

SALÃO DE
INICIAÇÃO CIENTÍFICA
XXIX SIC
**UFRGS**
PROPESQ



múltipla 
UNIVERSIDADE
inovadora  inspiradora

Evento	Salão UFRGS 2017: SIC - XXIX SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2017
Local	Campus do Vale
Título	A ORGANIZAÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA DO PEIXE BONITO E OS POSSÍVEIS IMPACTOS NO CONSUMO
Autor	MONIQUE MACHADO INVERNIZZI
Orientador	PAULO ANTONIO ZAWISLAK

A ORGANIZAÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA DO PEIXE BONITO E OS POSSÍVEIS IMPACTOS NO CONSUMO

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Autor: Monique Machado Invernizzi

Orientador: Paulo Antônio Zawislak

O consumo do peixe está ligado a uma série de benefícios à saúde humana, devido ao seu alto valor nutricional comparado a outras fontes de proteínas, além de ser um alimento com baixo teor de gordura e altos níveis de concentração de vitaminas, de minerais e de ácidos graxos ômega-3. Estes componentes auxiliam na redução do nível de colesterol, do risco de Alzheimer e de doenças cardíacas, entre inúmeras outras disfunções. Por causa deste poder de ação preventiva, a Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura recomenda a ingestão de peixe pelo menos duas vezes por semana e a Organização Mundial da Saúde estabeleceu que o consumo de pescado por habitante, em um ano, deve ser de, pelo menos, 12 quilos. O Brasil por possuir uma vasta extensão de costa marinha, além dos recursos abundantes de água doce e de bacias hidrográficas, tem um amplo potencial para se tornar um dos maiores produtores e atender à crescente demanda mundial. Apesar disso, o consumo no Brasil encontra-se abaixo do recomendado, em que o brasileiro ingere menos de 10 quilos anuais, consoante ao mundial que, em 2014, alcançou 20 quilos por habitante e ao consumo de outras proteínas, como a carne bovina, que é cerca de 30 quilos anuais. Com base nisso, nota-se um contraste entre os benefícios e a potencialidade do Brasil na pesca com o real consumo de peixe. O consumo, de forma geral, está relacionado à cadeia produtiva, à disponibilidade do produto, ao preço e aos hábitos da população. O comportamento de mercado do peixe impacta na cadeia do atum enlatado que utiliza, principalmente, do peixe Bonito. O Bonito (*Katsuwonus pelamis*) é um peixe marinho encontrado na região que vai do Rio Grande do Sul ao Amapá. O Brasil produz cerca de 30 mil toneladas de Bonito anuais. Nesta produção, nota-se um perfil conservador das grandes empresas que ou exportam o pescado para países industrializados, em que o hábito deste consumo é frequente e já integra o cotidiano da população, ou destinam a produção para o mercado interno de enlatados, em que a possibilidade de se criar novas alternativas, produtos e mercados para incrementar o faturamento não é uma alternativa considerada. O enlatado acaba sendo a principal opção para este consumidor que ainda não possui um comportamento significativo na compra e no preparo do peixe. Por isso, opta pela compra de outros tipos de proteínas que compõem seu hábito alimentar, como a carne e o frango. Desta forma, questiona-se se é a falta de organização que ocasiona o baixo consumo ou se a falta de consumo do peixe é responsável pela cadeia desorganizada, que se caracteriza pela informalidade da pesca e condições de trabalho, pelos processos rudimentares e pela falta de comunicação entre os principais atores. A partir desta realidade, objetiva-se analisar como a organização da pesca impacta o consumo de peixe Bonito *in natura*. Busca-se entender as principais dificuldades em levar o peixe fresco ao cliente, considerando a falta de organização e de estrutura da cadeia, que ocorre desde a captura até a comercialização no ponto de venda. Para atingir esse objetivo serão realizadas análises a partir de dados secundários e de entrevistas realizadas com pescadores e com empresas, visando compreender a estrutura e as principais dificuldades da cadeia. Sabe-se que a falta de organização na cadeia inibe o desenvolvimento de novas tecnologias e o investimento em melhorias que proporcionam um aumento na qualidade do produto. Portanto, ao analisar e perceber os fatores que caracterizam a situação do elo extrativista e da comercialização, poder-se-á propor ações para desenvolver e incorporar novidades para agregação de valor; para que assim, torne-se possível alterar a percepção de consumidor e aumentar o consumo deste alimento rico em diversos componentes benéficos à saúde humana.