

CONSUMO DE CARNE DE PEIXE NA REGIÃO METROPOLITANA DE CUIABÁ E VÁRZEA GRANDE: PERFIL E PERCEPÇÕES DE MERCADO

FISH MEAT CONSUMPTION IN THE METROPOLITAN REGION OF CUIABÁ AND VÁRZEA GRANDE: PROFILE AND MARKET PERCEPTIONS

 <https://doi.org/10.63330/aurumpub.018-024>

Eliel Souza de Oliveira

Graduando de Zootecnia

UFMT

E-mail: eliel.oliveira@sou.ufmt.br

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-5443-6768>

Diego Pierotti Procopio

Doutorado em Administração pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)
 Professor do Departamento de Zootecnia e Extensão Rural (DZER) da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT)
 E-mail: diego.procopio@ufmt.br

Isabella Maria Rodrigues Moreno

Ensino Superior Incompleto

UFMT

E-mail: isabella.moreno@sou.ufmt.br

Karoliny de Barros Silva

Ensino Superior Incompleto

UFMT

E-mail: barroskaroliny8@gmail.com

Gustavo Farias Pessoa

Ensino Superior Incompleto

UFMT

E-mail: gustavo.pessoa@sou.ufmt.br

Leticia Sinhori de Arruda

Ensino Superior Incompleto

UFMT

E-mail: letipaiter120@gmail.com

Jaqueline Guimarães Oliveira

Graduando de Zootecnia

Universidade Federal de Mato Grosso - UFMT

E-mail: jaqueline.oliveira@sou.ufmt.br



Nicolly Moreira dos Santos

Cursando Superior

UFMT

E-mail: nicolly_nicksantos@hotmail.com

RESUMO

Objetivou-se analisar as informações socioeconômicas e a percepção dos consumidores residentes de Cuiabá e Várzea Grande – Mato Grosso em relação ao consumo de carne de peixe. As informações foram obtidas a partir de 207 entrevistados, por meio de um questionário virtual aplicado entre os dias 18 de março e 25 de abril de 2025. Dentre os principais resultados, observou-se predominância do sexo feminino (67,1%), com idade entre 21 e 30 anos (46,9%), ensino médio completo (48,3%), residentes majoritariamente em Cuiabá (61,4%) e com renda domiciliar entre 2 e 4 salários mínimos (29%). Em relação aos hábitos de consumo, verificou-se que a maioria consome peixe apenas uma vez por mês (59,9%), sendo os supermercados (31,4%) e as feiras livres (28%) os principais locais de compra. As espécies mais consumidas foram a tilápia (64,3%), o pintado (62,8%) e o pacu (61,4%), com preferência por cortes em filé (84,1%) e posta (67,1%). Quanto à forma de preparo, destacou-se a fritura (50,2%), seguida de cozido (18,4%) e grelhado (16,9%). Apesar da boa aceitação, fatores como preço e hábitos alimentares limitam a frequência do consumo. A pesquisa evidencia, então, a necessidade de políticas que incentivem os produtores rurais locais e promovam maior acessibilidade ao pescado, melhorando assim também o fator nutritivo da alimentação da população local.

Palavras-chave: Análise de mercado; Consumo de peixe; Piscicultura.

ABSTRACT

The study aimed to analyze the socioeconomic information and the perceptions of residents in Cuiabá and Várzea Grande, Mato Grosso, regarding the consumption of fish meat. The data were obtained from 207 respondents through an online questionnaire administered between March 18 and April 25, 2025. Among the main results, a predominance of females (67.1%) was observed, with an age range between 21 and 30 years (46.9%), completed high school education (48.3%), residents mostly in Cuiabá (61.4%), and a household income between 2 and 4 minimum wages (29%). Regarding consumption habits, it was found that the majority of people consume fish only once a month (59.9%), with supermarkets (31.4%) and open-air markets (28.6%) being the central purchasing locations. The most consumed species were tilapia (64.3%), pintado (62.8%), and pacu (61.4%), with a preference for fillet cuts (84.1%) and steaks (67.1%). Regarding the preparation method, frying was the most common (50.2%), followed by boiling (18.4%) and grilling (16.9%). Despite good acceptance, factors such as price and eating habits limit the frequency of consumption. The research thus highlights the need for policies that encourage local rural producers and promote greater accessibility to fish, thereby also improving the nutritional aspect of the local population's diet.

