

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA

ANDRESSA LARRÉ BITENCOURT

CONSUMO DE CAMARÕES NA FRONTEIRA OESTE DO RIO GRANDE DO SUL

**URUGUAIANA
2021**

ANDRESSA LARRÉ BITENCOURT

CONSUMO DE CAMARÕES NA FRONTEIRA OESTE DO RIO GRANDE DO SUL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Superior de Tecnologia em Aquicultura da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Tecnólogo em Aquicultura.

Orientadora: Viviani Correia
Coorientador: Cristiano Miguel Stefanello

**Uruguiana
2021**

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos pelo (a) autor (a) através do Módulo de Biblioteca do Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais).

B624c Bitencourt, Andressa Larré
Consumo de camarões na Fronteira Oeste do Rio Grande do Sul /
Andressa Larré Bitencourt.
42 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação)-- Universidade Federal
do Pampa, AQUICULTURA, 2021.
"Orientação: Viviani Correia".

1. carcinicultura. 2. mercado. 3. consumidor. 4. camarão. I. Título.

ANDRESSA LARRÉ BITENCOURT

CONSUMO DE CAMARÕES NA FRONTEIRA OESTE DO RIO GRANDE DO SUL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Tecnologia em Aquicultura da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Tecnólogo em Aquicultura.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: 1 de outubro de 2021.

Banca examinadora:

Prof.^a Dr.^a. Viviani Correia
Orientadora
(UNIPAMPA)

Prof.^a Dr.^a. Cátia Aline Veiverberg
(UNIPAMPA)

Prof. Dr. Marco Aurélio Alves de Souza
(UNIPAMPA)



Assinado eletronicamente por **VIVIANI CORREIA, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 04/10/2021, às 16:06, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **CATIA ALINE VEIVERBERG, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 04/10/2021, às 16:53, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **MARCO AURELIO ALVES DE SOUZA, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 04/10/2021, às 18:36, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0630794** e o código CRC **B27870B1**.

AGRADECIMENTO

Agradeço primeiramente a minha família que sempre me apoiou nas minhas decisões, me incentivando mesmo nas horas difíceis.

Aos meus amigos que estiveram do meu lado, me ajudando, me escutando quando eu mais precisava, me dando apoio e suporte. Jéssica, Kimberly, Flávia, Luana e Eduardo adoro vocês e muito obrigada por sempre estarem comigo.

Aos professores por sempre me ajudarem com o que eu precisava, me orientando e ensinando tudo o que sei hoje, só tenho a agradecer imensamente por tudo.

E agradeço especialmente a minha orientadora, por me aceitar, percorrer este caminho comigo, ter paciência em me ensinar, principalmente em tempos difíceis como este.

Muito obrigada a todos por me proporcionarem momentos que eu nunca irei esquecer, e principalmente, por acreditarem em mim.

RESUMO

O camarão é uma boa fonte proteica e nutritiva, sendo considerado importante na gastronomia em algumas regiões. Em certas regiões do Brasil, a atividade da carcinicultura é pouco desenvolvida e há poucos dados referentes ao consumo do camarão. Assim, o objetivo deste trabalho é investigar o consumo de camarões na Fronteira Oeste do Rio Grande do Sul. A pesquisa foi realizada entre os meses de fevereiro e março de 2021, nos 13 municípios da Fronteira Oeste do RS (Alegrete, Barra do Quaraí, Itacurubi, Itaqui, Quaraí, Maçambará, Manoel Viana, Rosário do Sul, Santa Margarida do Sul, Santana do Livramento, São Borja, São Gabriel e Uruguaiana), utilizando-se questionário online. O questionário possuía somente questões fechadas, foi divulgado pela internet através de e-mails, rede social Facebook/aplicativo WhatsApp. As respostas obtidas foram automaticamente recebidas e dispostas em planilhas pelo próprio sistema Google Forms, e posteriormente transferida para planilhas do programa Microsoft Office Excel 2010. Dos participantes, 74,3% afirmam consumir camarões e o principal motivo do não consumo é o sabor (36%). Em relação ao perfil socioeconômico, o consumo é semelhante para homens e mulheres, possuem faixa etária de 50 a 59 anos, os quais mais da metade possuem ensino superior completo, com renda mensal entre 2 a 5 salários mínimos. Sobre o local de compra do camarão, o supermercado foi o lugar com maior preferência (75%), sendo o preço (64,1%) e aparência (60,3%) os fatores que mais influenciam no consumo do camarão. Em relação à forma de apresentação, o camarão congelado descascado (44,5%) e o camarão pronto para consumir (37,4%) foram as opções mais indicadas. A maioria dos consumidores afirmou consumir camarão raramente (75,4%), seguido por 1-2 vezes por mês (16,9%). Com isto, observamos que existe demanda com propensão de crescimento de consumo de camarão na Fronteira Oeste do RS, onde este trabalho serve como subsídio para a realização de outros trabalhos e para a produção, podendo promover o desenvolvimento da carcinicultura na região.

Palavras-Chave: carcinicultura; mercado; consumidor, camarão.

ABSTRACT

Shrimp is a good protein and nutrition source, being considered importante in gastronomy in some regions. In certain regions of Brazil shrimp farming is underdeveloped and there is a little data on shrimp consumption. Thus, the objective of this work is to investigate the consumption of shrimp in the West Frontier of Rio Grande do Sul. The research was conducted between February and March 2021, in the 13 municipalities of the West Frontier of RS (Alegrete, Barra do Quaraí, Itacurubi, Itaqui, Quaraí, Maçambará, Manoel Viana, Rosário do Sul, Santa Margarida do Sul, Santana do Livramento, São Borja, São Gabriel and Uruguaiana), using an online questionnaire. The questionnaire had only closed questions, it was disseminated over the internet through e-mails, social network Facebook/ app WhatsApp. The responses obtained were automatically received and arranged in spreadsheets by the Google Forms system, and later transferred to spreadsheets in the Microsoft Office Excel 2010 program. Of the participants, 74,3% claim to consume shrimp and the main reason for non-consumption is the flavor (36%). Regarding the socioeconomic profile, consumption is similar for men and women, aged 50 and 59 years old, more than half of whom have completed higher education, with monthly income between 2 to 5 minimum wages. About the place to buy shrimp, the supermarket was the most preferred place (75%), being the price (64,1%) and appearance (60,3%) were the factors that most influence shrimp consumption. In terms of presentation, peeled frozen shrimp (44,5%) and ready to eat shrimp (37,4%) were the most suitable options. Most consumers reported consuming shrimp rarely (75,4%) followed by 1-2 times a month. With this, we observe that there is demand with a propensity for growth in the consumption of shrimp in the West Frontier of RS, where this work serves as a subsidy for carrying out other works and production, and may promote the development of shrimp farming in the region.

Keywords: shrimp farming; market; consumer; shrimp.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Municípios da Fronteira Oeste do Rio Grande do Sul	14
Figura 2. Município de origem dos participantes da pesquisa	22
Figura 3. Se os respondentes consomem ou não consomem camarão.....	23
Figura 4. Motivo dos consumidores não gostarem de consumir camarão	23
Figura 5. Locais de aquisição do camarão	26
Figura 6. Forma de apresentação do camarão de maior preferência pelos consumidores da Fronteira Oeste do RS	27
Figura 7. Fator de decisão na hora da compra.....	25
Figura 8. Dificuldades na obtenção do camarão	28
Figura 9. Preferências de tamanho dos camarões pelos consumidores da Fronteira Oeste do RS.....	29
Figura 10. Local de preferência do consumo do camarão pelos consumidores da Fronteira Oeste do RS	30
Figura 11. Percepção dos consumidores da Fronteira Oeste do RS em relação a qualidade do camarão adquirido	31
Figura 12. Até quanto o consumidor paga pelo kg do camarão	32
Figura 13. Preferência quanto ao tipo de camarão	33
Figura 14. Frequência do consumo.....	33

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Tamanho da amostra em relação a margem de erro.....	16
Tabela 2. Gênero dos consumidores de camarão.....	18
Tabela 3. Faixa etária dos consumidores de camarão.....	19
Tabela 4. Nível de escolaridade dos consumidores de camarão.....	20
Tabela 5. Renda mensal dos consumidores de camarão.....	21

LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Divisão do questionário	15
---	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2. OBJETIVOS.....	13
3. METODOLOGIA	14
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO	17
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	34
6. REFERÊNCIAS	35
7. APÊNDICE.....	39

1 INTRODUÇÃO

Em 2018 a produção aquícola mundial foi de 114,5 milhões de toneladas, estimando-se um valor comercial de 263,6 bilhões de dólares, com contribuição de 69,3 bilhões provinda dos crustáceos. O grupo mais produzido é o de peixes com 54,3 milhões de toneladas, seguido pelas algas, com 30,1 milhões de toneladas, moluscos com 17,7 milhões de toneladas e crustáceos com 9,4 milhões de toneladas produzidas. Entre os crustáceos, o mais cultivado é o camarão marinho, *Litopenaeus vannamei*, com 4,9 milhões de toneladas (FAO, 2020). Apesar da produção de camarão ser menor quando comparada a outros grupos de organismos aquáticos, é um dos produtos que apresenta maior valor econômico por unidade produzida na aquicultura (BONDAD-REANTASO et al., 2012), tornando a carcinicultura uma das atividades aquícolas que mais se desenvolve a nível global (LIMA et al, 2020).

