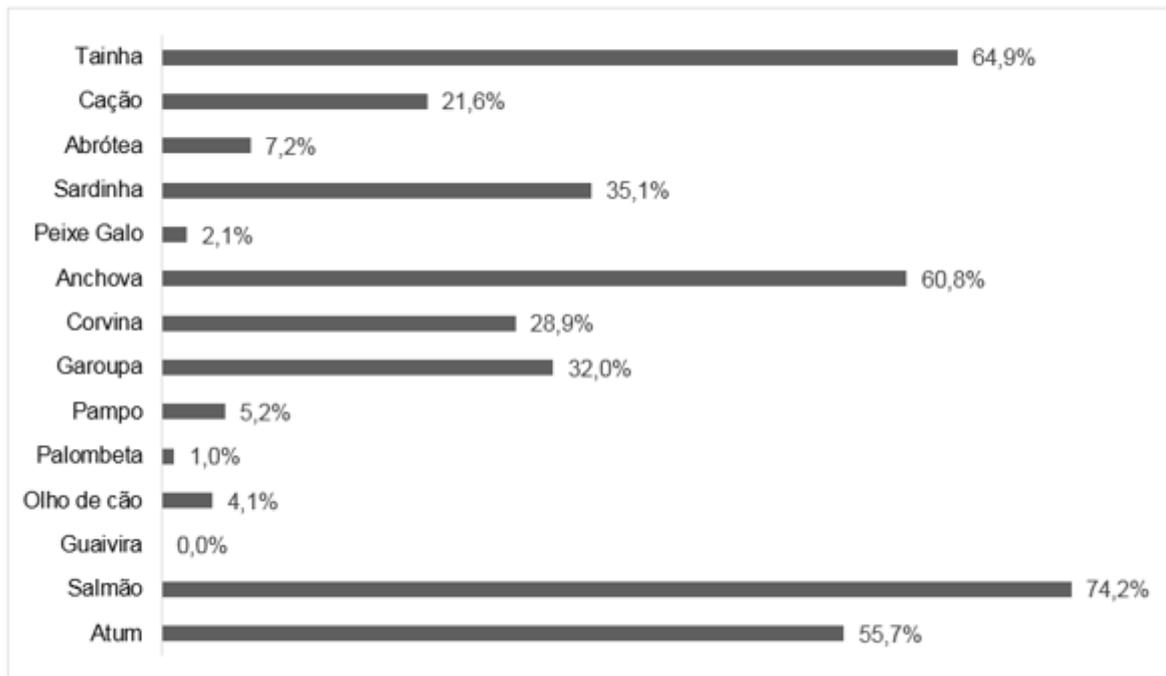
Fonte: elaborado pelo autor

Ao elencar as espécies marinhas favoritas, 74% dos entrevistados preferem salmão, seguido pelas espécies nativas como a tainha (64,9%) e a anchova (60,8%) (Figura 11A). A aquicultura de salmão do Atlântico, liderada pela Noruega e pelo Chile, é uma das indústrias de produção de pescado mais lucrativas e tecnologicamente avançadas do mundo, enquanto no lado do mercado a indústria é notável por estratégias de marketing internacional coordenadas e um ritmo acelerado de inovação de produtos (FAO, 2020), já as espécies nativas preferidas têm apenas disponibilidade sazonal e fazem parte da gastronomia local, incluindo eventos gastronômicos relacionados.

