



MERCADO CONSUMIDOR DE OSTRAS: ESTUDO NA REGIÃO METROPOLITANA DE BELÉM

Rodrigo Feio Araujo
Cyntia Meireles Martins
Marcos Antonio Sousa Santos
Barbara Ádria Oliveira Farias Fernandes
Israel Hidenburgo Aniceto Cintra
José Luiz Nunes Fernandes

Resumo

É crescente a exigência dos consumidores pela segurança alimentar, o que tem elevado as responsabilidades das indústrias agroalimentares. O objetivo desta pesquisa foi avaliar o perfil dos consumidores de ostras na Região Metropolitana de Belém. Realizou-se pesquisa qualitativa com aplicação de uma survey a 140 respondentes. Concluiu-se que 61,4% dos respondentes não consomem ostras, os consumistas são 38,6%. São necessárias ações tanto dos produtores quanto do poder público, a fim de promoverem eventos e a realização de feiras, para estimular o consumo, visto que a ostreicultura paraense vem se tornando uma alternativa para geração de renda a mais de 80 famílias..

Palavras-Chaves: Ostra; Mercado; Perfil de consumo; Belém-PA.

Abstract

The demand for food security has been increased by the consumers, which has raised the responsibilities of the agri-food industries. The objective of this work was to evaluate the profile of oyster consumers in the Metropolitan Region of Belém. A qualitative study was carried out with the application of a survey to 140 respondents. It is concluded that 61.4% of respondents do not eat oysters and 38.6% do it. Actions by both producers and public authorities are necessary in order to promote events and the holding of fairs to stimulate the consumption, as ostreiculture in the state of Pará has become an alternative for generating income for over 80 families..

Keywords: Oyster; Market; Consumption profile; Belém-PA

Introdução

A ostreicultura é uma atividade em que se cultivam ostras para o consumo humano (MONTANHINI-NETO, 2011). Por se tratar de uma atividade com baixo custo inicial e reduzido impacto ambiental, o cultivo de ostras apresenta-se como uma alternativa de renda e fonte de proteína animal para agricultores familiares e pescadores artesanais, os quais podem conciliar as atividades de rotina com a manutenção do cultivo.

Segundo a FAO (2014), em 2012, a produção mundial de moluscos foi de 15,2 milhões de toneladas, sendo que o Brasil aparece em sétimo lugar com produção de 20.699 toneladas. Entre os principais moluscos cultivados nacionalmente, destacam-se as ostras: *Crassostrea gigas*, *C. brasiliana* e o mexilhão *Perna* (GRADVOHL, 2014).

No Pará, a atividade é recente, sendo praticada há pouco mais de uma década. Os primeiros experimentos de cultivo foram realizados entre 2001 e 2003, por meio do projeto “Moluscos Bivalves” e do projeto “Cultivo Experimental de Ostra do Mangue”, que utilizaram como base de pesquisas as comunidades localizadas nos municípios de Augusto Corrêa, Magalhães Barata, Maracanã, Bragança e São João de Pirabas (HOSHINO, 2009).

Atualmente, a ostreicultura paraense vem se tornando uma das principais alternativas de geração de renda para 80 famílias, distribuídas nos municípios de Augusto Correa, Maracanã, Curuçá, São Caetano de Odivelas e Salinópolis, localizados na mesorregião Nordeste e Microrregião do Salgado no Estado do Pará, onde a produção vem aumentando nos últimos anos, passando de 7.300 dúzias, em 2011, para 12.400 dúzias em 2013 (SEBRAE, 2014).

Vale frisar que a ostreicultura é praticada exclusivamente em empreendimentos comunitários geridos por associações de produtores, geralmente em sistemas suspensos que adotam travesseiros e lanternas instaladas em mesas fixas como estruturas de criação. Portanto, o estudo busca conhecer as necessidades do mercado de ostras a partir da demanda dos seus consumidores. Isso posto, apresenta-se os objetivos geral e específicos desta investigação científica: Analisar o mercado de ostras a partir da demanda dos seus consumidores na Região Metropolitana de Belém (RMB), analisar o perfil de consumo de ostras na RMB e analisar o perfil do consumidor de ostras na RMB.

Revisão de Literatura

A maricultura representa um dos setores que mais crescem no cenário global da produção industrial de alimentos. Atualmente, a China é líder em produção aquícola, detentora de 83% do total de ostras produzidas no mundo. O seu desenvolvimento é referência para países com potencial para o desenvolvimento dessa atividade.

No Brasil, o cultivo de ostras é uma atividade caracterizada por uma produção baseada na unidade familiar, que oferece alternativas de opção de renda e de dinamização econômica para as comunidades pesqueiras, com fixação nas áreas de origem, graças à geração de empregos (BRANDINI et al., 2000).

