

EMPREENDEDORISMO: ANÁLISE DO MERCADO DE PEIXE EM TRÊS LAGOAS E IMPORTÂNCIA DE UM ENTREPOSTO DE PEIXE.

Rodolfo Nogueira de Araujo¹, Dra. Suellen Moreira de Oliveira¹, Márcio José Rodrigues Amorim; Dra. Sílvia Maria Almeida Lima Costa; Douglas Frascisquini Toledo

¹Instituto Federal do Mato Grosso do Sul– Três Lagoas-MS

rodolfo_nog@hotmail.com, suellen.oliveira@ifms.edu.br

Resumo

Objetivo desta pesquisa é avaliar o mercado de peixe no município de Três Lagoas, visando entender a dinâmica desse mercado frente a preferência do consumidor. A pesquisa iniciou-se em janeiro de 2017, foram coletados dados nos supermercados da região. Em cada mercado, era aplicado um questionário sobre o consumo de pescados. Foi destacado na pesquisa a importância de concretizar a implantação do entreposto de peixe para fortalecer a cadeia produtiva do pescado, visando incentivar o consumo do pescado.

Palavras-chave: pescadores, pesca e mercado de peixe.

Introdução

A pesquisa visa demonstrar como é, de fato, o perfil do consumidor de peixe na região de Três Lagoas, no Mato Grosso do Sul. A pesquisa foi iniciada em janeiro de 2017, realizadas entrevistas com clientes locais, a fim de coletar dados sobre o perfil do consumidor nos mercados e peixarias.

O mercado de peixes nesta região, vem, ao longo dos anos, crescendo. Neste último ano, mesmo que em uma porcentagem pequena, a demanda por peixe vem aumentando em relação a demanda das carnes bovinas.

As peixarias têm sido o lugar mais procurado entre os consumidores para a compra. Isso se deve ao fato de que nos supermercados os preços são altos, devido ao frete. Por serem peixes adquiridos do Paraná e de São Paulo, esse fator se torna crucial no preço final do produto, potenciais consumidores de peixes acabam levando carne bovina por ser, por ser mais barata.

Diante deste contexto surge questionamento: Como está estruturado o mercado de peixe? Qual é a preferência do consumidor sobre o pescado? Há implantação de um entreposto de peixe é benéfica para a cadeia produtiva local?

Objetivo desta pesquisa é: avaliar o mercado de peixe no município de Três Lagoas, visando entender a dinâmica desse mercado frente a preferência do consumidor.

Para atender a esse objetivo, foi aplicado questionários contendo onze questões para associação e cooperativa de pescadores, além da aplicação de um questionário para cinquenta clientes locais em supermercados por meio de uma pesquisa de marketing.

A pesquisa iniciou-se com revisão da literatura para em seguida ser construído o instrumento de coleta de dados. Foram aplicados questionários contendo dez perguntas para cinquenta consumidores no varejo local. Além de entrevistas para associação e cooperativa de pescadores.

A terceira etapa foi realizada uma entrevista com gerentes e proprietários dos varejos no município de Três Lagoas de janeiro a junho de 2018.

A pesquisa iniciou-se em janeiro de 2017, foram coletados dados nos supermercados da região. Em cada mercado, foi aplicado um questionário sobre o consumo de pescados. Ao final da pesquisa foram geradas tabelas com gráficos que identificavam: o local de compra do pescado; espécies preferidas, tipo de corte, a quantidade em média de consumo por semana.

Após a coleta dos dados, foram elaboradas tabelas com gráficos de barra, dando o melhor entendimento.

Resultados e Discussão

O consumo de pescado vem aumentando ao longo do tempo, desta forma foi realizada uma pesquisa visando entender a dinâmica de consumo do pescado no município de Três Lagoas-MS.

O Gráfico 01 mostra o local de frequência de compra do consumidor

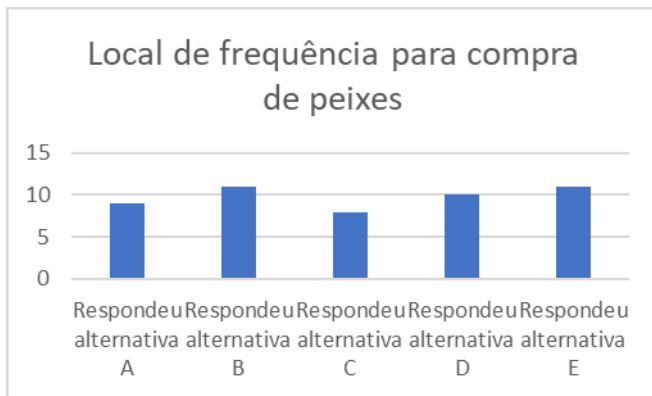


Gráfico 01. Frequência de comercialização do pescado.