A pesca extrativista e o cultivo de camarões são atividades econômicas importantes e largamente desenvolvidas em todo o Brasil (ANTONY et al, 2011), seu maior desenvolvimento concentra-se principalmente no litoral brasileiro, como a carcinicultura marinha, que é bem desenvolvida no país, sendo o Nordeste a principal região produtora (SEBRAE, 2018), já a carcinicultura de água doce possui produções sem muita expressividade, pois há poucos produtores atuando neste segmento.

Nestas regiões de maior desenvolvimento da atividade, os camarões são comercializados em feiras, mercados públicos e supermercados, sobretudo nas apresentações inteiras, vivas e descascadas (SILVA et al., 2017; SEEHUSEN, 2018), já que os consumidores buscam por produtos de qualidade e que sejam rápidos e práticos na hora da preparação (AVELAR, 2013).

A FAO recomenda um consumo per capita mínimo de 12kg/habitante/ano de pescado, e no Brasil, o pescado possui a menor taxa de consumo em relação a outras carnes (10kg/habitante/ano) (BRABO et al, 2016; GERVÁSIO, 2018). Esses alimentos são um dos mais saudáveis e os camarões ganham destaque em relação ao seu valor proteico, pois possuem proteínas de qualidade e boas composições de carboidratos e lipídeos (SANTOS, 2007; NEW et al, 2010), também contêm porção expressiva de minerais e vitaminas. Apesar disto, o consumo de camarões per capita no Brasil é menor que 1kg/habitante/ano (ROCHA, 2019).

O baixo consumo é justificado, pois existem localidades no Brasil que o acesso a este produto é dificultado, visto não há produções, o que torna o preço de venda elevado e resulta na diminuição do consumo, uma vez que os consumidores passam a consumir apenas quando vão ao litoral (ALAB et al, 2016). Um exemplo desta situação é a Fronteira Oeste do Rio Grande do Sul, na qual a carcinicultura ainda não é desenvolvida, e não há informações sobre o consumo de camarões e o perfil dos consumidores do produto da região. No entanto, dados como estes possibilitariam o entendimento do comportamento do consumidor no que tange as suas expectativas e preferências de consumo, auxiliando na colocação do produto no mercado.

2. OBJETIVOS

Objetivo Geral

Investigar o consumo de camarões na Fronteira Oeste do Rio Grande do Sul.

Objetivos Específicos

- Traçar o perfil dos consumidores de camarões;
- Analisar o potencial de consumo;
- Indicar a melhor forma de compra.

3. METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada durante período de 30 dias, entre os meses de fevereiro e março de 2021, em 13 municípios da Fronteira Oeste do RS, sendo eles Alegrete, Barra do Quaraí, Itacurubi, Itaqui, Quaraí, Maçambará, Manoel Viana, Rosário do Sul, Santa Margarida do Sul, Santana do Livramento, São Borja, São Gabriel e Uruguaiiana (Figura 1).

Figura 1. Municípios da Fronteira Oeste do Rio Grande do Sul



Fonte: Associação dos Municípios da Fronteira Oeste (Amfro), 2018

O levantamento foi realizado, utilizando questionário online por meio do Google Forms devido à facilidade na elaboração do questionário e manuseio do aplicativo. Optando por esse método fez com que os participantes respondessem a

hora que preferissem e podendo ser respondido via celular, computador, entre outros dispositivos eletrônicos. O questionário possuía somente questões fechadas (Apêndice A).

A divulgação do questionário foi via internet, através de e-mails, rede social (Facebook) e aplicativo de mensagens (WhatsApp). Também, foi enviado entidades dos municípios das regiões, como prefeituras, Emater, sindicato rural e comunidade da Unipampa. Os resultados gerados pelo Google Forms foram analisados e apresentados por meio de gráficos utilizando o programa Excel. O questionário foi dividido em dois blocos (Quadro 1).

Quadro 1. Divisão do questionário

Bloco 1 - Socioeconômico	Bloco 2- Perfil do consumo
Localização	A) Se o consumidor realiza o consumo do camarão e os motivos do não consumo
Gênero	B) Perfil do consumo
Faixa etária	C) Determinantes na hora da compra
Nível de escolaridade	
Renda	

Estatisticamente, procuramos trabalhar com uma margem de erro abaixo de 5% e dado que o número de respostas no questionário foi 766, a margem de erro ficou em 3,6%. Utilizamos a fórmula 1 para conhecimento do tamanho da amostra, em que quanto menor o percentual de erro, terá um aumento no tamanho da amostra para obtê-lo (BARBETTA, 2010).

Fórmula 1: $n_0 = 1 / (E_0)^2$

Onde: E_0 é o erro amostral tolerável;

n_0 é a estimativa do tamanho de amostra.

Contudo, se a população for grande, o n_0 da fórmula 1 pode ser considerado como tamanho da amostra ($n = n_0$) (BARBETTA, 2010). Consideramos o tamanho da amostra as 766 respostas obtidas no questionário.

Tabela 1. Tamanho da amostra em relação a margem de erro

TAMANHO DA AMOSTRA	MARGEM DE ERRO
100	10%
300	6%
400	5%
1000	3%

Fonte: BARBETTA (2010)

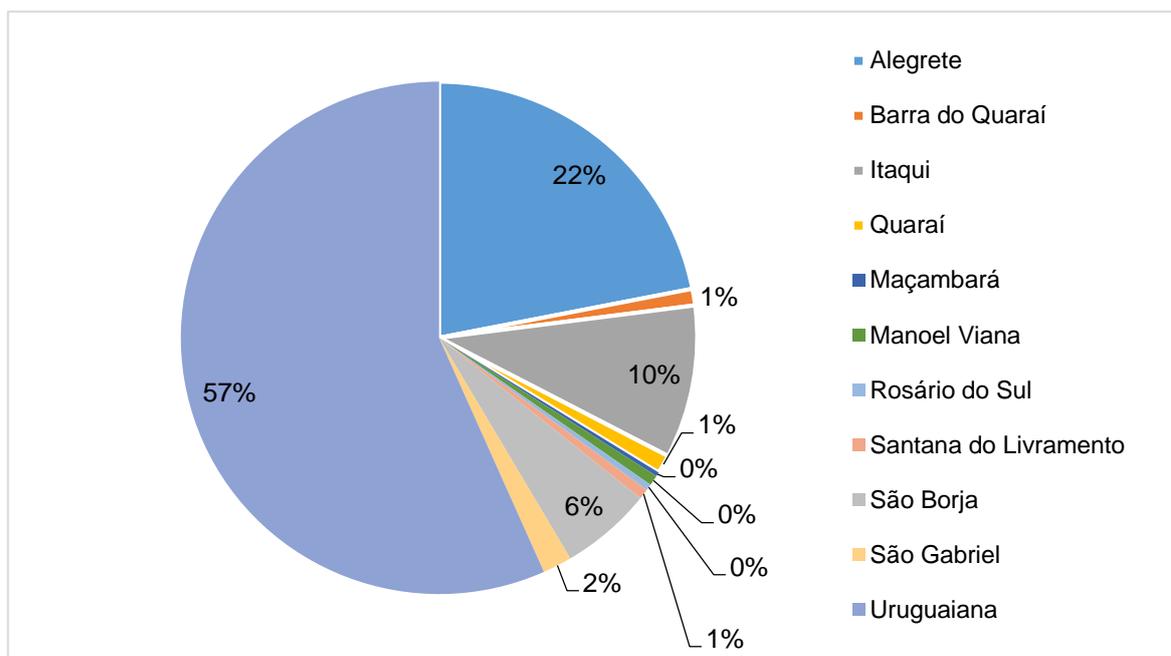
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ao total, obteve-se 766 respostas em 11 municípios distintos, porém não obtivemos respostas de Itacurubi e Santa Margarida do Sul (Figura 2).

Não houve retorno dos órgãos procurados para ajuda na divulgação, assim dificultando maior alcance do questionário, o que gerou poucas respostas, considerando o número da população das cidades citadas.

Os lugares com maior retorno de respostas continham a universidade inserida na cidade. As cidades que continham UNIPAMPA eram Alegrete (22%), Itaqui (10%), Santana do Livramento (1%), São Borja (6%), São Gabriel (2%) e Uruguiana (57%).

Figura 2. Município de origem dos participantes da pesquisa



O consumo é semelhante entre homens (75,4%) e mulheres (73,5%) (Tabela 2). Há imparcialidade entre os sexos no quesito de responsabilidade em ir ao local de aquisição do produto (MARQUES et al, 2020). Os homens, no geral, teriam um aumento no consumo do pescado, caso o mesmo fosse mais prático de preparar, e mulheres fariam mais consumo se o pescado tivesse preço menor (PINTO et al, 2011).

Tabela 2. Gênero dos consumidores de camarão

Gênero	Nº de pessoas	Participação na pesquisa %	% consumidores
Feminino	441	56,7	73,5
Masculino	325	42,4	75,4
Total	766	100	

O consumo em relação a faixa etária, foi maior para as faixas acima de 50 anos, onde o consumo dessa população fica em torno de 90% (50 – 59 anos (90,8%) e acima de 60 anos (89,2%)) dos entrevistados (Tabela 3). Pessoas com idades avançadas podem ter preocupação maior em relação a saúde, o que ajuda no crescimento do consumo de pescado (OLSEN, 2003).