Keywords: Market analysis; Fish consumption; Aquaculture.



1 INTRODUÇÃO

O consumo de pescado acompanha a história da humanidade desde as civilizações mais antigas, como egípcios, gregos, romanos e asiáticos. A carne de peixe assumia importância não apenas como alimento, mas também como elemento cultural e simbólico (PAIVA; ANDRADE-TUBINO; SILVA, 2012). Durante a Idade Média, a prática foi intensificada por preceitos religiosos, que restringiam o consumo de carnes vermelhas em períodos de jejum, fortalecendo ainda mais a inserção do pescado na dieta humana (TAVARES; SEIXAS, 2018).

Na atualidade, o peixe é amplamente reconhecido como alimento de alto valor nutricional, rico em proteínas magras, vitaminas, minerais e ácidos graxos essenciais, como o ômega-3, relacionados à prevenção de doenças cardiovasculares, fortalecimento do sistema imunológico e melhora das funções cognitivas (SARTORI; AMANCIO, 2012; MENDONÇA; CARVALHO, 2018). De acordo com a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura (FAO, 2020), o pescado é o alimento de origem animal mais comercializado no mundo e desempenha papel estratégico para a segurança alimentar e nutricional global.

Entretanto, o Brasil apresenta índices de consumo relativamente baixos quando comparado ao cenário internacional. A Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO, 2020) recomenda o consumo anual de pelo menos 12 kg per capita de carne de peixe, enquanto a média brasileira gira em torno de 9,5 kg/habitante/ano, valor inferior à média mundial (BRASIL, 2022; SOUZA; INHAMUNS, 2011; FAO, 2020). Esse dado revela que, apesar de o país possuir vastos recursos hídricos e condições favoráveis à piscicultura, o consumo de peixe ainda encontra limitações no mercado interno.

Diversos fatores interferem nesse comportamento. O preço elevado, a ausência de hábito alimentar consolidado, a sazonalidade da oferta, a percepção de dificuldades no preparo e, em alguns casos, a falta de confiança em relação à procedência e qualidade do pescado são fatores que influenciam negativamente o consumo de carne de peixe (GONÇALVES; COSTA; RIBEIRO, 2016; NUNES; CAMPOS, 2018; BARBOSA; SOARES; LOPES, 2019). Além disso, há variações regionais importantes, uma vez que o acesso, a renda, os costumes locais e a disponibilidade de espécies influenciam diretamente a frequência e as formas de consumo da carne de peixe (LOPES; OLIVEIRA, 2019).

Nesse cenário, a piscicultura se apresenta como uma alternativa sustentável para atender à crescente demanda por pescado, ao mesmo tempo em que reduz a pressão sobre estoques pesqueiros naturais (BÉNÉ et al., 2015; VALENTI; KIMPARA; PRETO, 2021). O Brasil, pela sua riqueza hídrica e diversidade climática, ocupa posição estratégica para o desenvolvimento da atividade (FAO, 2013; ARAÚJO; FRANÇA; MOURA, 2021). No estado de Mato Grosso, em especial, a piscicultura vem crescendo com destaque, com produção voltada principalmente para espécies nativas de grande aceitação no mercado, como o pintado e o pacu (IBGE, 2021).



Diante disso, torna-se relevante compreender os hábitos e percepções dos consumidores em relação ao consumo de carne de peixe, especialmente em regiões como a metropolitana de Cuiabá e Várzea Grande, que apresentam crescente importância na cadeia produtiva da piscicultura. Questões relacionadas à frequência de consumo, preferências de espécies, formas de preparo, locais de compra e fatores limitantes, como preço e segurança do alimento, podem fornecer informações estratégicas para o fortalecimento do setor e para a promoção de uma alimentação mais saudável e diversificada entre a população local.

Assim, a presente pesquisa busca analisar a percepção dos consumidores sobre o consumo de carne de peixe na região metropolitana de Cuiabá e Várzea Grande – Mato Grosso, considerando aspectos nutricionais, culturais, socioeconômicos e estruturais que influenciam suas escolhas.