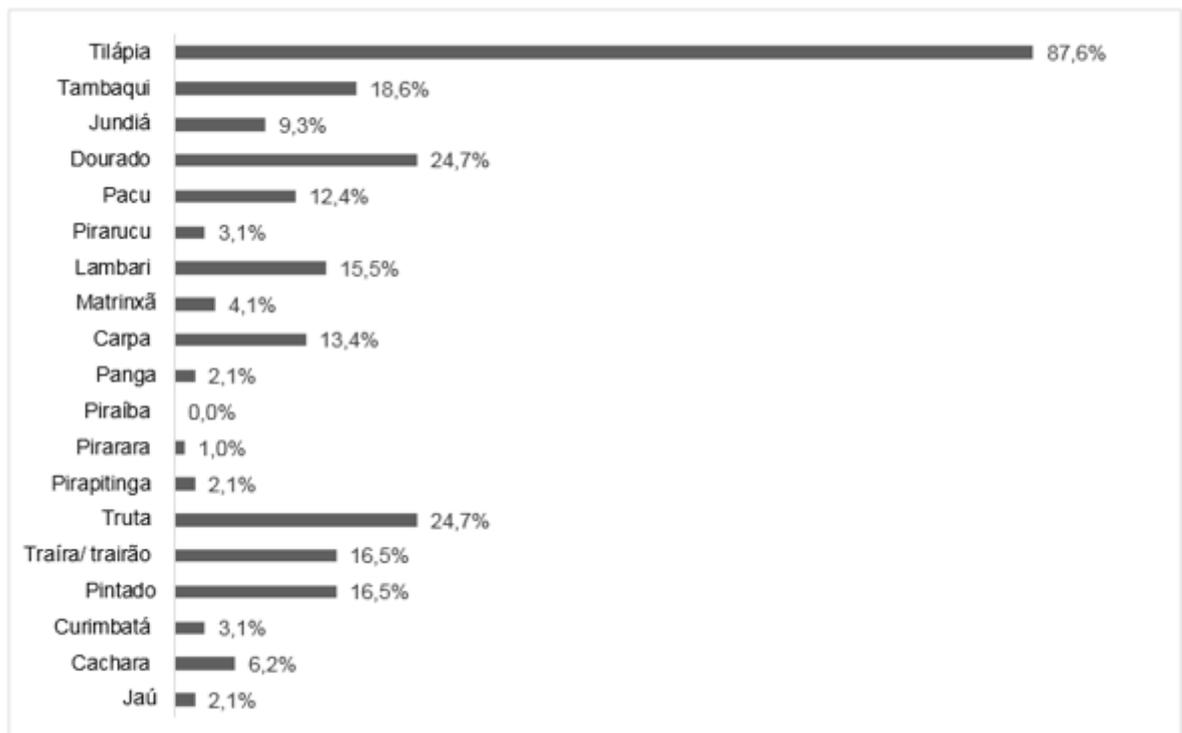
Ao elencar as espécies dulcícolas favoritas, a maioria dos entrevistados tem a preferência pela tilápia com 87,6% das respostas (Figura 11B). Isso mostra que esse peixe tem um mercado de consumo bem consolidado, mesmo em regiões que aparentam ter menor consumo de peixes dulcícolas, como é o caso de Florianópolis. Tal resultado corrobora o trabalho de Flores *et al.* (2021), em que a Tilápia destacou-se como o peixe mais consumido pelos brasileiros. A Tilápia, apesar de exótica, é cultivada no Estado de Santa Catarina, inclusive é o principal produto da aquicultura no estado, que se destaca como um relevante produtor nacional. Santa Catarina fechou o ano de 2020 com uma produção total de quase 49 mil toneladas de pescado, das quais mais de 38 mil foram de tilápia (EPAGRI/CEDAP, 2020). O número representa 80% da produção, colocando o estado em 3º lugar no ranking brasileiro de produção de tilápia (EPAGRI/CEDAP, 2020).

Figura 11: (A) Espécies marinhas preferidas; (B) Espécies Dulcícolas preferidas

A



B

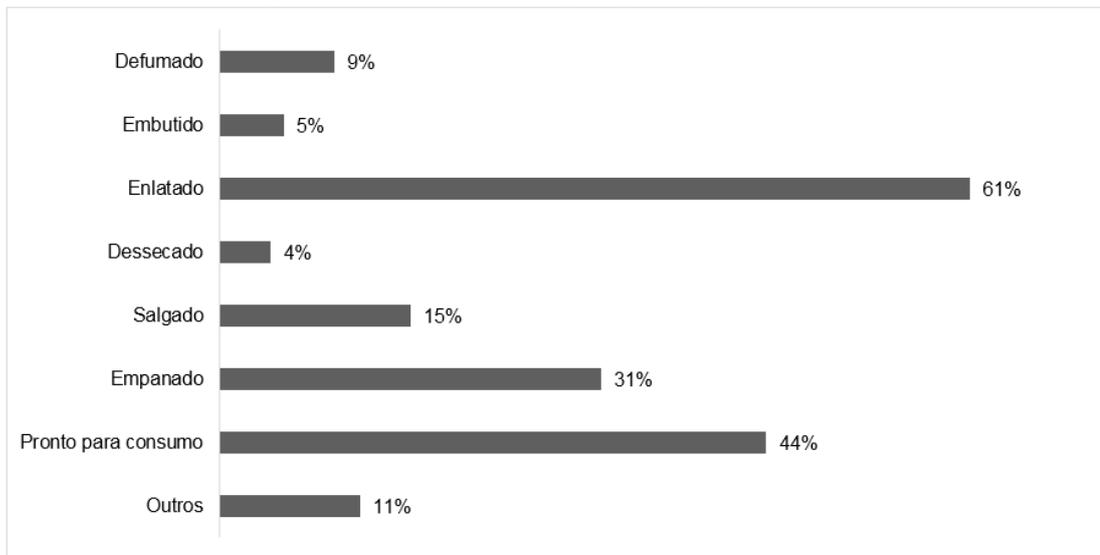


Fonte: elaborados pelo autor

Quanto à preferência por peixe processado, 61% dos entrevistados optaram por peixe enlatado, seguido por 44% por peixe “pronto para o consumo” e 31% por peixe empanado (Figura 12). Embora, neste trabalho, não se tenha a informação da frequência que se consome peixe enlatado, sabe-se que o atum enlatado é comercializado e vendido em grande parte por redes de supermercados consolidadas como um item de peixe acessível (FAO, 2020). Podemos considerar os “prontos para o consumo” como sendo aqueles que quando adquiridos são servidos prontos para serem consumidos, normalmente servidos em restaurantes ou por delivery, e obtém-se um grande percentual de respostas, provavelmente pelo grande uso de delivery na região, principalmente por gastronomia oriental. Já os peixes empanados não são os preferidos dos consumidores e uma das razões é o fato de que geralmente o pescado é processado para depois ser empanado, sendo vendidos congelados em formato de pequenos pedaços semelhantes ao *steak* de frango, tendo a opção de comprar empanados de peixes com ou sem adição de queijo na mistura (SANTOS, 2017).