Segundo Solomon (2002), a idade demonstra que consumidores de diversos grupos possuem prioridades diferentes, isto é, os propósitos dos consumidores mudam ao longo dos anos e pessoas da mesma faixa etária podem preferir as mesmas coisas. O que significa que o grupo de consumidores de diferentes anos possam ter as mesmas preferências em relação ao consumo de camarão, por possuírem faixa etária parecida e frequentarem o mesmo tipo de estabelecimento (GHIFARINI, 2018).

Tabela 3. Faixa etária dos consumidores de camarão

Faixa etária	Nº de pessoas	Participação na pesquisa %	% consumidores
Até 19 anos	37	4,8	48,6
De 20 a 29 anos	225	29,4	61,3
De 30 a 39 anos	213	27,8	78,9
De 40 a 49 anos	167	21,8	79,6
De 50 a 59 anos	87	11,4	90,8
Acima de 60 anos	37	4,8	89,2
Total	766	100	

O consumo aumenta com o nível de escolaridade, sendo que os maiores consumidores têm ensino superior completo (84,3%), e pós-graduação (82,4%) (Tabela 4). Isto se relaciona ao nível de ensino do consumidor, porque quanto maior o nível de ensino, maior poderá ser a procura por alimentos saudáveis e com boa qualidade, pois estes consumidores dispõem de mais informações, conhecimento e rigorosidade em relação a qualidade do produto (MANGAS et al, 2016; FIGUEIRO, 2014).

A escolaridade também influencia na busca por alimentos de diferentes modos de preparo, sendo que pessoas com níveis elevados de ensino procuram menos por alimentos com tempo de preparação maior (SILVA et al, 2012), onde vemos uma concordância com nossos resultados, pois a maioria dos consumidores preferem camarões de rápido preparo.

Tabela 4. Nível de escolaridade dos consumidores de camarão

Nível de escolaridade	Nº de pessoas	Participação na pesquisa %	% consumidores
Ensino Fundamental Incompleto	5	0,7	60
Ensino Fundamental Completo	22	2,9	72,7
Ensino Médio/Técnico Incompleto	29	3,8	51,7
Ensino Médio/Técnico Completo	91	11,9	69,2
Ensino Superior Incompleto	203	26,5	62,6
Ensino Superior Completo	159	20,8	84,3
Pós-Graduação	256	33,4	82,4
Total	766	100	

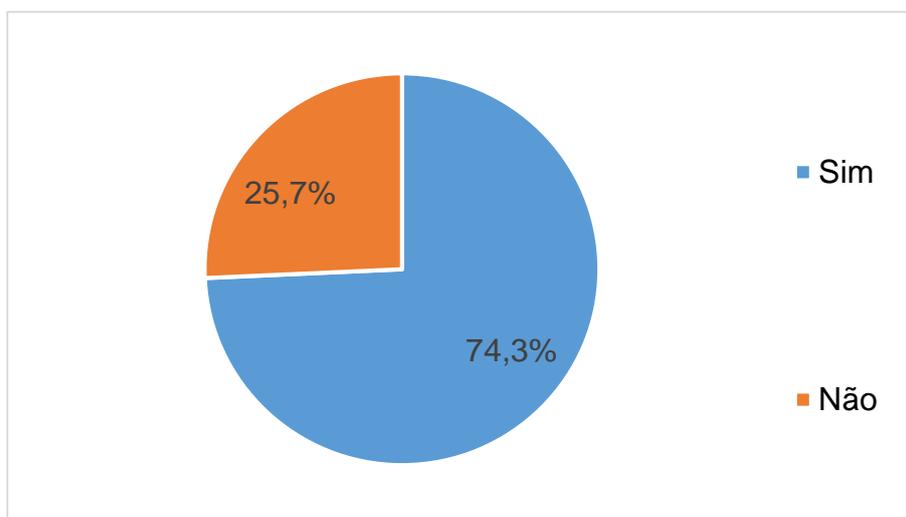
Dos entrevistados com renda mensal, a partir de 2 a 5 salários-mínimos, 78,8% (Tabela 5) deles consomem camarão, e com o aumento da renda, os percentuais de consumo aumentam também. A renda pode influenciar na aquisição do camarão, habitantes com rendas inferiores optam por alimentos mais baratos em comparação aos habitantes com salários maiores, que podem optar por alimentos de valores mais elevados e ter a frequência de consumo maior (LOPES, 2016). Pessoas com níveis de escolaridade inferiores podem receber menos e conseqüentemente não conseguem comprar camarões de boa qualidade e com a renda influenciando nesses aspectos, consumidores com rendas menores deixam de ser potenciais consumidores.

Tabela 5. Renda mensal dos consumidores de camarão

Renda mensal	N° de pessoas	Participação na pesquisa %	% consumidores
Até 1 salário mínimo - R\$ 1.100,00	75	9,8	56,0
De 1 a 2 salários mínimos – R\$ 1.100,00- R\$ 2.200,00	153	20,0	70,0
De 2 a 5 salários mínimos- R\$ 2.200,00 – R\$ 5.500,00	217	28,3	78,8
De 5 a 10 salários mínimos – R\$ 5.500,00- R\$ 11.000,00	174	22,7	78,2
De 10 a 20 salários mínimos – R\$ 11.000,00- R\$ 22.000,00	65	8,5	86,2
De 20 a 40 salários mínimos – R\$ 22.000,00- R\$ 44.000,00	9	1,2	100
Nenhuma	73	9,5	65,8
Total	766	100	

A maioria dos participantes indicou gostar de consumir camarão (74,3%) (Figura 3). O comportamento do consumidor em relação ao hábito alimentar está mudando, em razão de estarem buscando por alimentos mais saudáveis (PINTO et al, 2011) e o camarão é uma boa fonte de nutrição (NEW et al, 2010). O consumo de pescado é mais elevado pela parte feminina, pois apresentam nível de escolaridade maior (MYRLAND et al, 2000). Dessa forma, observamos o interesse pelo consumo do camarão, revelando que há potenciais consumidores, e com isso, fazendo com que seja possível o desenvolvimento da carcinicultura na Fronteira Oeste.

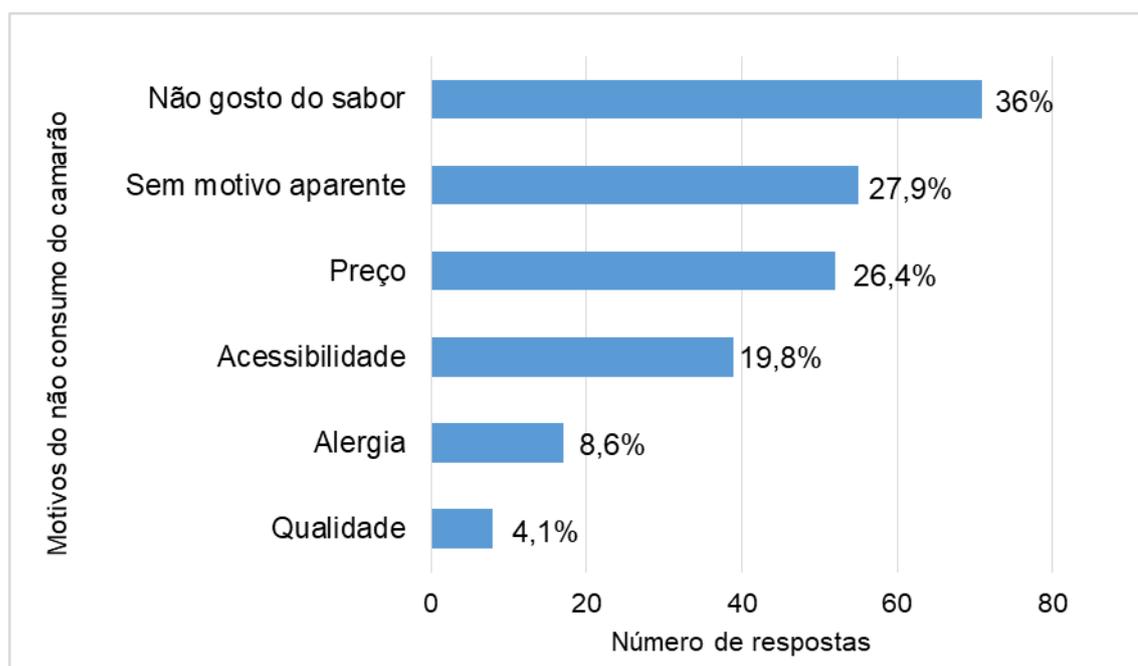
Figura 3. Se os respondentes consomem ou não consomem camarão



Os participantes que não gostam de consumir camarão apontam o sabor (36%), não possuírem motivo aparente (27,9%) e o preço (26,4%) como principais motivos (Figura 4). Os que relatam que não gostam do sabor pode ser pelo fato dos consumidores provarem o produto mal preparado em estabelecimentos ou não saberem realizar o devido preparo do camarão, podendo influenciar nesta escolha.