Os níveis produtivos brasileiros estão diretamente relacionados com a disponibilidade de sementes (OSTRENSKY et al., 2000). Apesar de alguns trabalhos publicados relacionados ao desempenho de cultivos de *Crassostrea gigas* no Brasil, são poucas as informações sobre melhor período para início de cultivo, sobrevivência e crescimento de sementes (ROBBS, 2000).

O estado de Santa Catarina é o segundo maior produtor de moluscos bivalves (possuem duas conchas) da América Latina. No ano de 2008, a produção total de moluscos (mexilhões, ostras e vieiras) foi de 13.107,92 toneladas, apresentando o aumento de 29,33% em relação ao período anterior. O volume obtido gerou uma movimentação financeira bruta em torno de R\$ 29.709.300,00 para o estado (SEBRAE, 2018).

Os municípios de Florianópolis e Palhoça apresentam os maiores volumes de produção de ostras, em relação às demais regiões produtoras. Juntos, produzem aproximadamente 90% da produção estadual, sendo que em Florianópolis, o Ribeirão da Ilha é responsável por mais de 70% do município (EPAGRI, 1998).

Em nível de mercado, vale frisar que seu estudo pode contribuir para estimular uma cultura de inteligência comercial nos pequenos negócios e, dependendo do tipo de pesquisa, o próprio empreendedor poderá aplicá-lo. Mercado, negócios e indústrias são conceitos centrais, mas com múltiplos significados nas Ciências Sociais. O conceito de mercado na Economia Neoclássica define um mecanismo abstrato de determinação de preço que é interpretado como resultado lógico das demandas de eficiência.

No mundo todo, cresce a exigência dos consumidores pela segurança alimentar. A certificação internacional é a ferramenta básica para garantir a origem e a qualidade dos produtos e processos agroindustriais e depende de um complexo sistema de informação, ou de rastreabilidade, desde a produção das matérias-primas (PORTELLE et al., 2000; COCHOY, 2001). Para as indústrias agroalimentares, conhecer as preferências e necessidades do cliente por meio da pesquisa de mercado é um meio de reduzir os riscos de investimento, minimizar erros nos planos de marketing e estabelecer estratégias de gestão.

Conforme Irigaray (2000), os consumidores são expostos a uma infinidade de produtos, marcas e serviços com diferentes apelos, o que conduz o empresário a posicionar-se de forma eficaz, ou seja, possuir um profundo conhecimento sobre o público-alvo consumidor (hábitos, desejos, comportamentos e fatores de decisão, etc.), pois, assim é possível entender como o consumidor pensa e quais as suas prioridades.

O cultivo de ostras apresenta maior valor no mercado quando comparado a outros moluscos e necessita menos mão-de-obra. Entretanto, exige mais investimento em equipamentos e aquisição de sementes. A maioria dos profissionais liberais que ingressou na maricultura, iniciou sua atividade com o cultivo de ostras (SEBRAE, 2018).

Assim, apresenta-se a ostreicultura como potencial de renda aos produtores que, no estado do Pará, desempenham um papel importante na emergência de modos particulares ou novos segmentos que estão a meio caminho entre preservar as tradições locais e impulsionar as inovações de produtos, seja para o autoconsumo, seja para comercialização. Dessa feita, o estudo de mercado da ostreicultura, além de poder desvelar a demanda atual dos produtos, ajuda a delinear ações a fim de impulsionar o consumo, contribuindo para uma melhor inserção socioeconômica desses produtores, gerando trabalho e renda.

Material e métodos

Área de estudo

A Região Metropolitana de Belém é composta por 7 cidades, sendo elas: Belém e seus distritos de Icoaraci e Mosqueiro, Ananindeua, Marituba, Benevides, Santa Bárbara do Pará, Santa Izabel do Pará e Castanhal. Com uma área total de 3.565,783 km² e uma população

de aproximadamente 2.491,052 habitantes, é a segunda região metropolitana mais populosa da região norte do Brasil (IBGE, 2018).

Coleta de dados

A pesquisa foi realizada por meio de levantamento, em corte transversal, utilizando-se para isso um questionário estruturado (apresentado em apêndice). O questionário aplicado foi do tipo fechado com escala numérica de Likert de 5 pontos, no qual o entrevistado indicou seu grau de concordância ou discordância, conforme as afirmativas que estava avaliando.

Mattar (2001) explica que a cada item de resposta é atribuído um número que reflete a direção da atitude dos respondentes em relação a cada afirmação. A pontuação total da atitude de cada respondente é dada pela somatória das pontuações obtidas para cada afirmação. A cada item foi atribuída uma escala como segue: concordo totalmente (5), concordo (4), neutro (3), discordo (2) e discordo totalmente (1).