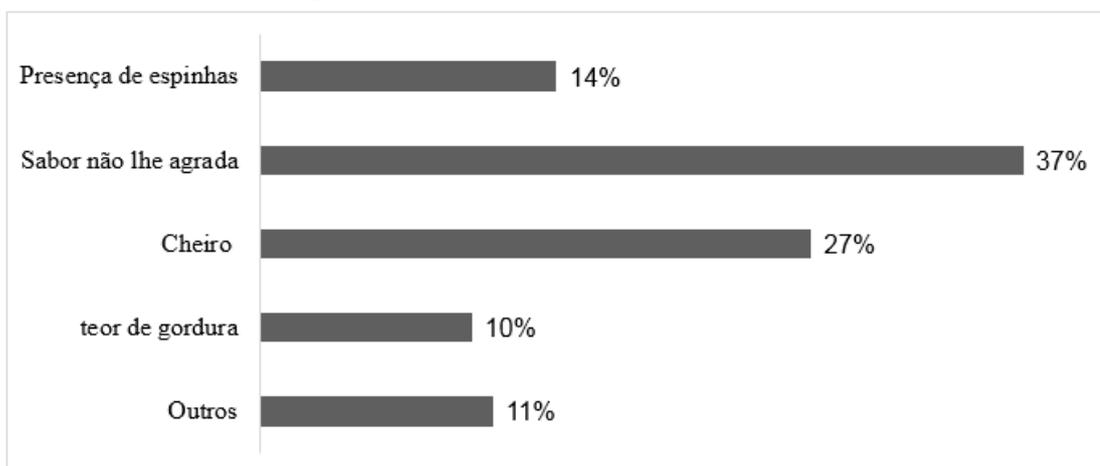
Dentre os principais fatores que influenciam negativamente o consumo de pescado, como motivos para rejeitar a compra pela população investigada, tem-se o sabor (37%) e o cheiro (27%) conforme apresentado na Figura 13. O sabor já foi notado como fator mais importante aos consumidores de peixe em outras cidades como Santo André - SP (Vasconcellos, 2010), Gaspar - SC (PEREIRA, 2021), São Paulo - SP (MACIEL, 2011) e Sinop - MT (LEANDRO, 2018).

Figura 12: Preferência por peixe processado



Fonte: elaborado pelo autor

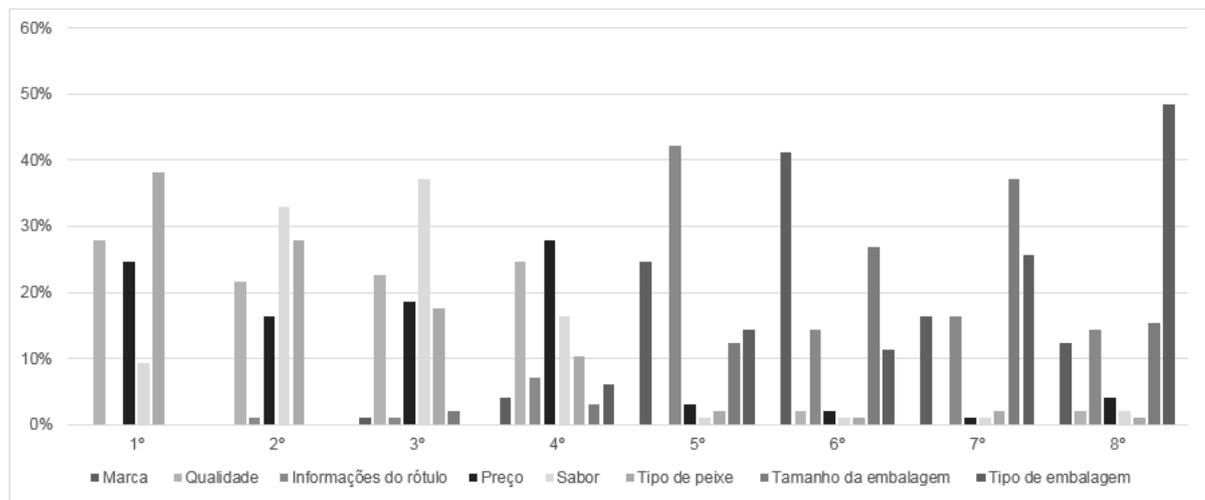
Figura 13- Motivo de rejeição do peixe



Fonte: elaborado pelo autor

Em relação aos fatores considerados na compra do peixe, a maioria dos entrevistados considerou o tipo de peixe (38%) como segundo fator mais importante e na sequência foi o sabor (33%) (Figura 14). Comparado ao recente trabalho de Louis *et al.* (2022), em que 53,6% de seus respondentes julgaram o sabor como fator mais importante na hora da compra, pode-se supor que a escolha do tipo de peixe esteja diretamente relacionada ao sabor, já que, em grande parte dos casos, cada espécie tem um sabor característico.