Os sistemas de produção, mercados e centros de distribuição devem tentar a redução dos preços, já que este é um dos principais fatores na compra de um produto (ARAUJO, 2006) e como visto aqui, um dos fatores que leva ao não consumo do camarão. Os que relatam que não possuem motivo aparente pode estar relacionado a cultura dos compradores, o que leva a falta de costume de consumir o camarão (LEANDRO et al., 2018).

Figura 4. Motivos dos consumidores não gostarem de consumir camarão



Sobre o local onde costuma-se adquirir o camarão, o supermercado foi o lugar com maior preferência (75%), a peixaria vem em seguida com 29,2% das indicações (Figura 5).

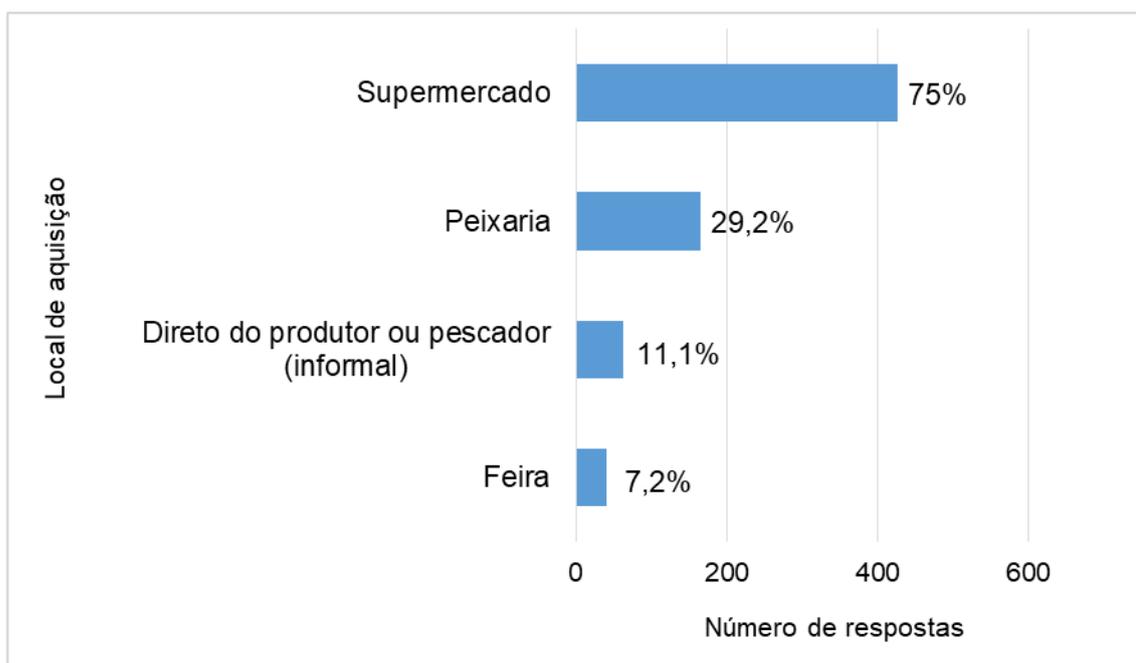
O ambiente onde os consumidores preferem fazer aquisição dos camarões relaciona-se a qualidade do produto, o que pode ser referente aos diversos níveis de escolaridade (ALAB et al, 2016). Os clientes que realizam compras em supermercados de modo geral dispõem de alto poder aquisitivo e nível de ensino, pois possuem imposições mais elevadas no quesito de aparência e preservação do produto (GHIFARINI, 2018), e observamos que a maior parcela dos consumidores entrevistados possui ensino superior.

Os consumidores de camarão podem preferir a compra em supermercados porque são ambientes maiores e apresentam outras opções de mercadorias, além disso, faz com que o consumidor não se locomova a uma peixaria ou feira para obtenção apenas do pescado (KUBTZA, 2002) e também podem ter preços mais baixos em relação a outros lugares, sendo o produto vendido basicamente na forma congelada.

Já as peixarias, pode ocorrer a falta destes estabelecimentos nos municípios, levando os consumidores a realizarem as compras em outros ambientes, como o supermercado.

As feiras comercializam o camarão basicamente na forma in natura e inteiro, já supermercados e peixarias tem preferência na venda do camarão congelado e descascado, com isso a forma que o consumidor deseja obter o camarão vai influenciar o local de aquisição (MARQUES et al, 2020) o que corrobora com nossos resultados, onde a maioria dos consumidores preferem o camarão congelado descascado (Figura 6) e a minoria preferem o camarão in natura inteiro (Figura 6).

Figura 5. Local de aquisição do camarão



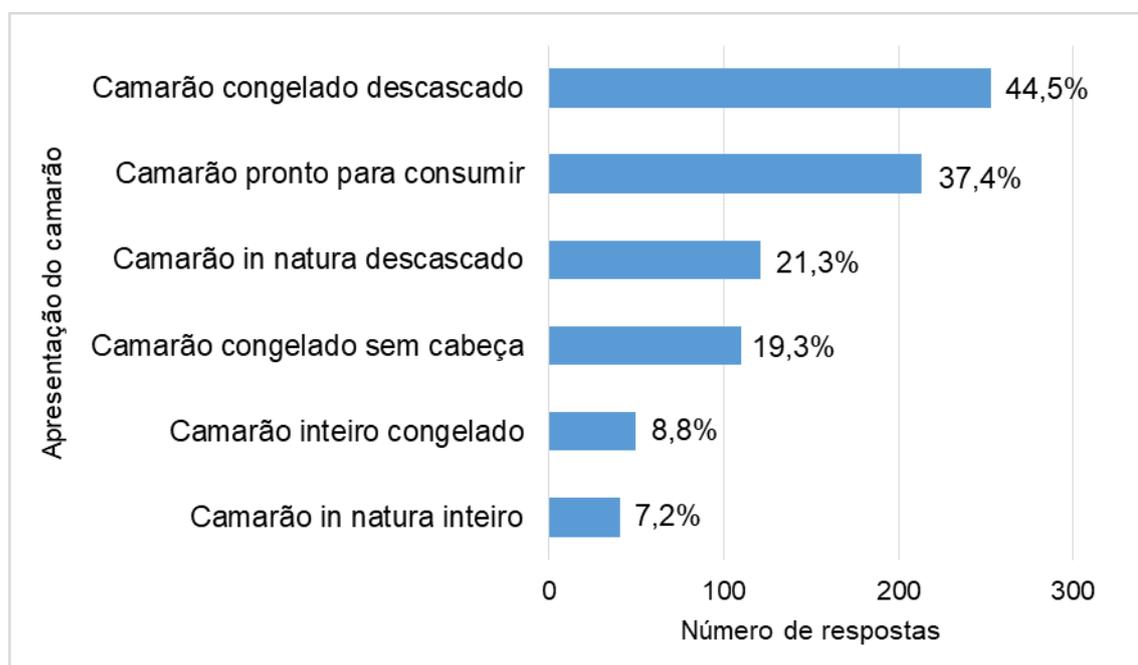
Quanto a forma de apresentação, 44,5% preferem camarão congelado descascado (Figura 6), possivelmente são os consumidores que adquirem o camarão em supermercados (Figura 5) e que preparam o alimento em suas residências (Figura 10) que compram esta forma de apresentação, pois buscam a praticidade e rapidez no preparo que o produto congelado oferece. Já 37,4% dos consumidores preferem o camarão pronto para o consumo (Figura 6), provavelmente os consumidores que consomem em restaurantes/bares (Figura 10), e isto pode ser

associado as movimentações rápidas do dia a dia dos habitantes, induzindo novos comportamentos alimentares (SILVA, 2006).

Na hora do consumo e compra dos camarões, os consumidores em geral analisam características físicas, visuais e de valor agregado aos produtos, assim o fato de preferirem a estética dos vários tipos de processamento e venda, varia de acordo com os hábitos culinários da população (ALAB et al, 2016; SAMPAIO, 2008).

Além disto, 21,3% dos consumidores preferem o camarão in natura descascado, sendo estes os consumidores que podem vir a realizar viagens ao litoral, pois na região a oferta deste produto é maior, já que dispõe de produções. Este resultado indica potenciais consumidores desta forma de apresentação do camarão, portanto um dado interessante caso a produção de camarão se desenvolva futuramente na região.