Para a sua aplicação utilizou-se o método websurvey consistente na aplicação de questionário on line cujo envio foi por Internet, facebook, whatsapp e outras mídias sociais do link apropriado para preenchimento pelos respondentes. A pesquisa foi realizada em junho de 2019 com questionário composto por dois módulos: o primeiro destinado à coleta do perfil de consumo da ostras, tais como: frequência de consumo, refeição que consome, local de consumo e compra, como consome, atributos desejáveis do produto, fatores que afetam a decisão de compra, preferência por embalagem e apresentação do produto, conservação do produto e quantidade de consumo familiar anual e mensal; o módulo 2 representa o perfil do consumidor com variáveis: sexo, idade, escolaridade, profissão, renda familiar e número de membros da família. O questionário foi adaptado do estudo de Barni et al. (2003) "Estudo do mercado de mexilhões em São Paulo, Curitiba e Porto Alegre". Vale frisar que a pergunta inicial é "você é consumidor de ostra?", com opção binária "sim" ou "não". Em caso de negativa, o respondente passou imediatamente para o módulo 2.

Assim, o questionário foi elaborado com 23 perguntas e foi dividido em 2 módulos: O primeiro módulo, com 15 perguntas, foi elaborado para as pessoas que consomem ostras e o segundo módulo, com 8 perguntas, foi elaborado para os que consomem ostras, na parte socioeconômica, e para as que não consomem, em que tem o motivo de não consumirem ostras e a parte socioeconômica.

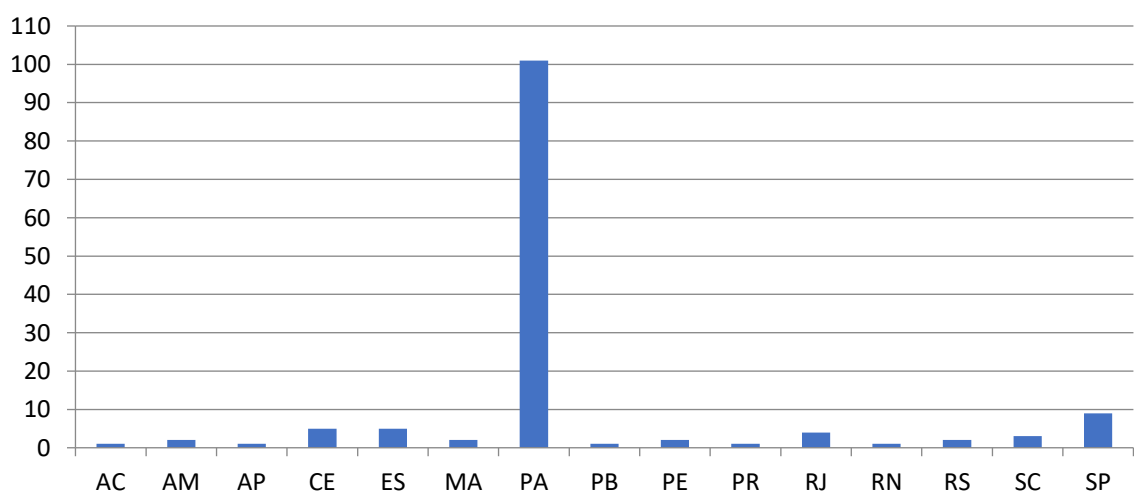
Para atender aos objetivos desta pesquisa foi utilizada, inicialmente, amostragem do tipo bola de neve, iniciando-se a partir da network primária do pesquisador, solicitando que cada respondente indique novos potenciais respondentes (FARIAS FILHO; ARRUDA FILHO, 2013) com vistas a se realizar uma pesquisa de campo ampla com abrangência na RMB. Ao total foram preenchidos 140 questionários.

Após tabulação dos dados em planilha do Excel, os dados foram analisados por meio de estatística descritiva, usando gráficos para facilitar a visualização bem como interpretação dos resultados.

Resultados e Discussão

A partir da Figura 1 tem-se a origem dos respondentes por estado. Nesta pesquisa, constata-se que dentre os 140 entrevistados, o número de paraenses é relevante, observando um total de 101 entrevistas obtidas dentre os respondentes. Assim, de antemão, reforça-se que o perfil do consumo aqui apresentado é de um público que, originalmente, não possui tradição no consumo de ostra.