Figura 14 Fatores considerados na compra do peixe



Fonte: elaborado pelo autor

4 Conclusão

Ao final da entrevista a caracterização socioeconômica do consumidor de Florianópolis revelou que a maioria são mulheres entre 25 e 40 anos de idade cursando alguma fase do ensino superior com renda entre 1 e 3 salários mínimos. A maioria está em grupo família de 2 a 4 pessoas e sem presença de crianças em casa.

Florianópolis se destaca no consumo de pescado, uma vez que culturalmente e por se localizar em uma região litorânea, a população tem o hábito de comer pescado, com preferência por peixes marinhos, principalmente salmão, tainha e anchova, sendo preferido ser comprado fresco em peixarias e no mercado público, devido à confiabilidade que estes locais oferecem ao consumidor.

Os cortes favoritos são o filé e a posta de peixe. Quando fala de peixes de água doce, a preferência por tilápia é quase unânime. O tipo de peixe e o sabor foram apontados como principais fatores a ser considerados no momento da escolha do peixe. E, a maioria dos entrevistados afirma que consumiria mais peixes em caso de queda no preço de venda.

Trabalhos futuros com questões fechadas e com maior informação sobre naturalidade e tradições culturais dos participantes podem de grande utilidade para a cadeia produtiva de peixes na região.

Referências

ARBEX, Elisangela Alves Sobrinho *et al.* PERFIL DE CONSUMIDORES DE PESCADO EM COMUNIDADES UNIVERSITÁRIAS DA REGIÃO METROPOLITANA DE CUIABÁ-MT. **Proceedins do VII Simcope**, [S.L.], p. 1-11, 9 out. 2016. Instituto de Pesca. <http://dx.doi.org/10.31898/proceedings-bip-159>.

BASTOS, Gildo Coelho. **Análise financeira das pescarias de pequena escala no município de Florianópolis (SC)**. 2009. 166 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências da Engenharia Ambiental, Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2009.

CLARET, Anna *et al.* Does information affect consumer liking of farmed and wild fish? **Aquaculture**, [S.L.], v. 454, p. 157-162, mar. 2016. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.aquaculture.2015.12.024>.

DAS, Apu *et al.* Fish Consumers' Behaviour at Selected Fish Markets of Tripura, India. **Fishery Technology**, Mumbai, v. 50, n. 50, p. 185-190, dez. 2012.

EPAGRI/CEDAP. (org.). **Gráficos e Tabelas de produção de peixes**. 2020. Disponível em: <https://cedap.epagri.sc.gov.br/index.php/estudos/#estatisticas>. Acesso em: 25 ago. 2021.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Panorama de Florianópolis/SC: População no último censo. 2017, v4.6.0. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/florianopolis/panorama>. Acesso em: 13 mai. 2021.

FAO. **The State of World Fisheries and Aquaculture 2020: sustainability in action**. Roma, 2020. 244 p. Disponível em: <https://doi.org/10.4060/ca9229en>. Acesso em: 07 jul. 2022.

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

FLORES, Roberto Manolio Valladão *et al.* Establishing Linkages Between Consumer Fish Knowledge and Demand for Fillet Attributes in Brazilian Supermarkets. **Journal Of International Food & Agribusiness Marketing**, [S.L.], p. 1-21, 28 mar. 2021. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/08974438.2021.1900016>.

LEANDRO, Sephane Vasconcelos *et al.* PERFIL DE CONSUMO E DO CONSUMIDOR DE PEIXE DO MUNICÍPIO DE SINOP, MATO GROSSO. **Revista Agroecossistemas**, [S.L.], v. 10, n. 1, p. 73, 11 nov. 2018. Universidade Federal do Para. <http://dx.doi.org/10.18542/ragros.v10i1.5190>.

LEVINE, David M. *et al.* . **Estatística**: teoria e aplicações usando microsoft® excel em português. 7. ed. Rio de Janeiro: Ltc, 2016. 2288 p.

LOUIS, Tracy Jeanel St. *et al.* Consumption frequencies, determinants, and habits of aquaculture species in Brazil. **Aquaculture International**, [S.L.], v. 30, n. 2, p. 919-936, 27 jan. 2022. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1007/s10499-022-00838-2>.