Este gráfico representa o local onde os entrevistados frequentemente compram peixes. As alternativas foram:

- Supermercados (pescados com marcas específicas)
- Peixarias
- Direto do pescador nas feiras
- Direto do pescador nos pontos de desembarque
- De pescadores eventuais que revendem nas suas casas

Como pode-se observar a preferência do consumidor é nas peixarias, e a menor preferência foi a compra direto com os pescados nas feiras.

Atualmente no município há a feira de produtos agroindustrial, contudo, há apenas uma barraca de venda de peixe.

Há possibilidade e incentivar a compra do pescado nas feiras, incentivando a cultura e os hábitos alimentares dessa cadeia, oportuno um festival do peixe.

Há uma feira do peixe, onde pescadores locais comercializam o seu produto. Essa atividade acontece uma semana antes da semana santa.

É perceptível que as formas de compras mais comuns entre os entrevistados são em peixarias e pescadores eventuais que vendem em sua residência.

O gráfico 02 mostra as espécies de peixe mais comercializada e de maior preferência do consumidor.

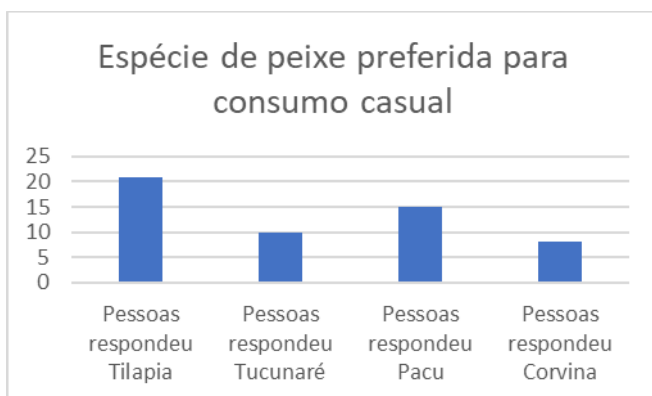


Gráfico 02: Espécie de peixe mais consumida casualmente.

Este gráfico representa a espécie de peixe preferida entre os entrevistados.

A espécie preferida é corvina. Já a espécie mais consumida entre os entrevistados é a tilápia. Enquanto, o tucunaré e o pacu o consumo é próximo.

A tilápia continua sendo um dos peixes mais consumidos atualmente.

O gráfico 03 refere-se as espécies de peixe preferido não casuais.

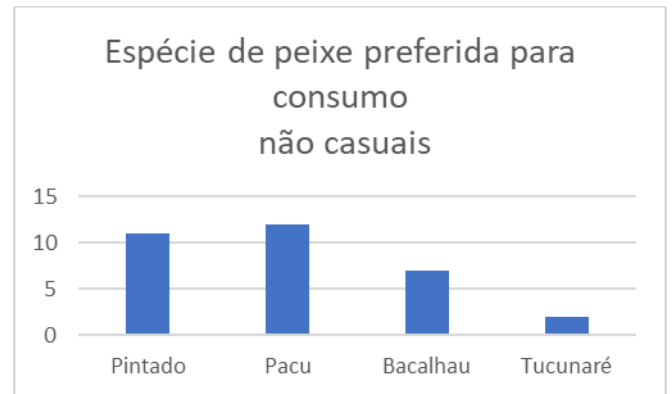


Gráfico 03: Espécies de peixe preferida para o consumo não casuais.

Este gráfico representa a espécie de peixe preferida entre os entrevistados para momentos não casuais.

A espécie mais consumida nestes momentos é o pacu. Logo abaixo, com uma diferença mínima, encontra-se o pintado. A menor preferência é pelo tucunaré.

Conforme relato dos pescadores, o tucunaré é menos consumido devido à dificuldade de encontrar a espécie, a venda dele é sazonal.

Enquanto, o gráfico 04 faz uma comparação do consumo de peixe por semana.

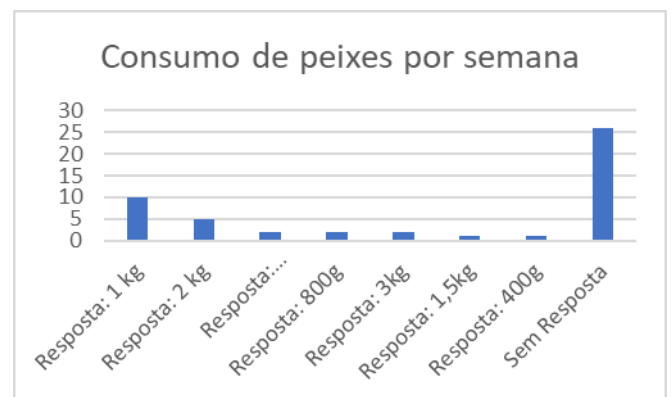


Gráfico 4 Consumo de peixe por semana.