Figura 1 – Estado de origem dos entrevistados



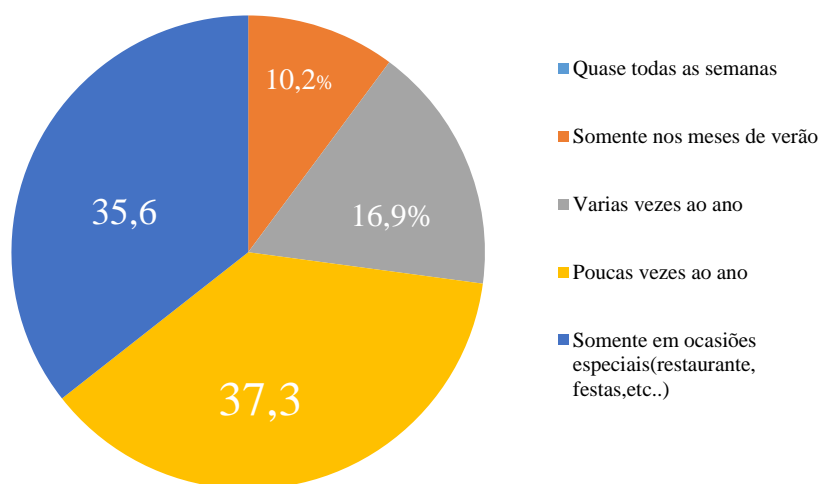
Fonte: Elaborado pelos autores.

Como decorrência, a pesquisa revela que 61,4% dos respondentes não consomem ostras, enquanto 38,6% as consomem. Sendo assim, esta é a amostragem que compõe o perfil de consumo no Estado do Pará (38,6%), e que nesta pesquisa corresponde a 54 respondentes dentre os 140 entrevistados.

Na Figura 2 tem-se a frequência do consumo de ostras por respondentes. Dentre as opções apresentadas aos mesmos, destaca-se: quase toda semana, somente nos meses de verão, várias vezes ao ano, poucas vezes ao ano e somente em ocasiões especiais (restaurante, festas, dentre outros).

A partir dos resultados destaca-se que a opção de consumo de “quase toda semana” não obteve nenhuma escolha pelos pesquisados, sendo que, contrariamente, a opção que obteve mais escolha foi o consumo de “poucas vezes ao ano” com 37,3%, seguida de “somente em ocasiões especiais” com 35,6%. A partir da frequência já se pode inferir que o consumo de ostras não tem sido recorrente nem mesmo dentre aqueles que costumam consumi-la, o que necessita de especial atenção por parte de políticas públicas que possam influenciar o aumento da demanda e consumo do produto. Vale frisar que o estado de Santa Catarina, maior produtor nacional de moluscos, apresenta venda para milhares de consumidores finais em peixarias, restaurantes e supermercados locais, além de outros estados brasileiros que importam os moluscos cultivados em Santa Catarina. Ademais, convém notar a ação governamental por meio de um “Plano Estratégico para Desenvolvimento Sustentável da Maricultura Catarinense”, no período de 2018-2028, no qual a meta 12 é aumentar o consumo e expandir o mercado interno do produto.

Figura 2 – Frequência do consumo de ostras

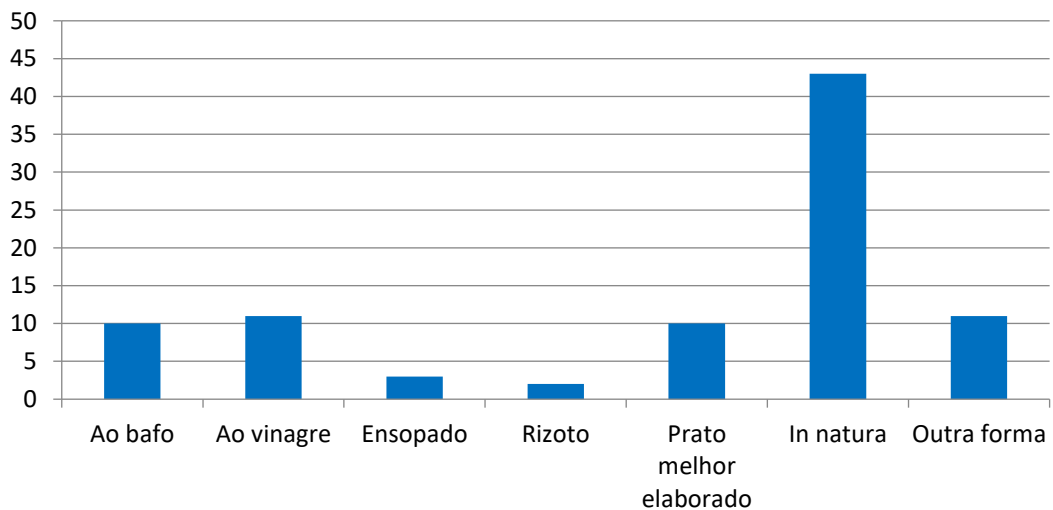


Fonte: Elaborado pelos autores.