2 REVISÃO DE LITERATURA

O consumo de pescado tem se destacado nas últimas décadas como uma alternativa saudável e sustentável em comparação a outras carnes. Segundo a FAO (2024), o consumo mundial de peixe *per capita* tem crescido continuamente, impulsionado pela busca por alimentos ricos em proteínas e com menor teor de gordura saturada. No Brasil, o consumo médio anual é de aproximadamente 10 kg por habitante, abaixo da média mundial de 20,5 kg (IBGE, 2024). Essa diferença é explicada por fatores culturais, logísticos e econômicos, uma vez que o consumo de peixe é mais comum em regiões litorâneas e ribeirinhas (SOUZA et al., 2021).

Em estudos realizados nas regiões Norte e Nordeste, observou-se que o peixe ocupa posição central na alimentação, tanto por tradição quanto pela disponibilidade e pelo preço acessível (NASCIMENTO et al., 2020). Nas regiões Centro-Oeste e Sudeste, o consumo tende a ser mais esporádico, vinculado a ocasiões específicas, como a Semana Santa, e influenciado pelo custo e pela oferta de produtos frescos (PEREIRA et al., 2022).

De acordo com Silva et al. (2023), fatores como o sabor, a aparência e a facilidade de preparo são determinantes na decisão de compra de pescado. Além disso, a origem do produto e a garantia de qualidade sanitária têm se tornado aspectos cada vez mais valorizados pelos consumidores urbanos. Em uma pesquisa conduzida em Campo Grande – MS, verificou-se que 61% dos entrevistados preferem adquirir peixes frescos, enquanto 39% optam pelos congelados devido à praticidade e ao maior tempo de conservação (SANTOS et al., 2023).

Outro aspecto relevante é a conscientização ambiental. Consumidores com maior nível de escolaridade e renda tendem a demonstrar maior interesse por produtos provenientes de pesca sustentável ou piscicultura certificada (FERREIRA; MARTINS, 2021). No entanto, ainda há desafios relacionados à percepção de preço e à falta de hábito alimentar, fatores que limitam o aumento do consumo na região (SOUZA; ANDRADE, 2022).



Em um levantamento sobre o comportamento do consumidor em Várzea Grande, Lima et al. (2022) identificaram que a maioria dos entrevistados consome peixe menos de uma vez por semana, justificando a baixa frequência pelo preço e pela dificuldade em encontrar estabelecimentos de confiança. Oliveira et al. (2021) destacaram que o consumo tende a ser maior entre mulheres e indivíduos com maior escolaridade, repetindo padrões observados em outras cadeias de proteína animal, como a bovina e a avícola.

Assim, as pesquisas apontam que, embora haja crescente reconhecimento dos benefícios nutricionais e ambientais do consumo de peixe, o hábito alimentar ainda é incipiente na região Centro-Oeste. Fatores como preço, acesso, segurança do alimento e costume cultural continuam sendo determinantes para o comportamento do consumidor. A compreensão desses aspectos é essencial para o desenvolvimento de estratégias de marketing, políticas públicas e incentivo à piscicultura regional, especialmente em cidades como Cuiabá e Várzea.

3 METODOLOGIA

Com o objetivo de analisar os hábitos de consumo e a percepção dos moradores da região metropolitana de Cuiabá e Várzea Grande, no estado de Mato Grosso, realizou-se uma pesquisa de mercado voltada para a carne de peixe. O levantamento seguiu uma abordagem quantitativa e utilizou um questionário estruturado aplicado de forma online, por meio do Google Forms, entre os dias 18 de março e 25 de abril de 2025 para o público maior de 18 anos.

Ao todo, 207 pessoas participaram da pesquisa, sendo a maioria composta por mulheres residentes em Cuiabá. As respostas coletadas foram organizadas e examinadas a partir da frequência de ocorrência, o que possibilitou identificar padrões de comportamento, preferências de consumo e os principais fatores que influenciam a decisão de compra e o consumo de carne de peixe na região analisada. Esse procedimento garantiu uma amostra representativa da população local e permitiu compreender, de maneira objetiva, os hábitos alimentares relacionados ao pescado, servindo como base para análises mais detalhadas e futuras ações voltadas ao setor de piscicultura.

