



## DIAGNÓSTICO DA COMERCIALIZAÇÃO E PERFIL DOS CONSUMIDORES DE PESCADO NO MUNICÍPIO DE CAMPINA GRANDE-PB.

Lucas Reis Gonçalves<sup>1</sup>, Marisa de Oliveira Apolinário<sup>2</sup>

### RESUMO

O pescado é uma importante fonte proteica e tem seu consumo influenciado por fatores culturais, sociais e econômicos. Este trabalho teve como objetivo diagnosticar e caracterizar o perfil do consumidor e a comercialização do pescado nas feiras Central e da Prata na cidade de Campina Grande-PB, com o intuito de obter informações referentes às espécies comercializadas, preço comercial, procedência do pescado, volume comercializado, formas de comercialização, origem e manejo do pescado. Foram entrevistados comerciantes e consumidores, observando-se o perfil socioeconômico dos consumidores das mesmas, bem como condições higiênico-sanitárias do local e formas de comercialização do pescado, condições de venda e de conservação do produto. Foram observados o perfil do consumidor, hábitos de consumo/preferências do consumidor, fatores que afetam a decisão de compra e características ou atributos desejáveis do produto. Foram identificadas 11 espécies de pescado comercializadas nas feiras analisadas, incluindo filé de camarão. Ao final da pesquisa, notou-se que o consumidor prefere o pescado fresco, inteiro e eviscerado. Os locais de comercialização apresentaram precariedades no manejo, pois os comerciantes não utilizam técnicas de manipulação do pescado adequadas. A tilápia (*Oreochromis niloticus*) é o pescado mais consumido, com alta aceitabilidade pelo consumidor nas duas feiras estudadas. A usual forma de apresentação do pescado foi a “*in natura*” vendida a quilo com pouca oferta de comercialização de pescado com beneficiamento. Os resultados do presente estudo sugerem ações de fomento e uma maior atuação dos órgãos públicos na fiscalização e gestão das condições higiênico-sanitárias destes locais de comércio do pescado, tendo em vista ser um espaço de interações, onde os comerciantes além de garantir sua renda são criados laços com os consumidores que frequentam estes locais.

**Palavras-chave:** Pescado, feira, diagnose

---

<sup>1</sup>Aluno do curso de Licenciatura em Ciências Biológicas, Centro de Educação e Saúde, UFCG, Cuité, PB, e-mail: lucasreys2009@gmail.com

<sup>2</sup>Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> do Curso de Licenciatura em Ciências Biológicas, UFCG, Campina Grande, PB, e-mail: marisapoli@ufcg.edu.br



## DIAGNOSIS OF THE COMMERCIALIZATION AND PROFILE OF FISH CONSUMERS IN THE MUNICIPALITY OF CAMPINA GRANDE-PB.

### ABSTRACT

Fish is an important protein source and its consumption is influenced by cultural, social and economic factors. This work aimed to diagnose and characterize the consumer profile and the commercialization of fish at the Central and Prata fairs in the city of Campina Grande-PB, in order to obtain information regarding the species sold, commercial price, origin of the fish, volume marketed, ways of marketing, origin and management of fish. Traders and consumers were interviewed, observing the socioeconomic profile of their consumers, as well as hygienic-sanitary conditions of the place and ways of marketing the fish, conditions of sale and conservation of the product. The consumer's profile, consumption habits / consumer preferences, factors affecting the purchase decision and desirable characteristics or attributes of the product were observed. 11 fish species sold at the fairs analyzed were identified, including shrimp fillet. At the end of the survey, it was noted that the consumer prefers fresh, whole and gutted fish. The commercialization locations presented precarious handling, as the traders do not use adequate fish handling techniques. Tilapia (*Oreochromis niloticus*) is the most consumed fish, with high acceptance by consumers in the two fairs studied. The usual form of presentation of the fish was "*in natura*" sold by the pound with little offer of commercialization of fish with processing. The results of the present study suggest actions of promotion and a greater performance of Organs public agencies in the inspection and management of the hygienic-sanitary conditions of these places of fish trade, in order to be a space for interactions, where traders, in addition to guaranteeing their income, bonds are created with consumers who frequent these places.

**Keywords:** fish, fair, diagnosis