A Figura 3 demonstra em quais refeições os consumidores apreciam mais a ostra, sendo que ela é mais apreciada como aperitivo, com 76,2% de escolha, no mais é pouco vista como um prato principal de almoço, com 13,6% ou jantar com apenas 10,2% de escolha. Neste trabalho assume-se que o tal hábito se estende para toda a família, sendo que, dentre os fatores associados pode-se inferir o desconhecimento das diversas formas de preparo que conferem ao produto um sabor agradável, conforme estudo de Barni et al. (2003) sobre o mercado do mexilhão.

Como decorrência, dentre as opções apresentadas quanto à forma de consumo da iguaria, a saber: ao bafo, ao vinagre, ensopado, risoto, prato melhor elaborado, in natura e outras formas de consumo, obteve-se como resposta que o modo mais consumido é in natura (Figura 3), o que pode corroborar a inferência de desconhecimento do consumidor quanto às possibilidades de formas de consumo.

Figura 3 – Modo de consumo das ostras

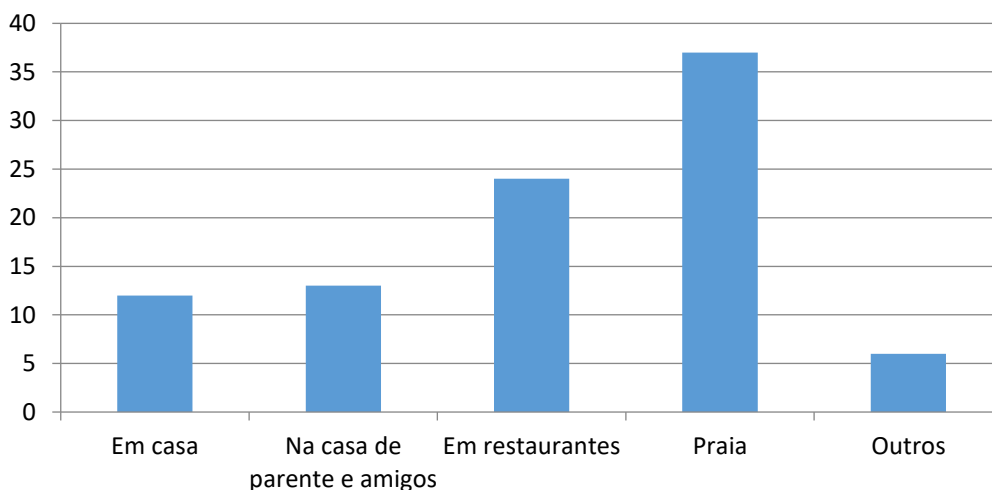


Fonte: elaborado pelos autores.

Dentre os locais em que mais se consomem ostras, seja em casa, na casa de parentes ou amigos, em restaurantes, praias e outros locais, destaca-se a região litorânea como o local onde há maior número de consumidores, seguida de restaurantes (Figura 4).

Vale frisar que em Santa Catarina, o desenvolvimento da maricultura entre 2000 e 2010 foi acompanhado do surgimento de diversos restaurantes especializados em moluscos e outros frutos do mar, originando rotas gastronômicas com restaurantes especializados (SUPLICY, 2018). Assim, o desenvolvimento produtivo encadeado à cadeia como um todo potencializa melhores resultados econômicos tanto a montante como à jusante.

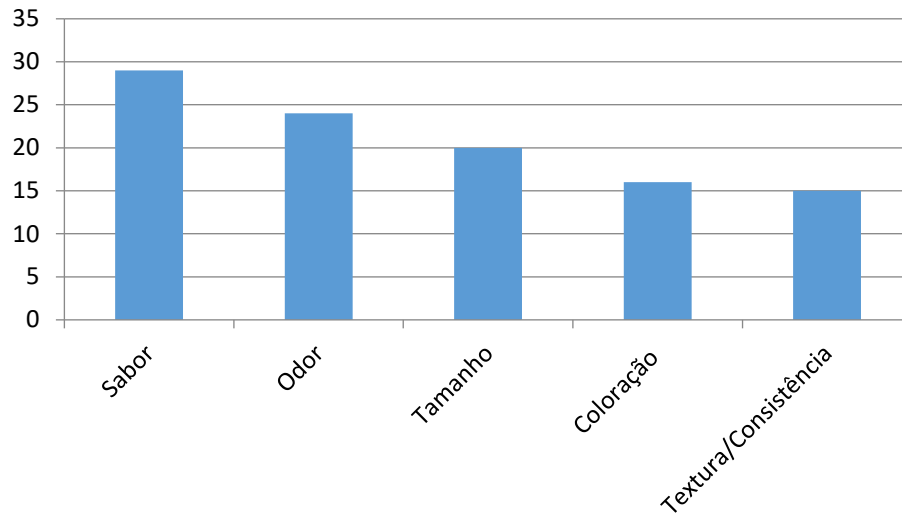
Figura 4 – Locais de consumo de ostras



Fonte: elaborado pelos autores.