O questionário aplicado abordou tanto aspectos socioeconômicos dos participantes — como gênero, idade, renda e escolaridade — quanto questões relacionadas ao consumo e à comercialização de peixe. Para avaliar as características do produto, utilizou-se a escala Likert de cinco pontos (1 – “Sem importância” a 5 – “Muita importância”), enquanto as perguntas socioeconômicas foram estruturadas em formato de múltipla escolha. Utilizou-se o software Microsoft Excel® para a operacionalização dos dados e análise estatística descritiva.

A pesquisa foi realizada em conformidade com os princípios éticos previstos na Resolução nº 510, de 7 de abril de 2016, do Conselho Nacional de Saúde (CNS), a qual define as diretrizes aplicáveis a estudos em Ciências Humanas e Sociais que utilizam informações de participantes ou dados passíveis de



identificação. De acordo com o Art. 1º e seu parágrafo único, investigações de opinião pública em que os participantes permanecem anônimos não necessitam de registro nem de apreciação pelo sistema CEP/CONEP, desde que não haja possibilidade de identificação dos respondentes. A norma também estabelece que os indivíduos devem receber informações claras sobre o estudo, consentir de forma livre e voluntária, e ter garantidos o sigilo e a confidencialidade de suas respostas.

Nesse sentido, foi ressaltado a todos os participantes que o questionário tinha caráter individual, que as respostas não seriam compartilhadas com terceiros e que não haveria qualquer forma de registro da identidade dos respondentes. Também foi destacado que a participação era opcional, preservando-se a integridade e a privacidade dos dados coletados.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A maior parte dos consumidores de carne de peixe foi do sexo feminino (67,1%) (Tabela 1), o que evidencia a participação das mulheres como principais responsáveis pelas decisões de compra e preparo de alimentos no ambiente familiar.

Tabela 1. Perfil socioeconômico dos consumidores de carne de peixe na região de Cuiabá-MT e Várzea Grande-MT

Gênero	Quantidade de entrevistados	Porcentagem em relação ao total
Feminino	139	67,1%
Masculino	66	31,9%
Prefiro não dizer	2	1%
Idade		
De 15 a 20 anos	27	13%
De 21 a 30 anos	97	46,9%
De 31 a 40 anos	44	21,3%
De 41 a 50 anos	26	12,6%
Acima de 51 anos	13	6,3%
Qual o seu nível de escolaridade?		
Até o ensino fundamental	6	2,9%
Ensino médio completo	100	48,3%
Ensino superior incompleto	53	25,6%
Ensino superior completo	33	15,9%
Pós-graduação completa	15	7,2%
Qual cidade em que você reside?		
Cuiabá	127	61,4%
Várzea Grande	80	38,6%
Qual a renda domiciliar mensal?		
Até 1 salário mínimo	33	15,9%
De 1 a 2 salários mínimos	57	27,5%
De 2 a 4 salários mínimos	60	29%



De 4 a 6 salários mínimos	32	15,5%
Mais que 6 salários mínimos	13	6,3%
Prefiro não informar	12	5,8%
Quantas vezes por semana você come carne de peixe?		
Todos os dias	4	1,9%
Apenas 1 vez na semana	37	17,9%
2 a 3 vezes por semana	34	16,4%
1 vez por mês	124	59,9%
Não consumo carne de peixe	8	3,9%
Responsabilidade pela aquisição de carne de peixe na residência?		
Sim	77	37,2%
Às vezes	97	46,9%
Nunca	33	15,9%
Local de aquisição de carne de peixe na residência?		
Supermercado, Conveniência	65	31,4%
Açougue	14	6,8%
Peixaria especializada	41	19,8%
Feiras livres	58	28%
Produção própria	6	2,9%
Não sou responsável pela compra	23	11,1%
Espécies de peixes consumidos? (Múltipla escolha)		
Tilápia	133	64,3%
Pintado	130	62,8%
Pacu	127	61,4%
Tambaqui	110	53,1%
Outros	75	36,2%
Tipos de corte de carne de peixe consumidos? (Múltipla escolha)		
Filé	174	84,1%
Posta	139	67,1%
Lombo	106	51,2%
Cabeça/cauda	76	36,7%
Outros	72	34,8%
Consume peixe com ou sem couro?		
Com escamas	37	17,9%
Com couro	64	30,9%
Não tenho preferência	106	51,2%
Forma preferida de preparar a carne de peixe?		
Grelhada	35	16,9%
Frita	104	50,2%
Assada	30	14,5%
Cozida	38	18,4%

Estudos em Ciências Humanas e Sociais

CONSUMO DE CARNE DE PEIXE NA REGIÃO METROPOLITANA DE CUIABÁ E VÁRZEA GRANDE: PERFIL E PERCEPÇÕES DE MERCADO



Estaria disposto a consumir mais carne de peixe se existissem mais opções ou promoções?		
Sim	140	67,7%
Não	16	7,7%
Talvez	51	24,6%

Fonte: Resultados da pesquisa.

