



28 e 29 de setembro de 2017

Aquidauana, MS

**Preferências do consumidor de peixe quanto forma, espécies e inovações de mercado em
Campo Grande, MS**

Oliveira, B. P. N. ¹, Duarte, C. ²; Silva L. A. ³; Campos C. M. ⁴

¹ Bolsista PIBEX, graduando em Zootecnia, UEMS, Aquidauana MS; ² Graduando em Zootecnia, UEMS, Aquidauana MS; ³ Zootecnista e Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Zootecnia. ⁴ Docente, curso de Zootecnia e Programa de Pós-Graduação em Zootecnia, UEMS, Aquidauana MS.

Para as indústrias agroalimentares, conhecer as preferências e necessidades dos clientes por meio de pesquisa de mercado é uma forma de reduzir riscos de investimentos, minimizar erros nos planos de marketing e estabelecer estratégias de gestão. O objetivo deste trabalho foi descrever as preferências do consumidor de peixe em Campo Grande, Mato Grosso do Sul. As informações foram obtidas por meio de entrevistas utilizando um questionário semiestruturado aplicado a 302 pessoas, realizadas na saída do supermercado comper e na Feira Municipal de Campo Grande. Foram entrevistadas 302 pessoas, sendo que o pesquisador fez a leitura das questões para os entrevistados. Verificou-se que os peixes costumam ser comprado em forma de filé (33%), inteiro fresco (23,9%), em postas (22,4%) e inteiro congelado (21%). Dentre os peixes mais consumidos estão o pintado (48,5%), pacu (34,6%) e tilápia (16,2%). Assim, os consumidores demonstraram interesse em produtos inovadores à base de peixe (98,1%), dentre eles: filé empanado (22%), inteiro temperado pronto para assar (15,7%), filé defumado (14,9%), nuggets (13,8%), em postas temperado pronto para assar (13,1%), kibe (9,7%), hambúrguer (6,7%) e linguiça (4,1%). Sendo assim, foi possível observar que a maioria dos consumidores opta por peixes nativos da bacia do Paraguai, como o pintado e o pacu, que são espécies consideradas mais nobres e também os mais fáceis de fazer, já que esta também foi uma questão levada em consideração na hora da compra do peixe, segundo 83,1% dos entrevistados. Entretanto, o preço é um dos fatores mais importantes para o consumidor (67,3%) quando sai em busca do peixe. Quando o preço é acessível ao seu poder de compra, o consumidor leva o produto e espera que o sabor seja compatível com o que pagou. Ainda há necessidade de mudança no comportamento do consumidor de peixe para que essa carne passe a ser mais consumida pela população campo-grandense, principalmente, no que diz respeito a forma de apresentação do peixe nos pontos de venda.

Palavras-chave: consumo de peixe, hábito alimentar, pescado, piscicultura.

Agradecimentos: Apoio Programa Peixe Sempre-ProEXT nº: 2093.2.2999.27032014