Figura 6. Forma de apresentação do camarão de maior preferência pelos consumidores da Fronteira Oeste do RS

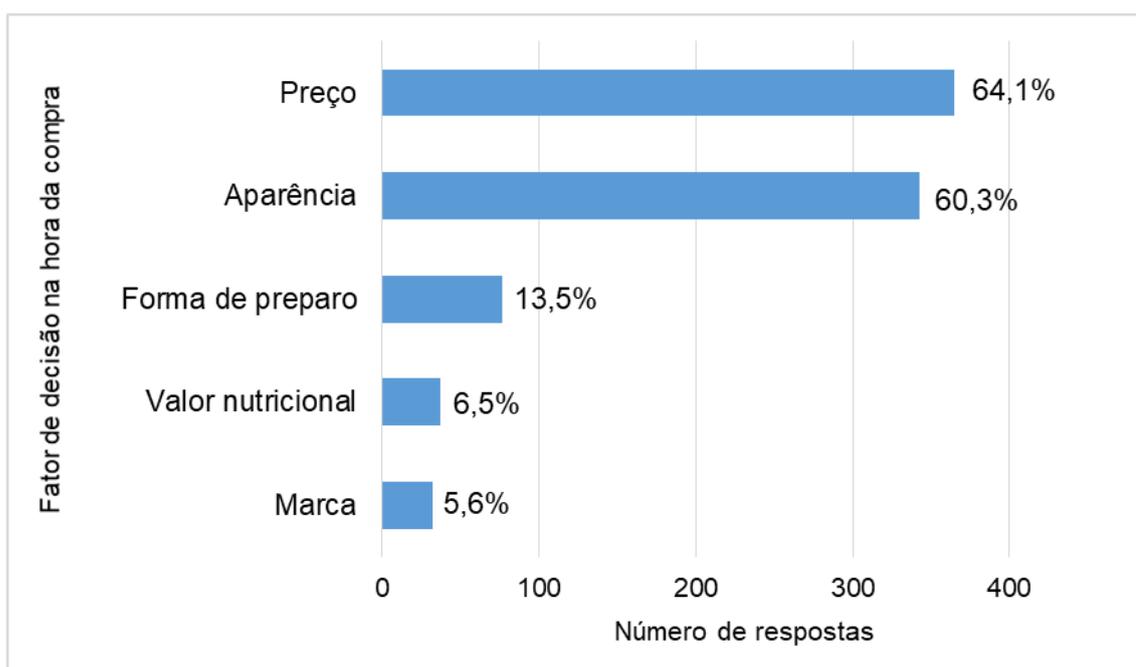


O preço (64,1%) e a aparência (60,3%) são os fatores que mais influenciam no momento da compra do camarão (Figura 7). Há consumidores que se baseiam no preço na hora da compra, outros na qualidade e estão dispostos a pagar um preço

maior por esta qualidade. A aparência pode estar relacionada a estes consumidores que exigem maior qualidade do produto, e com aumento de cuidados em relação a aparência, o consumo pode aumentar (ARBEX et al, 2017).

A qualidade e estilo de vida nos diversos municípios pode interferir no quanto o consumidor pode gastar, o que interfere na visão do que é justo a se pagar (LEANDRO et al, 2018) e caso os preços diminuíssem, haveria um aumento no consumo (VASCONCELLOS, 2010). Em um estudo realizado em Tavares (RS) sobre o perfil de consumidores de camarões produzidos em cativeiro, os participantes, na sua maioria, acham justo o preço do camarão, mesmo o valor sendo alto, já que o camarão está incluso na gastronomia da população (PAIVA et al, 2018).

Figura 7. Fator de decisão na hora da compra



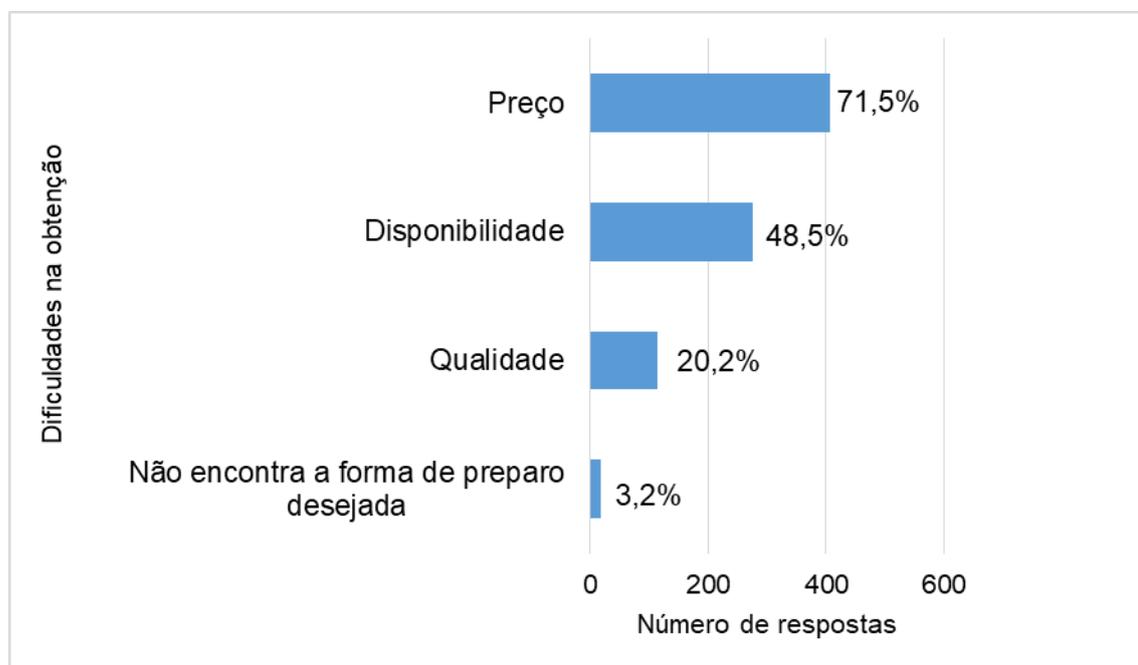
Entre as dificuldades na obtenção do camarão, o preço foi o fator mais indicado (71,5%) seguido pela disponibilidade do produto (48,5%) e qualidade (20,2%) (Figura 8).

Os consumidores brasileiros quando realizam compras, percebem características sobre qualidade, incluindo aparência, apresentação do produto e cor.

Logo, o fator de decisão da compra será o preço, onde o consumidor irá adquirir o alimento se estiver dentro do seu poder aquisitivo, e se dará por satisfeito se o alimento for de acordo com suas preferências (MARIUZZO, 2005). Com isto, o preço se torna um dos principais empecilhos na aquisição do produto, onde é um dos motivos do não consumo do camarão (Figura 4), o principal fator de decisão na hora da compra (Figura 7) e é a maior dificuldade na obtenção do camarão (Figura 8). Como não há produção na região, os camarões provem de outros lugares e o custo para trazer os animais aos locais de comercialização é elevado (ALAB et al, 2016), por este motivo a venda dos camarões nos estabelecimentos podem possuir um valor alto.

Em relação a disponibilidade, pode ocorrer de ter o produto no estabelecimento, mas não da forma desejada pelo consumidor. Verificamos que os consumidores preferem o camarão pronto para o consumo, descascado e in natura (Figura 6), sendo a terceira opção mais difícil de ter nos locais de comércio.

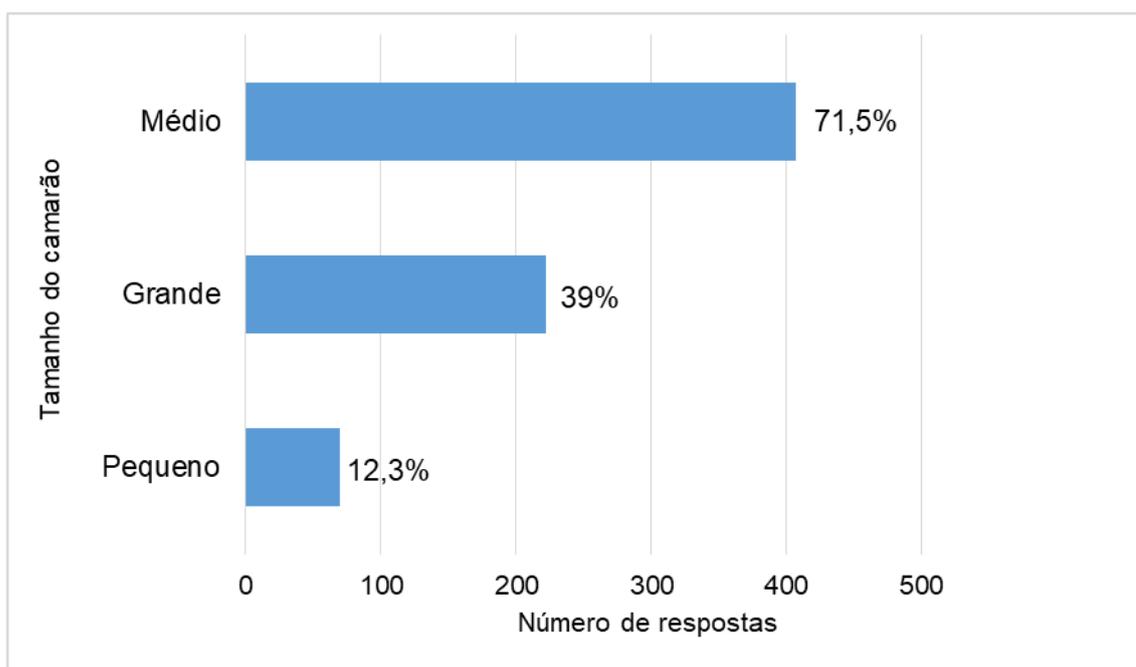
Figura 8. Dificuldades na obtenção do camarão



Em termo de tamanho, os consumidores preferem camarões médios (71,5%) e grandes (39%) ao invés do pequeno (12,3%) (Figura 9). Isto pode ocorrer devido ao maior rendimento de carne que estes animais oferecem e pelo fato de o camarão

médio possuir um preço mais acessível quando comparado ao camarão grande. Tais resultados corroboram com o estudo de Makufka (2004) onde foi verificado que 76% dos entrevistados preferem camarões médios, 14% o camarão grande e 10% o camarão pequeno.