Em relação à faixa etária, observou-se predominância de entrevistados entre 21 e 30 anos (46,9%), seguida pela faixa de 31 a 40 anos (21,3%) (Tabela 1). Esses dados indicam que o consumo de pescado é mais comum entre jovens adultos, grupo que tende a diversificar a alimentação e apresentar maior abertura a diferentes fontes de proteína. A baixa representatividade de indivíduos acima de 51 anos (6,3%) (Tabela 1) pode refletir hábitos alimentares mais tradicionais e menor inserção do pescado na rotina alimentar desse público.

O nível de escolaridade revelou predominância de ensino médio completo (48,3%), seguido de ensino superior incompleto (25,6%) e superior completo (15,9%) (Tabela 1). Esse perfil sugere que o consumo de peixe está mais presente entre pessoas com escolaridade média a elevada, o que pode favorecer maior preocupação com qualidade e valor nutricional.

Quanto à renda domiciliar, a maioria dos entrevistados concentrou-se nas faixas de 2 a 4 salários mínimos (29%) e de 1 a 2 salários mínimos (27,5%) (Tabela 1). Esse resultado indica que o consumo está fortemente presente em classes de renda intermediária, enquanto o público de baixa renda (15,9% com até 1 salário mínimo) enfrenta maior limitação econômica para aquisição. Os consumidores com renda superior a 6 salários mínimos representaram apenas 6,3%, revelando que, embora o pescado seja acessível a diferentes faixas de renda, fatores como preço e disponibilidade ainda são determinantes.

No que se refere à frequência de consumo, a maioria dos entrevistados relatou consumir peixe apenas uma vez por mês (59,9%), enquanto apenas 1,9% declarou consumo diário (Tabela 1). Esse padrão mostra que o pescado ainda ocupa papel secundário na dieta regional, provavelmente em função do preço, da disponibilidade e da maior presença de outras carnes, como a bovina e a de frango.

O local de aquisição mais citado foi o supermercado (31,4%), seguido de feiras livres (28%) e peixarias especializadas (19,8%) (Tabela 1). Esse resultado evidencia que a praticidade influencia as escolhas de compra, mas também existe valorização da qualidade e frescor do produto, observada nas compras em feiras e peixarias.

As espécies mais consumidas foram a tilápia (64,3%), o pintado (62,8%) e o pacu (61,4%) (Tabela 1). Esse padrão reflete a forte presença da piscicultura e de espécies nativas na região. Em relação aos cortes, observou-se preferência pelo filé (84,1%) e pela posta (67,1%) (Tabela 1), o que indica busca por praticidade, facilidade de preparo e menor preocupação com espinhos, fatores que favorecem a aceitação do pescado.

Estudos em Ciências Humanas e Sociais



Quanto à forma de preparo, a fritura foi a mais mencionada (50,2%), seguida de cozido (18,4%), grelhado (16,9%) e assado (14,5%) (Tabela 1). Isso demonstra preferência por preparações tradicionais e de sabor intenso, embora também haja espaço para opções mais saudáveis.

Por fim, 67,7% dos entrevistados afirmaram que consumiriam mais peixe caso houvesse maior oferta ou promoções (Tabela 1). Esse dado revela que o consumo está diretamente relacionado a questões de acessibilidade e preço, indicando oportunidades para estratégias de mercado que visem aumentar a presença do pescado na alimentação da população.

Após a caracterização do perfil socioeconômico dos consumidores de carne de peixe na região de Cuiabá e Várzea Grande (Tabela 1), buscou-se avaliar os principais fatores que influenciam o comportamento de compra, o grau de satisfação e as percepções relacionadas à segurança alimentar. Para isso, foi utilizada uma escala de Likert de cinco pontos, em que o valor 1 representa “sem importância” ou “nada satisfeito”, e o valor 5 indica “muito importante” ou “muito satisfeito”.