A Figura 5 mostra o que o consumidor leva em consideração na hora de comprar de um produto como a ostra, dentre aspectos como sabor, odor, tamanho, coloração e textura/consistência.

Figura 5 – Importância na hora de comprar ostras

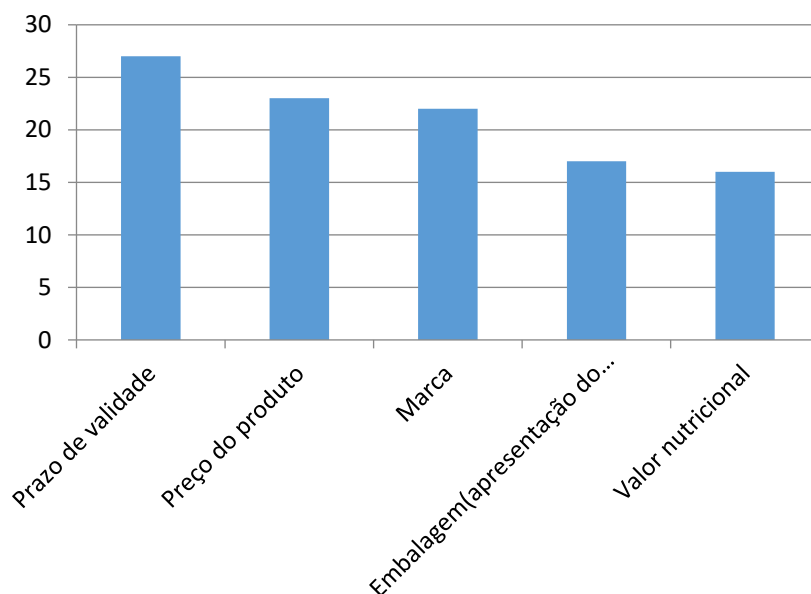


Fonte: elaborado pelos autores.

Vale frisar que o sabor é um atributo que influencia fortemente a decisão de consumo na RMB. Atributos como textura/consistência, odor e coloração da carne são utilizados pelos consumidores para avaliar a qualidade dos pescados, principalmente, quando adquiridos resfriados. Já o tamanho é um atributo limitante de compra, visto que a salinidade é um dos fatores exógenos mais estudados para *Crassostrea* spp., especialmente, em ambientes estuarinos, onde existem variações importantes. No Brasil, os locais de salinidades baixas têm maior crescimento e as regiões com salinidades altas possuem maior número de larvas e as fixações larvais são contínuas (FERNANDES, 1975; NASCIMENTO et al., 1980; POLI et al., 1986).

A Figura 6 mostra os fatores de decisão do consumidor ao escolher a ostra, que vai desde o prazo de validade, preço do produto, marca, embalagem (apresentação) e o valor nutricional. Considerando que grande parte do consumo advém do produto in natura, sendo sua venda realizada sem embalagens, nesta pesquisa, o valor nutricional, normalmente apresentado em rótulos e no qual este produto não dispõe na venda local apresentou último caso de escolha.

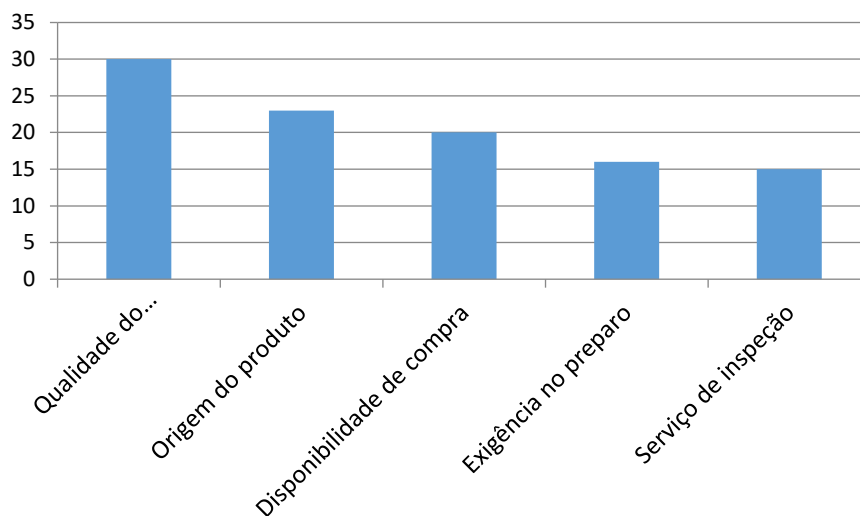
Figura 6 – fatores de decisão do consumidor



Fonte: Elaborado pelos autores.