Figura 9. Preferências de tamanho dos camarões pelos consumidores da Fronteira Oeste do RS

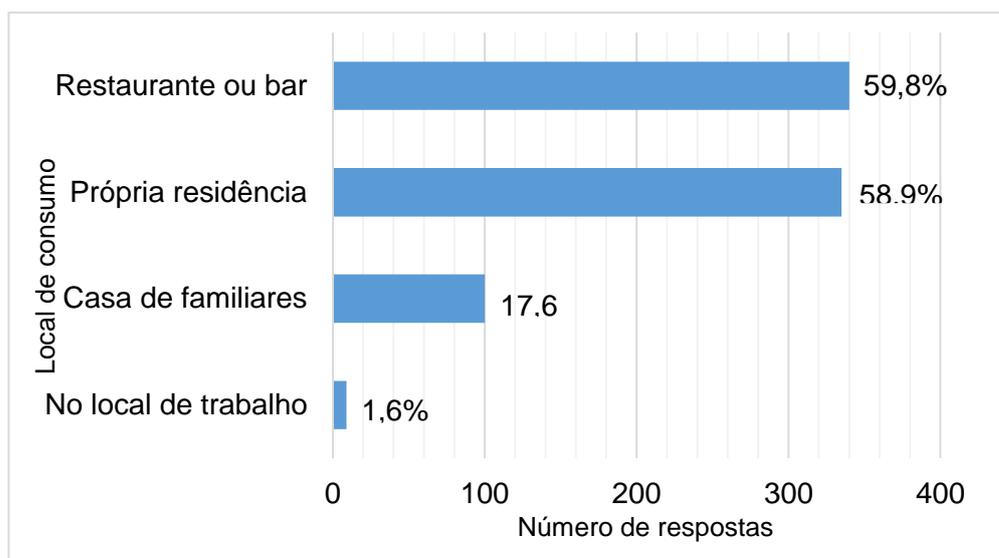


Quanto aos locais onde preferem consumir o camarão, os mais citados foram restaurante/bar (59,8%) e em sua residência (58,9%) (Figura 10). O consumo do produto em restaurantes ou bares está ligado ao estilo de vida do consumidor, ao seu perfil socioeconômico e ao quanto ele está disposto a gastar na alimentação (MARINHO, 2010). Esse hábito de comer fora de casa pode ter relação ao ganho de tempo e conveniência pela parte dos consumidores (AVELAR, 2013), sendo que 36,5% da população brasileira realizam as refeições fora de casa (IBGE, 2018). Bezerra et al (2017) verificaram que o consumo é maior pelo público masculino e que esses consumidores possuem idade, renda e níveis de ensino elevados, o que tem concordância com nossos resultados.

Um dos motivos dos consumidores realizarem o consumo em casa é pelas despesas serem menores, além da preparação do produto ser de acordo com o

gosto do consumidor (TAVARES et al, 2013) onde os consumidores optam por produtos de fácil e rápido preparo (AVELAR, 2013).

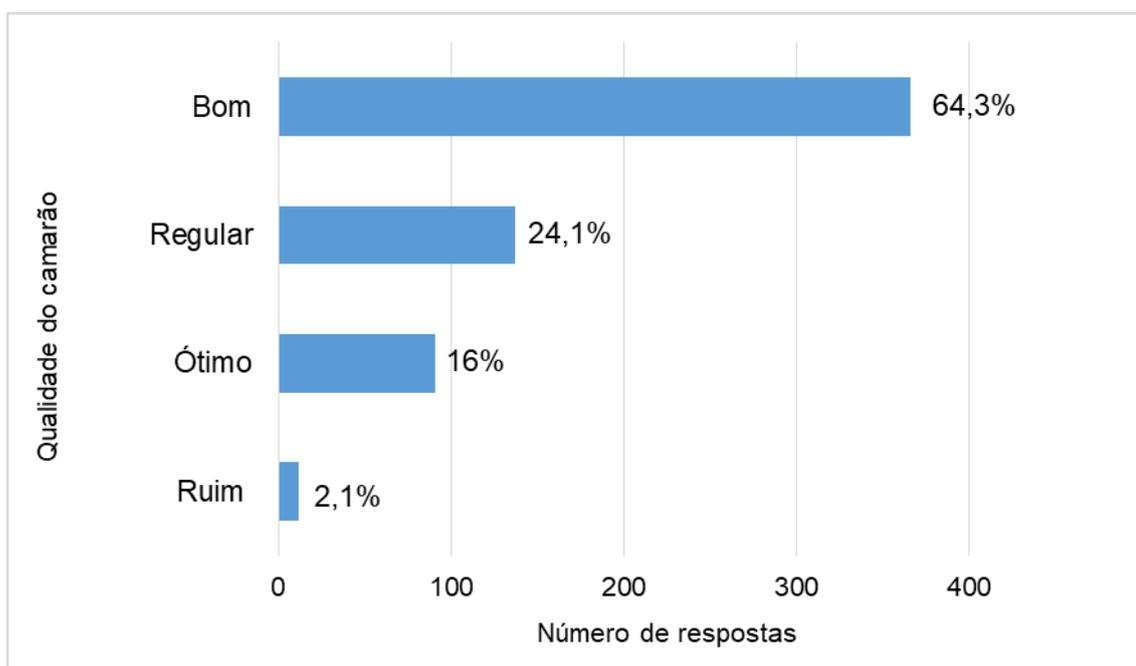
Figura 10. Local de preferência do consumo do camarão pelos consumidores da Fronteira Oeste do RS



Em relação a qualidade do camarão quando comprado, os mais indicados foram de boa qualidade (64,3 %) e regular (24,1%) (Figura 11). Consumidores buscam por alimentos de preparo simples que sejam de qualidade, contudo, regularmente o produto não está à disposição na qualidade que o consumidor deseja (ARBEX et al, 2017).

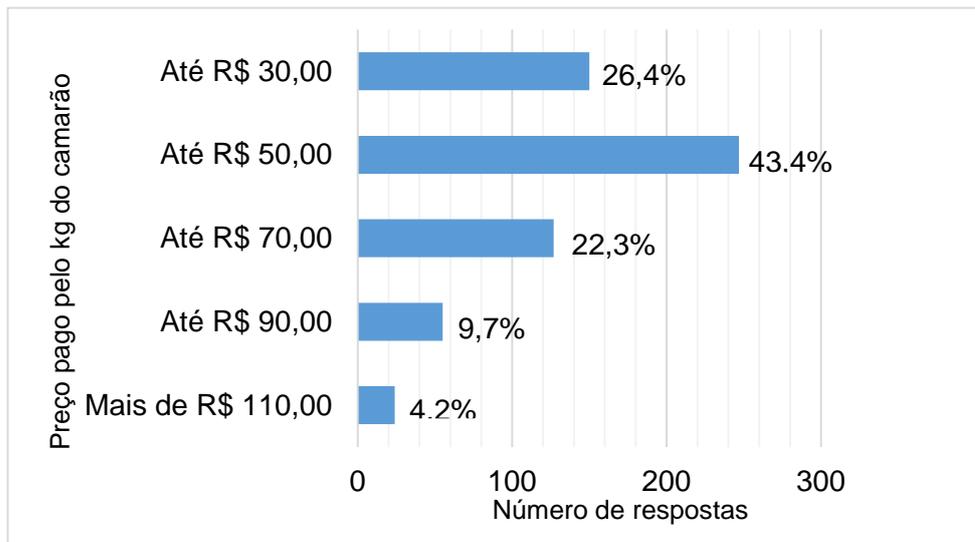
Como os camarões na Fronteira Oeste do RS são congelados, pode estar ocorrendo que o transporte e armazenamento do camarão não está sendo realizado adequadamente nos estabelecimentos, visto as respostas dos consumidores, onde a qualidade foi apontada como a terceira dificuldade na obtenção do camarão (Figura 8), o que pode indicar insatisfação dos consumidores.

Figura 11. Percepção dos consumidores da Fronteira Oeste do RS em relação a qualidade do camarão adquirido



Quanto aos preços, os consumidores pagam até R\$ 50,00 pelo kg do camarão (43,4%) (Figura 12). Percebemos que os compradores estão dispostos a pagar mais por um camarão de maior qualidade e tamanho médio a grande. Com isto, temos a escolaridade, onde os consumidores conseguem distinguir um produto com qualidade baseado na aparência do animal, a renda, onde esta é o que influencia até quanto o consumidor pode gastar e termos de exigência de qualidade influenciando tais resultados.