A análise teve como objetivo identificar quais atributos do produto e do mercado são mais valorizados pelos consumidores e como estes percebem a qualidade, o preço, a variedade e as condições sanitárias associadas ao pescado. Os resultados apresentados na Tabela 2 permitem compreender o nível de importância atribuído aos atributos de compra, bem como a satisfação e a percepção de segurança no consumo de carne de peixe na região estudada.

Tabela 2. Avaliação dos construtos “Atributos de compra”, “Satisfação do consumidor” e “Segurança do alimento” entre os consumidores de carne de peixe residentes em Cuiabá e Várzea Grande-MT

Construto	Indicadores	Média
Atributos da compra (AC)	AC1 - A coloração da carne de peixe é importante na decisão de compra.	4,3
	AC2 - O preço influencia a decisão de compra.	4,6
	AC3 - A ausência de espinhas é um fator importante na escolha.	4,5
	AC4 - O odor do peixe influencia a decisão de compra.	4,7
	AC5 - O peixe ser fresco é um fator determinante na compra.	4,8
	AC6 - O teor de gordura é considerado na decisão de compra.	4,3
	AC7 - A rastreabilidade (origem e controle) influencia a decisão de compra.	4,1
	AC8 - O valor nutricional do peixe é importante na escolha.	4,5
Satisfação do consumidor (SC)	SC1 - Estou satisfeito com a qualidade da carne de peixe disponível no mercado.	4,4
	SC2 - Estou satisfeito com o preço da carne de peixe.	3,8
	SC3 - Estou satisfeito com a variedade de espécies e cortes disponíveis.	4,0
	SC4 - Estou satisfeito com a higiene dos locais de compra.	4,2
	SC5 - Estou satisfeito com o sabor da carne de peixe.	4,6
	SC6 - Estou satisfeito com a facilidade de compra da carne de peixe.	4,4
Segurança do alimento (SA)	SA1 - A fiscalização dos produtos pesqueiros é importante.	4,8
	SA2 - Saber a origem do peixe é importante.	4,6
	SA3 - Selos de qualidade influenciam minha escolha.	4,5
	SA4 - Normas sanitárias para venda são necessárias	4,7
	SA5 - O controle de antibióticos na criação é essencial	4,6
	SA6 - O armazenamento e manipulação adequados são importantes.	4,8

Fonte: Resultado da pesquisa. Nota: Os indicadores foram elaborados conforme os trabalhos de Maciel et al. (2015), Nunes et al. (2020), Escobar et al. (2022) e Quevedo-Silva e Pereira (2022).



Os resultados da Tabela 2 demonstram que os consumidores atribuem alta importância aos atributos de qualidade e segurança no momento da compra de peixe, com destaque para “ser fresco” (4,8) e “odor” (4,7) com uma nota média elevada (para uma escala de 1 a 5). Em relação à satisfação, os participantes expressaram maior contentamento com sabor (4,6) e facilidade de compra (4,4), mas menor satisfação com o preço (3,8), o que reflete a sensibilidade do consumidor ao custo do produto.

No construto de segurança do alimento, observaram-se médias elevadas (acima de 4,5 em todos os itens), evidenciando a alta percepção de relevância quanto à fiscalização, rastreabilidade e higiene. Esses resultados sugerem que o público de Cuiabá e Várzea Grande demonstra crescente consciência sobre a qualidade e a procedência do pescado, o que reforça a necessidade de maior transparência e padronização no setor pesqueiro regional.

Esse padrão de consumo mensal pode estar associado ao preço mais elevado do pescado e à disponibilidade sazonal, fatores que afetam o acesso das famílias de menor renda ao produto. Além disso, observa-se que o consumo está fortemente concentrado entre jovens adultos, indicando um público mais aberto a mudanças alimentares e à adoção de dietas diversificadas.

Considerando o elevado valor nutricional do peixe e a crescente demanda por alimentos saudáveis, os resultados indicam um potencial de expansão para o mercado regional de pescado, desde que sejam adotadas estratégias de preço acessível e campanhas de divulgação sobre os benefícios nutricionais e sanitários do consumo de peixe.