MACIEL, Erika da Silva. **Perspectiva do consumidor perante produto proveniente da cadeia produtiva de Tilápia do Nilo rastreada**: consumo de pescado e qualidade de vida. 2011. 305 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências, Centro de Energia Nuclear na Agricultura, Universidade de São Paulo, Piracicaba, 2011. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/64/64134/tde-03082011-160437/publico/Doutorado.pdf>. Acesso em: 18 ago. 2021.

MANGAS, Flávio Paixão *et al.* Caracterização do Perfil dos Consumidores de Peixe no Município de Belém, Estado do Pará, Brasil. **Revista em Agronegócio e Meio Ambiente**, Belém, v. 9, n. 4, p. 839, 31 out. 2016. Centro Universitario de Maringa. <http://dx.doi.org/10.17765/2176-9168.2016v9n4p839-857>.

MATTOS, Fábio Yorrán. A IMIGRAÇÃO AÇORIANA NA GRANDE FLORIANÓPOLIS: características e desdobramentos. **Maiêutica - Curso de História**, [s. l.], v. 1, n. 1, p. 1-16, 06 jun. 2013. Anual. Disponível em: https://publicacao.uniasselvi.com.br/index.php/HID_EaD/issue/view/21. Acesso em: 16 dez. 2021.

MAZZUCHETTI, Roselis Natalina *et al.* O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR EM RELAÇÃO AO CONSUMO E AS ESTRUTURAS DE COMERCIALIZAÇÃO DA CARNE BOVINA NA REGIÃO DE AMÉRIOS/PR. **Varia Scientia**, Amérios, v. 04, n. 08, p. 25-43, dez. 2004.

PEIXE BR (Brasil). **Anuário 2020**. São Paulo: Texto Comunicação Corporativa, 2020. 136 p. Disponível em: <https://www.embrapa.br/cim-centro-de-inteligencia-e-mercado-em-aquicultura/publicacoes/anuario-peixebr-da-piscicultura> Acesso em: 20 jul. 2022.

PEREIRA, Graciane Regina *et al.* Análise do perfil dos consumidores de peixes em Gaspar (SC). **Research, Society and Development**, [S.L.], v. 10, n. 2, p. 1-16, 25 fev. 2021. Research, Society and Development. <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v10i2.12706>.

PIRES, Heloisa Vilma. **PREFERÊNCIAS DOS CONSUMIDORES DE CARNE**: um enfoque na cidade de Florianópolis - sc. 2015. 36 f. TCC (Graduação) - Curso de Zootecnia, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015

PEDROZA FILHO, Manoel Xavier *et al.* **Boletim de Pesquisa e Desenvolvimento**: diagnóstico da cadeia produtiva da piscicultura no estado de Tocantins.. Palmas, To: EMBRAPA, 2014.

PEDROZA FILHO, Manoel Xavier *et al.* **O mercado de peixes da piscicultura no Brasil: estudo do segmento de supermercados. Boletim de Pesquisa e Desenvolvimento.** Palmas-TO: EMBRAPA, 2020. Disponível em: <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/215540/1/CNPASA-2020-bpd25.pdf>. Acesso em: 25 ago. 2021.

PMF – Prefeitura Municipal De Florianópolis. **HISTÓRIA.** Disponível em: <http://www.pmf.sc.gov.br/entidades/turismo/index.php?cms=historia&menu=5#:~:text=No%20s%C3%A9culo%20XIX%2C%20Desterro%20foi,p%C3%BAblicos%2C%20entre%20outras%20obras%20urbanas>. Acesso em: 05 mai. 2021

SANTOS, Gelson dos. **O Perfil do Consumidor de Pescado na Cidade de Santa Rosa - RS.** 2017. 24 f. Monografia (Especialização) - Curso de Marketing, Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí, 2017. Disponível em: <https://bibliodigital.unijui.edu.br:8443/xmlui/handle/123456789/4504>. Acesso em: 14 jul. 2021.

SANTOS, Wilson. **Você sabe quanto o brasileiro realmente come de pescado?** 2021. Disponível em: <https://www.seafoodbrasil.com.br/>. Acesso em: 12 maio 2021.

SCHIFFMAN, L. G.; KANUK, L. L. **Comportamento do consumidor.** 6. ed. [s. l.]: LTC, 2000. ISBN 8521612206. Disponível em: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=cat07205a&AN=uls.190660&lang=pt-br&site=eds-live&scope=site>. Acesso em: 20 maio. 2021.

TAVARES, Guilherme C. *et al.* Perfil do consumo de pescado na cidade de Belo Horizonte, MG. **Boletim de Indústria Animal**, [S.L.], v. 70, n. 3, p. 228-234, 2013. Instituto do Zootecnia. <http://dx.doi.org/10.17523/bia.v70n3p228>.