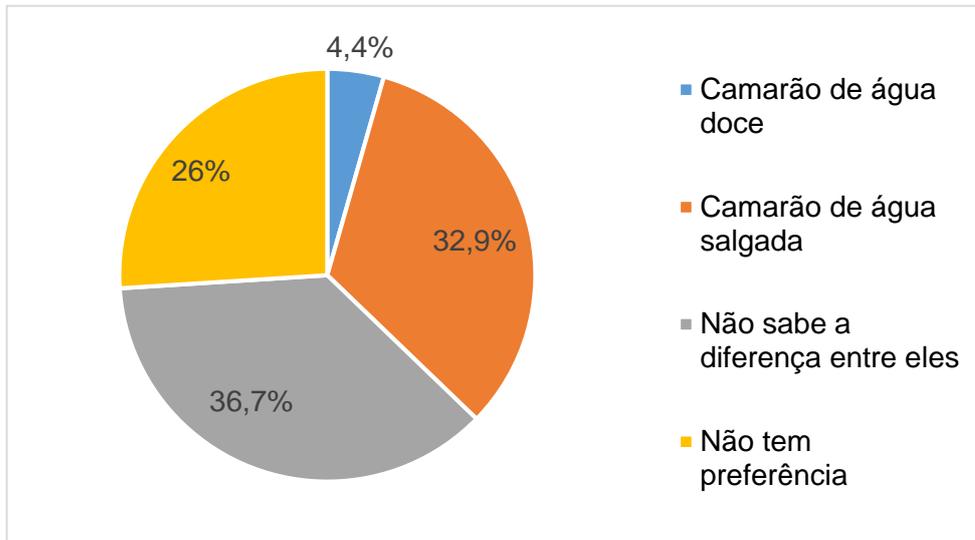
Figura 12. Até quanto o consumidor paga pelo kg do camarão



A maioria dos consumidores não sabem a diferença entre camarão marinho e de água doce (36,7%) e 26% dos consumidores relatam não ter preferência entre os camarões (Figura 13), portanto são potenciais consumidores para ambas espécies, assim os produtores podem induzir a preferência pela espécie produzida na região.

Os consumidores preferem o camarão de água salgada (32,9%) em relação ao de água doce (4,4%). Como a região oeste do RS não possui produção de camarão, o consumidor encontra o produto geralmente em supermercados, na forma congelada e as espécies são de água salgada. No Brasil há poucos lugares com desenvolvimento da carcinicultura de água doce, os estados que possuem produções, porém com baixa expressividade, é o Espírito Santo, Rio de Janeiro e São Paulo (SEBRAE, 2018). Em contrapartida, a carcinicultura marinha já é bem desenvolvida e tem o Nordeste como principal região produtora (SEBRAE, 2018).

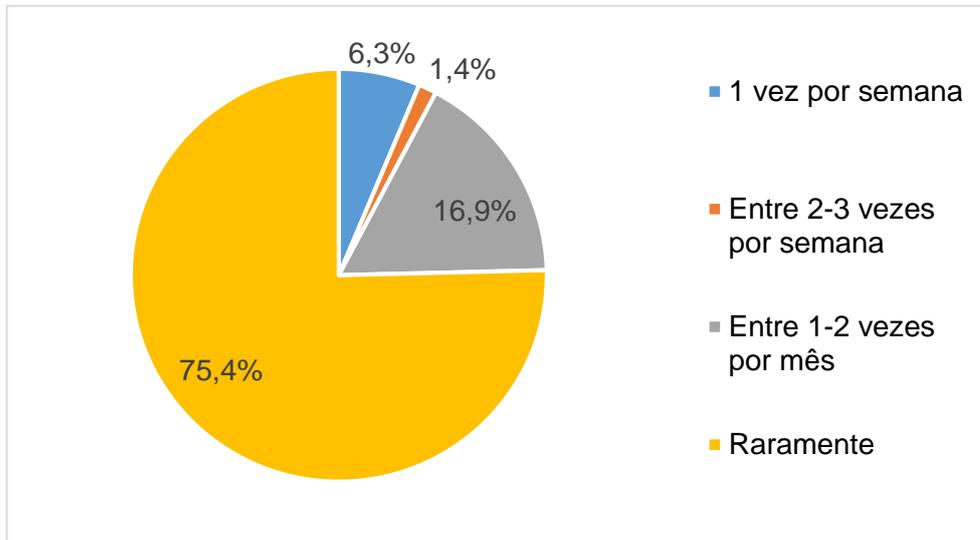
Figura 13. Preferência quanto ao tipo de camarão



A maioria dos consumidores consome o camarão raramente (75,4%), seguido por 1-2 vezes por mês (16,9%) (Figura 14). A frequência do consumo pode variar de acordo com a região, sabor, preço, renda e questões culturais (LEANDRO et al, 2018; ARBEX et al., 2017) e nesta pesquisa identificamos o preço como principal fator na dificuldade de obtenção do camarão (Figura 8)

No Brasil, o pescado ainda é a proteína animal que tem menor consumo (BRABO et al, 2016). Na Fronteira Oeste do RS há predominância do consumo de carne bovina, já que sua economia é baseada na produção agropecuária (QUEROL et al, 2013), isto faz os preços destas carnes mais atrativos perante outras (LOPES, 2016). A frequência do consumo pode aumentar em viagens para o litoral, assim a maior parte dos consumidores realizam o consumo poucas vezes ao ano, pela falta de acesso, pouca diversificação do produto e preços elevados (ALAB et al, 2016).

Figura 14. Frequência de consumo



5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Há consumidores e potenciais consumidores de camarão na Fronteira Oeste do RS, o que viabilizaria a implantação e produção de carcinicultura na região. Quanto ao perfil socioeconômico dos consumidores, o consumo é semelhante entre homens e mulheres, sendo que a idade fica em torno de 50 a 59 anos, onde a maioria possui ensino superior e rendas a partir de 2 a 5 salários mínimos.

O preço é um dos principais fatores que interferem na aquisição do camarão, sendo um dos motivos do não consumo, o principal fator na decisão na hora da compra e na dificuldade na obtenção do camarão. Outro fator que impede o consumo é a falta de formas distintas de apresentação do produto, onde o camarão é basicamente encontrado na forma congelada nos comércios da região, o que traz pouca diversidade do camarão para os consumidores que tem preferências de apresentações diferentes do congelado.

Percebemos que os consumidores da região preferem consumir o camarão na sua forma mais prática e rápida de preparação e pagar um preço mais baixo pelo kg do camarão. Para produtores pode ser uma demonstração sobre o tamanho de camarão a ser produzido e para estabelecimentos a apresentação e preço mais desejáveis.

Com isso, as regiões mais distantes do litoral não possuem bom fornecimento de crustáceos, tanto direto para o consumo quanto em produções. Esse fato pode levar a projetos de instalações de carcinicultura em áreas mais interiores, vendo que há consumidores na região, e com a carcinicultura sendo uma atividade na região, os estabelecimentos terão maior diversificação dos produtos, podendo vender os camarões por preços mais acessíveis.

Esta pesquisa serve como auxílio para outros trabalhos, visto que na região não se tem informações sobre consumo de camarões e nem sobre o perfil dos consumidores, e esses dados podem servir de base para trabalhos futuros, auxiliando no desenvolvimento da carcinicultura na região.

6. REFERENCIAS

ALAB, J. H. C. et al. Estudo de mercado sobre o consumo de camarões na região Oeste do Paraná. **Revista Extensão em Foco**, v. 12, n. 1, p. 32-41, 2016.

Amfro. Associação dos Municípios da Fronteira Oeste. Disponível em:

<http://amfro.org.br/banner-junho-2018/>. Acesso em: 05 out. 2021.

ANTONY, M. et al. Análise sensorial do camarão santana ou vermelho, *Pleoticusmuelleri* (*malacostraca: aristeidae*), refrigerado e irradiado. **Arquivos de Ciências Veterinárias e Zoologia da UNIPAR**, Umuarama, v. 14, n. 2, p. 87-90, julho/dezembro. 2011.

ARAÚJO, M. G. **Caracterização socioeconômica e tecnológica dos piscicultores da região central do estado do Tocantins, utilizando técnicas de análise multivariada**. Tese de Doutorado. Tese de Doutorado em Zootecnia–área de concentração em Produção de Monogástrico. Universidade Federal de Lavras. Minas Gerais. 2006.

ARBEX, E. A. S. et al. Perfil de consumidores em pescado em comunidades universitárias da região metropolitana de Cuiabá-MT. **Proceedings do VII SIMCOPE. Instituto de Pesca**, São Paulo, 2017.

AVELAR, A. E.; REZENDE, D. C. Hábitos alimentares fora do lar: um estudo de caso em Lavras–MG. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 15, n. 1, 2013.

BARBETTA, P. A. **Estatística aplicada às ciências sociais**, 7 Ed. Florianópolis: UFSC. 2010.

BEZERRA, I. N. et al. Consumo de alimentos fora do lar no Brasil segundo locais de aquisição. **Revista de Saúde Pública**, v. 51, 2017.

BONDAD-REANTASO, M. G. et al. 2012. The role of crustacean fisheries and aquaculture in global food security: Past, present and future. *J. Invertebr. Pathol.* 110, 158-165. <https://doi.org/10.1016/j.jip.2012.03.010>.

BRABO, M. F. et al. Cenário atual da produção de pescado no mundo, no Brasil e no estado do Pará: ênfase a aquicultura/Current scenario of fish production in the world, Brazil and Pará State: emphasis on aquaculture. **Acta of Fisheries and Aquatic Resources**, v.4, n.2, p. 50-58, 2016.