A Figura 7 mostra os fatores de decisão de compra do consumidor/cliente que são: qualidade do produto, origem do produto, disponibilidade de compra, exigência no preparo e Selos de Inspeção (SI). Apesar do consumidor estar atento à qualidade do produto, não há SIE (Selo de Inspeção Estadual) ou SIF (Selo de Inspeção Federal) das ostras produzidas no estado do Pará, portanto, atributo de menor relevância. Vale frisar que o Brasil ainda não está apto a exportar moluscos bivalves, pois não se enquadra aos moldes internacionais de segurança e qualidade alimentar requeridos (EPAGRI, 2012; MPA, 2013).

Figura 7 – Fatores de decisão de compra

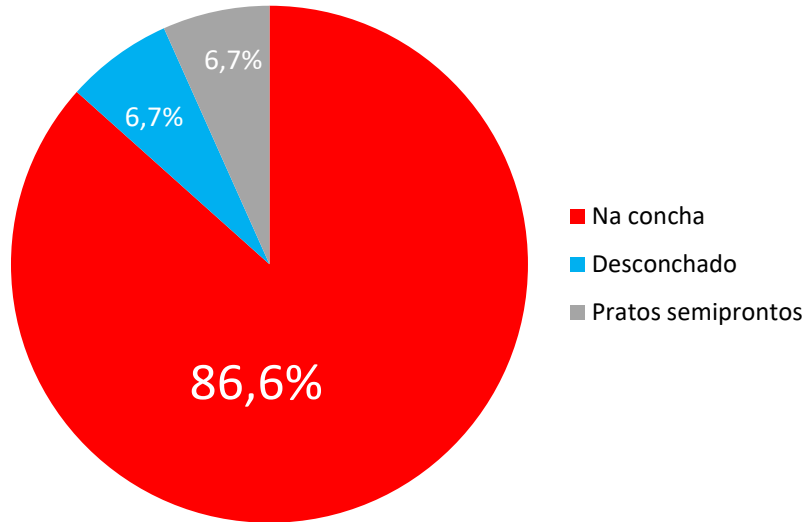


Fonte: Elaborado pelos autores.

Com isso, algumas iniciativas visando o ordenamento efetivo da atividade e uma comunicação entre órgãos governamentais que dividem a responsabilidade do usufruto dos recursos naturais em âmbito nacional, começaram a ser intensificadas. Pode-se citar o desenvolvimento de políticas voltadas à construção de indicadores de produção que vêm para facilitar a padronização do processo produtivo de moluscos bivalves, como foi o caso do Programa de Certificação das Ostras da Grande Florianópolis, lançado em 2007 pela SEAP/PR em parceria com a EPAGRI/SC; o Código de Conduta para o Desenvolvimento Sustentável e Responsável da Malacocultura Brasileira, lançado em 2009 pela SEAP/PR; e o Programa Nacional de Controle Higiênico-sanitário de Moluscos Bivalves (PNCMB) lançado em 2012 pelo MPA, entre outros (MPA, 2013)

A Figura 8 mostra a forma como os consumidores gostam de comprar as ostras, sejam elas na concha ou desconchadas e até mesmo em pratos semiprontos.

Figura 8 – Tipo de consumo de ostras



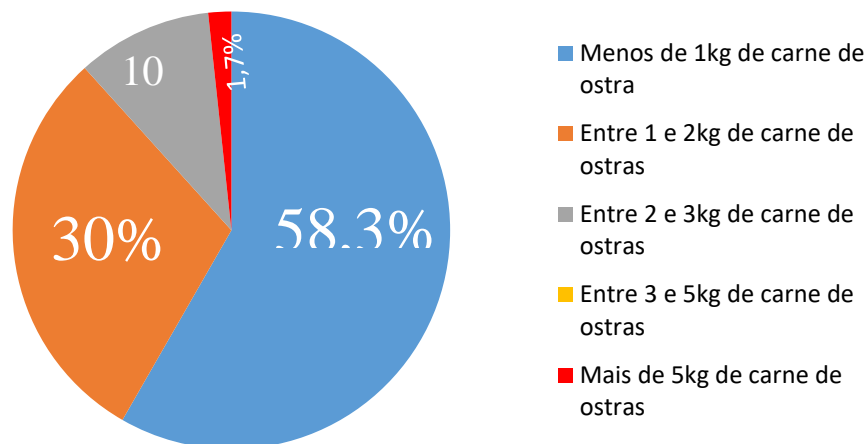
Fonte: elaborado pelos autores.

A carne de ostra desperta deleite no pescador humilde de paladar pouco treinado para especiarias nobres e nos chefs franceses e gourmets de sentidos apuradíssimos. Contudo, a maneira mais difundida de saboreá-la é ao natural. A carne leitosa, gelada e viva escorrega sobre a língua impregnando a mucosa com um gosto suave - dividido entre o adocicado e o salgado. As mais novas, com até sete meses de cultivo, são lembradas apenas pela sensação que despertam, pois não deixam o sabor fixar na boca, instigando a ingestão de outras porções. E as que excedem esse período têm sabor marcante e tamanho ideais, para o preparo de receitas.