De forma geral, os consumidores da região de Cuiabá e Várzea Grande valorizam atributos relacionados à qualidade, frescor e segurança da carne de peixe, mas ainda demonstram sensibilidade ao preço e limitação na frequência de consumo. Essas informações são essenciais para orientar produtores, comerciantes e formuladores de políticas no fortalecimento da cadeia do pescado regional, com foco em sustentabilidade, acesso e valorização do produto local.

5 CONCLUSÃO

Os resultados obtidos nesta pesquisa evidenciam que o consumo de carne de peixe em Cuiabá e Várzea Grande ainda é pouco frequente, embora exista reconhecimento por parte dos entrevistados quanto aos benefícios nutricionais e à qualidade desse alimento. O perfil predominante é de consumidores jovens, em sua maioria mulheres, com escolaridade entre o ensino médio e o superior, que demonstram maior atenção a fatores como preço, frescor, procedência e segurança do alimento no momento da compra. Em contrapartida, aspectos ligados à sustentabilidade da produção, certificações ambientais e práticas de manejo responsável apresentaram influência reduzida na decisão de compra, o que revela a necessidade de ampliar a comunicação e as ações educativas sobre a importância de práticas de produção mais conscientes na cadeia do pescado.



É importante destacar que este estudo possui limitações, especialmente pelo uso de uma amostragem por conveniência, que impede a generalização dos resultados para toda a população local. A predominância de jovens com maior nível de escolaridade também pode ter contribuído para uma visão mais crítica em relação à qualidade e segurança do alimento. Além disso, o curto período de coleta não permite avaliar variações sazonais no consumo. Dessa forma, recomenda-se a realização de novas pesquisas com amostras mais amplas e probabilísticas, em diferentes períodos do ano, a fim de aprofundar o entendimento sobre o hábito de consumo de peixe e apoiar estratégias de incentivo ao aumento da frequência de consumo na região.



REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, O. T.; LORENZEN, K. Análise do consumo de pescado no Brasil. *Acta Amazonica*, Manaus, v. 43, n. 2, p. 261–270, 2013.
- ARAÚJO, C. M.; FRANÇA, A. C. C.; MOURA, R. L. O papel da piscicultura no desenvolvimento regional brasileiro. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, Brasília, v. 59, n. 3, p. e229698, 2021.
- BARBOSA, J. M.; SOARES, D. C. S.; LOPES, I. G. Padrões de consumo de pescado no Brasil: análise de determinantes socioeconômicos. *Revista de Economia e Agronegócio*, Viçosa, v. 17, n. 3, p. 422–441, 2019.
- BÉNÉ, C. et al. Feeding 9 billion by 2050 – Putting fish back on the menu. *Food Security*, v. 7, p. 261-274, 2015.
- BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Panorama da aquicultura no Brasil 2021. Brasília: MAPA, 2022.
- ESCOBAR, L. S.; NASCIMENTO, J. D.; GALHARDO, A. G.; CUNHA, L. S. R.; ROHOD, R. V.; OLIVEIRA, D. M. Percepção de consumidores da relação entre qualidade da carne e bem-estar animal. *Revista em Agronegócio e Meio Ambiente*, v. 15, n. 4, e9216, 2022. Doi: <https://doi.org/10.17765/2176-9168.2022v15n4e9216>
- FAO – FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS. Fish to 2030: Prospects for fisheries and aquaculture. Washington: World Bank, 2013.
- FAO – FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS. The State of World Fisheries and Aquaculture 2020. Sustainability in action. Rome: FAO, 2020.
- FAO – FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION. The State of World Fisheries and Aquaculture 2024. Rome: FAO, 2024.
- FERREIRA, L. M.; MARTINS, C. R. Consumo consciente e sustentabilidade na cadeia produtiva do pescado. *Revista Brasileira de Economia e Sociologia Rural*, v. 59, n. 3, p. 421–437, 2021.
- GONÇALVES, A. A.; COSTA, R. G. B.; RIBEIRO, J. L. D. Consumer perception of fish consumption in Brazil. *Journal of Food Products Marketing*, v. 22, n. 5, p. 571–588, 2016.
- IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Produção da Pecuária Municipal 2020. Rio de Janeiro: IBGE, 2021.
- IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Pesquisa de Orçamentos Familiares 2023: consumo alimentar. Rio de Janeiro: IBGE, 2024.
- LIMA, G. S. et al. Hábitos alimentares e perfil de consumidores de peixe em Várzea Grande – MT. *Revista em Agronegócio e Meio Ambiente*, v. 17, n. 2, p. 88–102, 2022.
- LOPES, P. R.; OLIVEIRA, A. C. Consumo de pescado no Brasil: uma análise da evolução e das perspectivas. *Revista de Política Agrícola*, Brasília, v. 28, n. 3, p. 81–94, 2019.