FAO. The State of World Fisheries and Aquaculture 2020. Sustainability in action. Rome 2020, 224p.

FIGUEIRO, R. C. M.; SOUSA, J. M.; CASTRO, E. M. Fatores que influenciam na decisão de compra de pescado no mercado de peixe de Bragança, PA. **Revista Brasileira Engenharia de Pesca**, v. 7, n. 1, p. 60-72, 2014.

GERVÁSIO, E. W. Piscicultura, análise de conjuntura. SEAB – Secretaria de Estado da Agricultura e do Abastecimento/ DERAL - Departamento de Economia Rural, 2018.

GHIFARINI, A. F.; SUMARWAN U.; NAJIB M. Application of theory of planned behavior in shrimp consumer behavior analysis. **Independent Journal of Management & Production**, v. 9, n. 3, p. 984-1001, 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Pesquisa de Orçamentos Familiares, 72p., 2017-2018.

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

LEANDRO, S. V. et al. Perfil de consumo e do consumidor de peixe do município de Sinop, Mato Grosso. **Revista Agroecossistemas**, v. 10, n. 1, p. 73-98, 2018.

LIMA, A. D. F et al. Sustentabilidade da carcinicultura de pequena escala em áreas de baixa demanda hídrica. **Research, Society and Development**, v. 9, n. 9, 2020.

LOPES, I. G.; DE OLIVEIRA R. G.; RAMOS F. M. Perfil do consumo de peixes pela população brasileira. **Biota Amazônia (Biote Amazonie, Biota Amazonia, Amazonian Biota)**, v. 6, n. 2, p. 62-65, 2016.

MAKUFKA, M. **Comportamento do consumidor final de camarões marinhos em Florianópolis– SC**, 2004. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Econômicas) Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

MANGAS, F. P. et al. Caracterização do perfil dos consumidores de peixe no município de Belém, estado do Pará, Brasil. **Revista em Agronegócio e Meio Ambiente**, v. 9, n. 4, p. 839-857, 2016.

MARINHO, L. A. A crescente onda de comer fora. **Revista Gol**. Cariacica, n 96, p. 94-95, 2010.

MARIUZZO, D. Segurança Alimentar: Certificação EUREPGAP IFA. 13º Seminário Nacional de Criadores e Pesquisadores - Tecnologias para o Melhoramento Genético. **Ribeirão Preto: ANCP**, 2005.

MARQUES, M. H. C. et al. Perfil do consumidor de camarão-da-Amazônia no Estado do Pará: socioeconômica, frequência de consumo e preferências. **Research, Society and Development**, v.9, n.9, 2020.

MYRLAND, O. et al. Determinants of seafood consumption in Norway: lifestyle, revealed preferences, and barriers to consumption. **Food Quality and Preference**, Maryland Heights, v. 11, n. 3, p. 169– 188, 2000.

NEW, M. B. et al. **Freshwater prawns: biology and farming**. Wiley- Blackwell, Oxford, England, 560p., 2010.

OLSEN, S. O. Understanding the relationship between age and seafood consumption: The mediating role of attitude, health involvement and convenience. **Food Quality and Preference**, v.9, p. 199-209, 2003.

PAIVA, S. et al. Percepção dos consumidores do município de Tavares-RS em relação ao camarão produzido em cativeiro. **Anais do Salão Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão**, v. 10, n. 2, 2018.

PINTO, R. M. et al. Perfil do consumidor de pescado no município de Campos dos Goytacazes–RJ. **Perspectivas Online: Humanas & Sociais Aplicadas**, v. 1, n. 3, 2011.

QUEROL, M. V. M. et al. Tecnologia de reprodução de peixes em sistemas de cultivo: Indução hormonal através do extrato hipofisário da Palometa. 81p, 2013.

ROCHA, D. M. **Aquaculture Brasil**. 20 ed. , p.66-67, 2019.

SAMPAIO, Y.; COSTA, E. F.; SAMPAIO, E. A. B. R. Impactos socioeconômicos do cultivo de camarão marinho em municípios selecionados do Nordeste brasileiro. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 46, p. 1015-1042, 2008.

SANTOS, F. L.; AZEREDO V. B.; MARTINS, A. S. A. Efeito do fornecimento de ração complementada com semente de linhaça sobre os macronutrientes e colesterol em tecidos de camarões da Malásia (*Macrobrachium rosenbergii*). **Food Science and Technology**, v. 27, n. 4, p. 851-855, 2007.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Cartilha Básica Criação de Camarão. Sergipe, 2018.

SEEHUSEN, S. E., ALVARENGA, F. R. P., CARVALHO, J. A. O caranguejo-uçá e o camarão regional-da-Amazônia no estado do Pará: as cadeias de valor da pesca artesanal de camarão e caranguejo na Costa Amazônica do Brasil; contexto social, econômico, ambiental e produtivo. (p.256) Brasília: Fundo Vale. Série Pesca Sustentável na Costa Amazônica. 2018.

SILVA, C. F. **Fatores que influenciam o comportamento de famílias quanto a decisão de compra, preparo e consumo de peixe**. **Dissertação** (Mestrado em Agronegócios) – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul; Universidade de Brasília e Universidade Federal de Goiás. Campo Grande, Brasília e Goiânia, 2006.

SILVA, F. N. L. da et al. O comércio do camarão-da-amazônia (*Macrobrachium amazonicum*) na cidade de Breves-Pará-Brasil. **PUBVET**, v. 11, p. 313-423, 2017.

SILVA, I. A. et al. Perfil de consumidores do pescado comercializado em mercados do município de São Luís, Maranhão, Brasil. **Caderno de Pesquisas**, São Luís, 19 (1): 59-63, 2012.

SOLOMON, M. R. Comportamento do Consumidor. 5 Ed., Porto Alegre: Bookman. 2002.

TAVARES, G. C. et al. Perfil do consumo de pescado na cidade de Belo Horizonte, MG. **Boletim de Indústria Animal**, v. 70, n. 3, p. 230-236, 2013.

VASCONCELLOS, J. P. **Determinantes do consumo do pescado na população que frequenta feiras livres do Município de Santo André, São Paulo**. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Epidemiologia Experimental Aplicada às Zoonoses em Medicina Veterinária, Universidade de São Paulo, São Paulo/SP, 2010, 102p.

7. APÊNDICE A- Questionário

BLOCO 1- SOCIOECONÔMICO

- 1) Em qual cidade você atualmente reside?
- 2) Sexo: Masculino Feminino
- 3) Faixa etária:
 Até 19 anos De 40 a 49 anos
 De 20 a 29 anos De 50 a 59 anos
 De 30 a 39 anos Acima de 60 anos
- 4) Nível de escolaridade:
 Ensino Fundamental Incompleto Ensino Superior Incompleto
 Ensino Fundamental Completo Ensino Superior Completo
 Ensino Médio/Técnico Incompleto Pós- Graduação
 Ensino Médio/Técnico Completo
- 5) Qual sua renda?
 Até 1 salário mínimo – R\$ 1.100,00
 De 1 a 2 salários mínimos – R\$ 1.100,00 – R\$ 2.200,00
 De 2 a 5 salários mínimos – R\$ 2.200,00 – R\$ 5.500,00
 De 5 a 10 salários mínimos – R\$ 5.500,00 – R\$ 11.000,00
 De 10 a 20 salários mínimos - R\$ 11.000,00 – R\$ 22.000,00
 De 20 a 40 salários mínimos – R\$ 22.000,00 – R\$ 44.000,00
 Nenhuma

BLOCO 2- PERFIL DE CONSUMO

- 6) Você gosta de consumir camarão? Sim Não
- 6.1) Por que não gosta de consumir camarão?
 Preço
 Qualidade
 Acessibilidade
 Alérgico
 Não gosto do sabor
 Sem motivo aparente

6.1) Qual camarão prefere consumir?

- Camarão de água doce
- Camarão de água salgada
- Não sabe a diferença entre eles
- Não tem preferência

7) Frequência de consumo:

- 1 vez por semana
- Entre 2-3 vezes por semana
- Entre 1-2 vezes ao mês
- Raramente

8) Onde consome o camarão?

- Restaurante ou bar
- Própria residência
- Casa de familiares
- No local de trabalho

9) Local de aquisição do camarão:

- Direto do produtor ou pescador (informal)
- Supermercado
- Feira
- Peixaria

10) Fator de decisão na hora da compra:

- Marca
- Preço
- Valor nutricional
- Aparência
- Forma de preparo

11) Dificuldades na obtenção do camarão:

- Disponibilidade
- Preço
- Qualidade
- Não encontro a forma de preparo desejada

12) A qualidade do camarão quando comprado:

- Ótimo
- Bom
- Regular
- Ruim

13) Com qual apresentação prefere comprar o produto?

- Camarão inteiro congelado
- Camarão congelado descascado
- Camarão congelado sem cabeça
- Camarão in natura inteiro
- Camarão in natura descascado
- Camarão pronto para consumir

14) Qual o tamanho que prefere consumir o camarão?

- Pequeno
- Médio
- Grande

15) Até quanto você paga pelo kg de camarão?

- Até R\$ 30,00
- Até R\$ 50,00
- Até R\$ 70,00
- Até R\$ 90,00
- Mais de R\$ 110,00