Em médio o consumo de peixe por semana é de entorno de 1 quilo, há preferência por carne bovina ainda é expressiva,

devido as campanhas e promoções realizadas pelo varejo, conforme Gráfico 5.

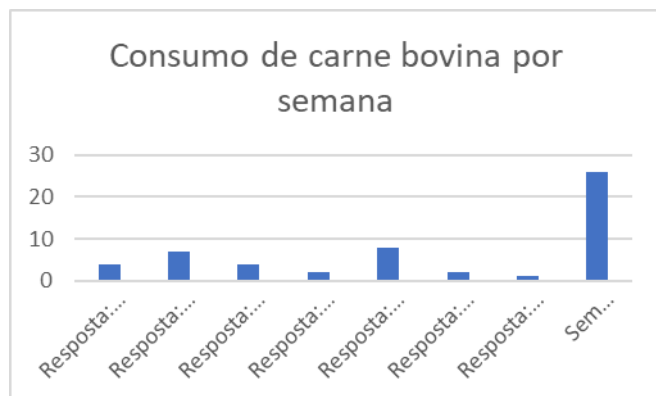


Gráfico 5. Consumo de carne bovina semana.

Estes gráficos representam a quantidade de quilos consumidos na família por semana.

O primeiro gráfico é a respeito desse consumo, usando a compra do peixe como base e o segundo gráfico é a respeito desse consumo, a carne bovina como base.

No gráfico 4, 10 famílias consomem cerca de 1kg e 5 famílias consomem cerca de 2kg.

A maioria consome menos de um 1kg, 2 famílias consumindo 500g, 2 famílias consumindo 800g e 1 pessoa consumindo 400g. Apenas 2 famílias consomem 3kg de peixe. 26 pessoas não tiveram resposta, já que não sabiam a quantidade exata de o quanto suas famílias consomiam.

Já no gráfico 5 todas entrevistadas, consomem mais de 1kg de carne, 8 famílias consomem cerca de 5kg de carne, 2 famílias consomem cerca de 4kg, 4 famílias consomem cerca de 3kg, 7 famílias consomem cerca de 2kg e 4 famílias consomem cerca de 1kg.

Há 2 famílias que consomem cerca de 1,5kg e 1 família consome 2,5kg. E 26 pessoas que não souberam responder a quantidade de carne consumidas.

Levando em consideração os dados levantados, é possível observar que ainda, o consumo de peixes, comparado com o consumo de carne, continua baixo.

A maior quantidade de peixe é de apenas 2kg, enquanto o maior consumo de carne é de 5kg, 3kg a mais do que o de peixe.

O menor consumo de peixe é de 400g, enquanto o menor consumo de carne é de 1kg, 600g a mais que o de peixe.

Isso mostra que a carne bovina continua sendo a mais preferida entre os consumidores.

Em relação ao aumento do consumo de peixe, conforme o Gráfico 6.

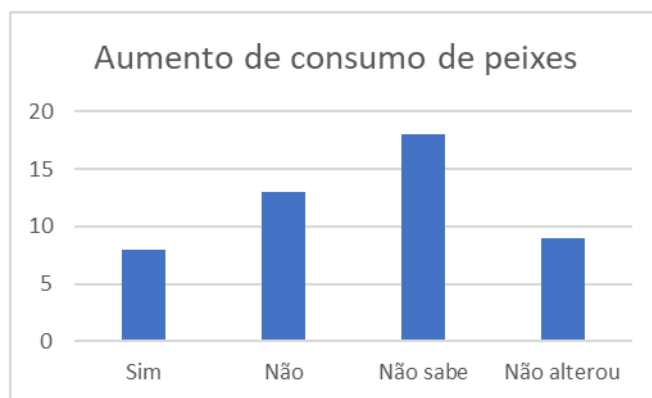


Gráfico 6. Consumo de pescado.

O aumento de consumo de peixes. Pode-se observar que 8 pessoas disseram que “sim”, que houve aumento, enquanto 13 pessoas disseram que “não”. 18 pessoas responderam que “não sabe” e 9 pessoas responderam que “não alterou”.

É perceptível que muitos não repararam se houve um aumento de consumo ou não na família.

Foi questionado aos gerentes e proprietários dos varejos pesquisado sobre as principais dificuldades na aquisição do pescado.

Todos responderam que a aquisição do pescado é de outros estados, há um varejo que adquiriu do estado do Paraná e com isso elevando o preço da proteína de peixe devido ao custo com o transporte.