UNIVALI/EMCT/LEMA. **Estatística Pesqueira de Santa Catarina.** Consulta On-line. Projeto de Monitoramento da Atividade Pesqueira do Estado de Santa Catarina. Laboratório de Estudos Marinhos Aplicados (LEMA), da Escola do Mar, Ciência e Tecnologia (EMCT) da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). 2020. Disponível em: <http://pmap-sc.acad.univali.br/>. Acesso em: 25 ago. 2021

VASCONCELLOS, Juliana Parreira. **Determinantes do consumo de pescado na população que frequenta feiras livres do município de Santo André, SP.** 2010. 104 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Zootecnia, Medicina Veterinária Preventiva e Saúde Anima, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/10/10134/tde-04022011-164223/en.php>. Acesso em: 23 jul. 2021

ZIMMERMANN, Fernanda. **O Funcionamento da Armação da Lagoinha: Hierarquia do Trabalho e o Controle dos Escravos na Caça à Baleia (Ilha de Santa Catarina, 1772-1825).** 2006. 80 f. TCC (Doutorado) - Curso de História,

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006. Disponível em: https://novonea.paginas.ufsc.br/files/2012/03/artigo_TCC_Fernanda-Zimmermann-Arma.pdf. Acesso em: 12 dez. 2021.

APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Prezado participante,

Você está sendo convidado(a) a participar do projeto de pesquisa intitulado "Perfil dos Consumidores de Peixe no Município de Florianópolis – SC" a ser conduzida pelo discente Alexandre Rodrigues Mariano (pesquisador assistente), sob responsabilidade do Prof. Dr. Robson Andrade Rodrigues (pesquisador responsável), docente no Departamento de Aquicultura da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Com esta pesquisa o objetivo é identificar as preferências e aspectos que influenciam os consumidores de peixes do município de Florianópolis-SC.

Por gentileza, leia este documento com bastante atenção antes de assiná-lo. Peça orientação quantas vezes for necessário para esclarecer todas as suas dúvidas. A proposta deste termo é explicar tudo sobre o estudo e convidá-lo para participar.

Crítérios de participação:

Este questionário é voltado para pessoas maiores de idades e residentes na cidade de Florianópolis-SC. Ao assinar o termo, o participante confirma que tem mais de 18 anos e que reside em Florianópolis-SC.

Objetivos:

Caso você aceite, responderá a um questionário *on-line* estruturado via *Google forms*, com duração média de 10 a 15 minutos. Optou-se por esta modalidade levando em alta consideração a situação de pandemia por coronavírus (Covid-19), priorizando meio de coleta de dados seguro e em concordância com medidas de restrição sanitária.

Procedimentos:

Todos os participantes receberão o *link*, para participação na pesquisa, de modo virtual. O questionário inicialmente apresentará a pesquisa e em seguida os presentes termos do TCLE. Em segundo momento os voluntários poderão iniciar o preenchimento do questionário, onde não haverá perguntas obrigatórias, podendo o participante deixar de responder perguntas a seu critério. Além disso, o voluntário participante poderá desistir da participação a qualquer tempo, sem prejuízos para si ou para pesquisa.

Benefícios:

Esta pesquisa não almeja trazer benefícios ou pagamentos a você. Como também não prevê qualquer tipo de compensação frente a sua participação. Por outro lado, embora esta pesquisa não lhe ofereça benefícios diretos imediatos, é importante a identificação de hábitos e preferências alimentares do consumidor de peixes poderá subsidiar o desenvolvimento de ações de aprimoramento de produção e meios de oferta mais adequadas ao longo de toda a cadeia de comercialização de peixes.

Possíveis riscos e desconfortos decorrentes da pesquisa:

Participar desta pesquisa poderá oferecer riscos mínimos a você, referentes a algum possível constrangimento, cansaço ou aborrecimento ao responder as perguntas a serem

realizadas. Caso isso ocorra, você poderá interromper a participação sem nenhum problema. Sinta-se absolutamente à vontade em deixar de participar da pesquisa ou suspender a autorização a qualquer momento, sem ter que apresentar qualquer justificativa e com a certeza de que você não terá qualquer prejuízo.

Garantia de sigilo das informações do participante da pesquisa:

Todas as informações colhidas serão analisadas em caráter estritamente científico, sendo os pesquisadores os únicos a terem acesso aos dados e tomarão todas as providências necessárias para manter o sigilo. Os resultados deste trabalho poderão ser apresentados em eventos e publicados em livros, revistas, sites etc., mas mostrarão apenas os resultados obtidos como um todo, sem revelar seu nome ou qualquer informação relacionada à sua identidade. Os dados fornecidos serão utilizados apenas para essa pesquisa e ficarão armazenados por pelo menos cinco anos, em sala e armário chaveados, de posse do pesquisador responsável, podendo ser descartados (deletados e incinerados) posteriormente ou mantidos armazenados em sigilo.