MACIEL, E. S.; SAVAY-SILVA, L. K.; GALVÃO, J. A.; OETTERER, M. Atributos de qualidade do pescado relacionados ao consumo na cidade de Corumbá, MS. **Boletim Instituto da Pesca**, v. 41, n. 1, p. 199-206, 2015.

MENDONÇA, F. F.; CARVALHO, S. T. Consumo de pescado no Brasil e implicações para a saúde pública. Demetra: Alimentação, Nutrição & Saúde, Rio de Janeiro, v. 13, n. 4, p. 925–940, 2018.

NASCIMENTO, J. R.; SOUZA, P. M.; MOURA, A. R. Perfil do consumidor de pescado nas capitais do Norte e Nordeste do Brasil. Boletim do Instituto de Pesca, v. 46, n. 1, p. 1–10, 2020.

NUNES, J. R. da S.; CAMPOS, C. M. Fatores que influenciam o consumo de pescado no Brasil. Revista Brasileira de Pesquisa em Alimentos, Belo Horizonte, v. 9, n. 2, p. 76–87, 2018.

NUNES, L. P.; DUTRA, F. M.; BORGES, J. A. R. Consumo de peixes: uma aplicação da teoria do comportamento planejado. **Revista Brasileira de Administração Científica**, v. 11, n. 1, p. 189-204, 2020. Doi: <https://doi.org/10.6008/CBPC2179-684X.2020.001.0014>

OLIVEIRA, D. F. et al. Fatores que influenciam o consumo de pescado em áreas urbanas do Centro-Oeste. Revista de Administração e Agronegócio, v. 11, n. 4, p. 55–68, 2021.

PAIVA, P. C.; ANDRADE-TUBINO, M. F.; SILVA, S. F. História da pesca e do consumo de pescado no Brasil. Revista Brasileira de História, São Paulo, v. 32, n. 64, p. 115–137, 2012.

PEREIRA, C. R.; LOPES, A. P.; FREITAS, J. S. Consumo de pescado no Brasil: desafios e perspectivas. Revista Brasileira de Zootecnia, v. 51, p. 1–13, 2022.

QUEVEDO-SILVA, F.; PEREIRA, J. B. Factors affecting consumers' cultivated meat Purchase intentions. **Sustainability**, v. 14, n. 19, 12501, 2022. Doi: <https://doi.org/10.3390/su141912501>

SANTOS, T. C. et al. Preferências de consumidores de pescado em Campo Grande – MS. Revista Científica Rural, v. 23, n. 1, p. 44–57, 2023.

SARTORI, A. G. O.; AMANCIO, R. D. Fish consumption and health benefits. Revista de Nutrição, Campinas, v. 25, n. 2, p. 283–293, 2012.

SOUZA, M. A.; ANDRADE, E. V. O comportamento do consumidor de pescado na região Centro-Oeste. Revista Agroambiental, v. 15, n. 3, p. 290–302, 2022.

SOUZA, M. L. R.; INHAMUNS, A. J. O consumo de pescado no Brasil e no mundo. Boletim do Instituto de Pesca, São Paulo, v. 37, n. 3, p. 371–386, 2011.

SOUZA, P. H. et al. Consumo e comercialização de pescado no Brasil: panorama e tendências. Revista Brasileira de Engenharia de Pesca, v. 13, n. 1, p. 12–25, 2021.

TAVARES, T. M.; SEIXAS, S. R. Consumo de pescado: uma perspectiva histórica e cultural. Alimentação e Cultura, Lisboa, v. 12, p. 45–61, 2018.

VALENTI, W. C.; KIMPARA, J. M.; PRETO, B. L. Piscicultura sustentável no Brasil: desafios e oportunidades. Revista Brasileira de Zootecnia, Viçosa, v. 50, n. e20200105, 2021.