Para os entrevistados esse é o principal gargalo na cadeia produtiva, são pouco os fornecedores, há pouca variedade de espécie de peixe para a aquisição e que o tempo de transporte acaba comprometendo a qualidade do produto.

Esses fatores comprometem a competitividade da cadeia produtiva, tornando o pescado mais caro que a proteína bovina e de frango.

Além disso, há pouca variedade das espécies de peixe, tem mês que é comercializado um tipo de peixe e no outro não, devido à escassez do produto.

Além disso, foi questionado aos varejistas sobre a implantação de um entreposto de peixe, todos responderam ser benéfico, será possível adquirir um produto mais fresco, com custo mais barato e com frequência de espécie a ser comercializado, diminuindo a sazonalidade. Como também parcerias entre a cooperativa visando adquirir produtos derivados do peixe, como prato feitos e outros.

É possível desenvolver uma pesquisa de mercado entre os consumidores para coletar informações sobre o tipo de espécie, corte de preferência, tipos de pratos derivados do pescado, além de coletar informações visando fortalecer esse mercado.

Em entrevista com os cooperados foi questionado sobre a venda para o varejo, foi ressaltado que ainda não é possível, o entreposto não está funcionando e a comercialização do produto é o peixe vivo, alguns restaurantes e lanchonete estão adquirindo o peixe vivo da cooperativa, devido o preço ser menor.

Com o funcionamento do entreposto será possível beneficiar o peixe e com isso atender o varejo local, órgãos públicos (merenda escolar) e empresa em geral.

Para os gerentes e proprietários de varejo, a maioria dos consumidores não adquire o produto devido ao preço, baixa variedade de espécies e também devido à falta de investimento em marketing do próprio varejo em veicular promoções, enquanto há promoções semanais da carne bovina e de frango.

É fundamental mudar a estratégia de comercialização, com a parceria com o a cooperativa será possível repensar nas ações visando fortalecer essa cadeia produtiva e tornando o peixe um atrativo para o consumidor.

Considerações Finais

O mercado de peixes na região de Três Lagoas, no Mato Grosso do Sul, tem crescido gradativamente.

A demanda pelo produto tem sido consideravelmente alta, analisando todo o mercado de peixes em si.

Durante toda a pesquisa, foram entrevistados cinquenta consumidores dos varejos no município, demonstrou que a maioria consome mais carne bovina do que peixes, e que essa preferência está relacionado com o preço alto da proteína do peixe comparada com da carne bovina.

Contudo, o mercado de peixes tem potencial de crescimento na cidade. Levando em consideração a implantação de um entreposto de peixe pela cooperativa dos pescadores.

É possível que o varejo adquire o pescado e com isso consiga ofertar um produto de qualidade, fresco e com preço acessível.

Os supermercados ainda são os lugares mais frequentados por clientes locais – e também pode ser criado parcerias entre supermercados e peixarias, a fim fomentar essa cadeia produtiva.

É oportuno investimento em propaganda para consolidar a cadeia produtiva e os benefícios de se consumir o peixe para a saúde.

Agradecimentos

Agradeço primeiramente a Deus, aos meus familiares, amigos, e todo o pessoal do IFMS que veio me incentivando na carreira acadêmica, e ao grupo GIPETI por todo apoio e incentivo.

Obrigado a minha grande orientadora que me auxiliou e me incentivou a empreender e pesquisar.

Referências

- 1 Brasil. Ministério da Saúde (MS). Dor relacionada ao trabalho: Protocolo de complexidade diferenciada. 2012. [acessado 2014 jul 12]. Disponível em: http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/dor_relacionada_trabalho_ler_dort.pdf.
- 2 MATTOS, F.A.M. Avanços e dificuldades para o mercado de trabalho, 2015. <<http://www.scielo.br/pdf/ea/v29n85/0103-4014-ea-29-85-00069.pdf>>. Acesso em: 15 mar. 2017
- 3 MINISTÉRIO DA PESCA E AQUICULTURA. **Consumo de pescado no Brasil aumenta 23,7% em dois anos**, 2013. Disponível em: <<http://www.mpa.gov.br/ultimas-noticias/832-consumo-de-pescado-no-brasil-aumenta-23-7-em-dois-anos>>. Acesso em: 15 abr. 2017.
- 4 MINISTÉRIO DA PESCA E AQUICULTURA. PECUÁRIA E ABASTECIMENTO, 2014. <<http://www.cidasc.sc.gov.br/defesasaniaanimal/files/2012/09/Instru%C3%A7%C3%A3o-normativa-interministerial-MAPA-MPA-4-2014.pdf>>. Acesso em: 26 mai. 2017.