Quebra de Sigilo (remota possibilidade):

Conforme anteriormente mencionado, os pesquisadores tomarão todas as providências necessárias para manter o sigilo da sua participação na pesquisa. No entanto, há que ressaltar o risco, de remota possibilidade, de haver algum tipo de quebra deste sigilo, mesmo que involuntária e não intencional. O que poderia, de algum modo, acarretar potenciais consequências na sua vida pessoal e profissional. Caso isso ocorra, você contará com o acompanhamento e assistência dos pesquisadores.

Autonomia e livre acesso às informações da pesquisa:

É assegurado orientação durante toda pesquisa, bem como é garantido o livre acesso a todas as informações e esclarecimentos adicionais sobre o estudo. Ou seja, tudo que você queira saber antes, durante e depois da participação na pesquisa, está assegurado, basta procurar um dos pesquisadores.

Ainda, você possui total autonomia para se recusar a participar do estudo, a responder determinada pergunta, ou retirar o seu consentimento de participação a qualquer momento, sem justificativa prévia. Caso, em algum momento você não tenha mais interesse em participar da pesquisa, não sofrerá prejuízos de qualquer ordem.

Ausência de despesas em participar da pesquisa:

Você não terá despesas pessoais em qualquer fase deste estudo e não há compensação financeira relacionada à participação voluntária.

Ressarcimento:

A presente pesquisa não prevê a necessidade de gastos por parte dos participantes/entrevistados, visto que todas as despesas serão suportadas pelos pesquisadores. No entanto, em caso de uma eventualidade, onde você arque com alguma despesa relacionada à presente pesquisa, poderá solicitar o ressarcimento aos pesquisadores, comprovando e justificando tais gastos.

Acompanhamento e Assistência:

Você receberá todo acompanhamento e assistência necessários ao longo de toda a pesquisa. Podendo contar com o acompanhamento e assistência dos pesquisadores antes, durante e depois da execução da pesquisa, sobre assuntos e eventuais problemas relacionados a presente pesquisa.

Indenização:

Caso você tenha algum prejuízo material ou imaterial em decorrência da presente pesquisa poderá solicitar indenização, de acordo com a legislação vigente e desde que devidamente comprovado.

Contato com os pesquisadores:

Caso você queira maiores explicações sobre a pesquisa, poderá entrar em contato com os pesquisadores responsáveis por este estudo:

- Robson Andrade Rodrigues – robson.andrade@ufsc.br, (48) 3721-5470. Endereço profissional: Rod. Admar Gonzaga, 1346 - Itacorubi, Florianópolis - SC, 88034-000, Departamento de Aquicultura.

- Alexandre Rodrigues Mariano – al3mariano@gmail.com, (48) 3721-5470. Endereço profissional Rod. Admar Gonzaga, 1346 - Itacorubi, Florianópolis - SC, 88034-000, Departamento de Aquicultura.

-

Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da UFSC

O CEPESH é um órgão colegiado interdisciplinar, deliberativo, consultivo e educativo, vinculado à Universidade Federal de Santa Catarina, mas independente na tomada de decisões, criado para defender os interesses dos participantes da pesquisa em sua integridade e dignidade e para contribuir no desenvolvimento da pesquisa dentro de padrões éticos.

Contato com o Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da UFSC

Em caso de dúvidas ou preocupações quanto aos seus direitos como participante deste estudo, você pode entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da UFSC pelo telefone (48)3721-6094; e-mail cep.propesq@contato.ufsc.br ou pessoalmente: Universidade Federal de Santa Catarina, Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos – CEPESH, Reitoria II, Rua Desembargador Vitor Lima, nº 222, 4º andar, sala 401, Trindade, CEP: 88040-400 – Florianópolis – SC

Procedimentos éticos durante a pesquisa - Resolução 466/12

Os pesquisadores responsáveis, que também assinam esse documento, comprometem-se a conduzir a pesquisa de acordo com o que preconiza a Resolução 466/12, que trata dos preceitos éticos e da proteção aos participantes da pesquisa e o Ofício Circular 2 de 24 de fevereiro de 2021, orientações para qualquer etapa de pesquisa em ambiente virtual.

Assinatura do termo

O presente termo será assinado eletronicamente, ao iniciar o *Google forms*. Ao final do preenchimento, você receberá em seu e-mail cadastrado uma via deste termo assinada também eletronicamente pelos pesquisadores. Guarde cuidadosamente a sua via, pois é um documento que contém importantes informações de contato e garante os seus direitos como participante da pesquisa.

Ao terminar a leitura deste termo, caso aceite em participar, selecione o ícone “**Li e concordo com os termos e condições do formulário da pesquisa descritos acima**” e dê prosseguimento ao preenchimento do formulário. Caso opte pela não participação por quaisquer motivos, simplesmente feche a página do formulário, sem qualquer prejuízo.

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO**•PARTE I: INFORMAÇÕES SOCIOECONÔMICAS**

1) Sexo

 Masculino Feminino

2) Faixa Etária

 Entre 18 e 24 anos Entre 25 e 29 anos Entre 30 e 34 anos Entre 35 e 40 anos Entre 41-45 anos Entre 46-50 anos Entre 51-55 anos Acima de 56 anos

3) Grau de escolaridade

 Sem Formação Nível Fundamental incompleto Nível Fundamental completo Nível Médio incompleto Nível Médio completo Nível Superior incompleto Nível Superior completo Nível Mestrado incompleto Nível Mestrado completo

Nível Doutorado incompleto

Nível Doutorado completo

4) Renda mensal

Até 1 salário mínimo

Entre 1 e 3 salários mínimos

De 4 a 6 salários mínimos

Acima de 6 salários mínimos

5) Número de pessoas na família

Somente você

2 pessoas (incluindo você)

3 pessoas (incluindo você)

4 pessoas (incluindo você)

5 pessoas (incluindo você)

Acima de 5 pessoas

6) Número de pessoas que contribuem para a renda familiar

1 pessoa (incluindo você)

2 pessoas (incluindo você)

3 pessoas (incluindo você)

4 pessoas (incluindo você)

5 pessoas (incluindo você)

Acima de 5 pessoas (incluindo você)

7) Há crianças na família (*pessoa até doze anos de idade incompletos*)? (alterar no formulário)

Não há crianças na família

Sim, há crianças na família

PARTE II: HÁBITOS DE CONSUMO

8) Qual proteína animal prefere consumir? *(elencar a ordem de preferência 1-5)*

Bovina

Suína

Frango

Peixe

Outros

9) Onde costuma comer peixe? Local de consumo *(pode selecionar mais de uma resposta)*

Residência

Restaurante

Casa de familiares

Casa de amigos

Outros

10) Forma de consumo de peixe

Frito

Assado

Cozido

Enlatado

Embutidos

Outros

11) Qual corte de peixes prefere consumir? *(elencar a ordem de preferência 1-5)*

Inteiro

Filé

Posta

Empanado

Outros

PARTE III: frequência de consumo

12) Com qual frequência você consome peixe?

Todos os dias

1 vez por semana

2 vezes por semana

3 vezes por semana

4 vezes por semana

5 vezes por semana

1 vez por mês

Menos de 1 vez por mês

Apenas em datas específicas

13) Quantidade a quantidade de peixe que sua unidade familiar costuma consumir mensalmente?

Menos de 1kg

Entre 1kg e 3kg

Entre 3kg e 5kg

Entre 5kg e 10kg

Acima de 10kg

PARTE IV: Processo de compra

14) Qual o principal local de compra do peixe? (*elencar a ordem de preferência 1-5*)

Supermercado

Açougue

Peixaria

Mercado público

Direto com pescador

Pesca

15) Qual o principal motivo para escolha do local de compra do peixe?

Proximidade

Confiabilidade

Preço

Praticidade

Higiene do local

16) Que corte de peixes **costuma** comprar? (*elencar a ordem de preferência 1-5*)

Inteiro Fresco

Inteiro congelado

Filé

Posta

Empanado

Outros

17) Qual é a frequência de compra de peixe?

Apenas 1 vez ao mês

Toda semana

Apenas quando vai consumir (curta antecedência)

Apenas quando está com preços promocionais

18) Tem preferência por peixe proveniente de:

Água doce

Água salgada

Indiferente

0

19) Tem preferência por peixe proveniente da:

- Pesca
- Piscicultura
- Indiferente

20) Tem preferência por alguma das espécies listadas abaixo? (*Elencar a ordem de preferência 1-5*) (*aceita mais de uma resposta*)

- Tainha
- Cação
- Abrótea
- Sardinha
- Peixe Galo
- Anchova
- Corvina
- Garoupa
- Pampo
- Palombeta
- Olho de cão
- Guaivira
- Salmão
- Atum

21) Tem preferência por alguma das espécies listadas abaixo? (*aceita mais de uma resposta*)

- Tilápia
- Tambaqui
- Jundiá
- Dourado

- Pacu
- Pirarucu
- Lambari
- Matrinxã
- Carpa
- Panga
- Piraíba
- Pirarara
- Pirapitinga
- Truta
- Traíra/ trairão
- Pintado
- Curimatá
- Cachara
- Jaú

22) Quais produtos processados à base de peixe costuma comprar? (*Múltipla escolha*)

- Peixe defumado
- Embutidos
- Peixe enlatado
- Dessecado
- Peixe salgado
- Peixe Empanado
- Pronto para consumo
- Outros

23) Qual motivo o faria rejeitar a compra de peixe?

- Presença de espinhos

- Sabor
- Cheiro
- Teor de gordura

24) Quais fatores você leva em consideração no momento de comprar o peixe? (*Colocar em ordem de prioridade*)

- Marca
- Qualidade
- Informações do rótulo
- Preço
- Sabor
- Tipo de peixe
- Tamanho da embalagem
- Tipo de embalagem

25) Se o preço do peixe baixasse, você consumiria mais peixes?

- Sim
- Não
- Indiferente