O modo de conservação em que os clientes gostam de adquirir seus produtos, sejam eles resfriados (13,3%) ou congelados (86,7%).

A Figura 9 mostra a quantidade, em quilos, de ostras consumidas pelos consumidores/clientes anualmente na região metropolitana de Belém. A opção de consumo que varia entre 3 e 5 kg não obteve nenhuma escolha, ficando assim com 0% e o consumo com mais escolhas foi de menos de 1 kg anualmente com 58,3%.

Figura 9 – Consumo de ostra anualmente na Região Metropolitana de Belém

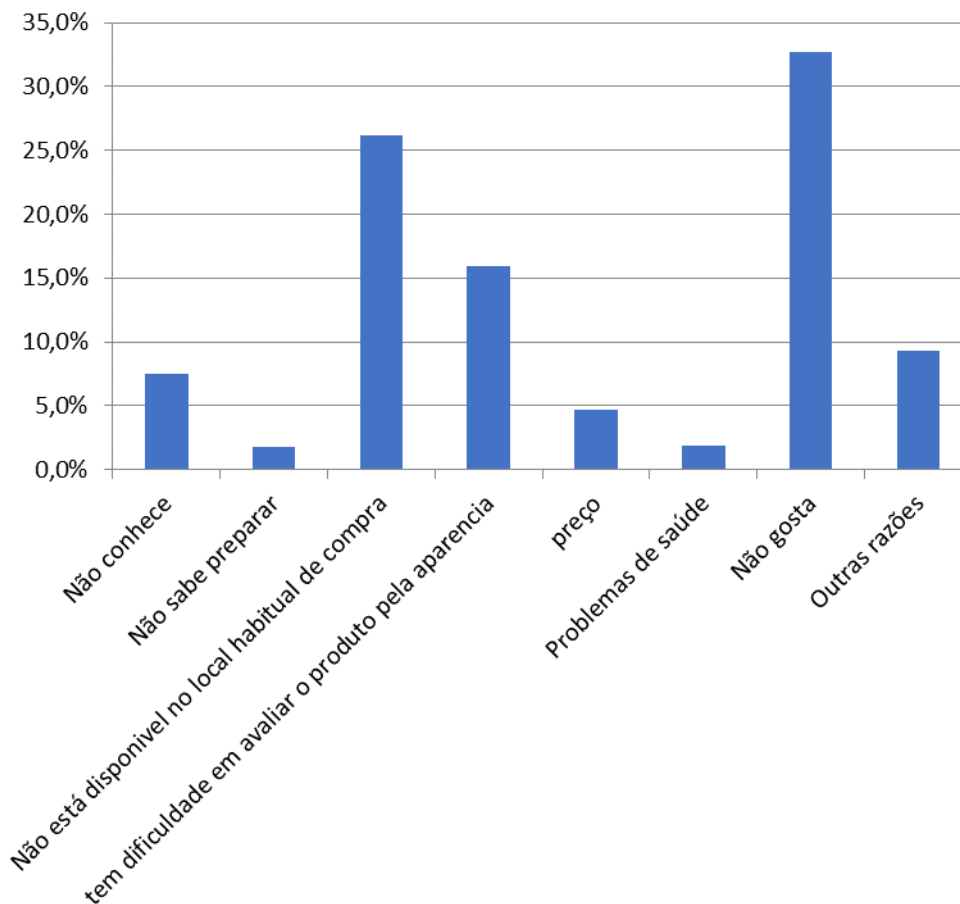


Fonte: elaborado pelos autores.

No Pará, a produção registrada é incipiente e subestimada (BRABO et al., 2016; CHAGAS e HERMANN, 2016), sendo, frequentemente, realizada como atividade complementar de renda e subsistência de pequenos pescadores, com poucos registros sobre a comercialização desses produtos, apesar de algumas regiões possuírem características ambientais favoráveis (MACEDO et al., 2016), com destaque para a qualidade da água e salinidade. Um dos motivos para o baixo consumo por pessoa é a existência de dificuldade de aquisição e de conservação dos moluscos.

Os dados, a seguir, vão mostrar os resultados obtidos sobre o motivo de não consumirem ostras (Figura 10) e os dados socioeconômicos dos entrevistados. As opções que foram dadas aos entrevistados foram 8 no total e são elas: Não conhece, não sabe preparar, não está disponível no local habitual de compra, tem dificuldade em avaliar o produto pela aparência, preço, problemas de saúde, não gosta e outras razões. A opção com mais motivos para não consumir ostra escolhida foi de que os clientes não gostam do produto.

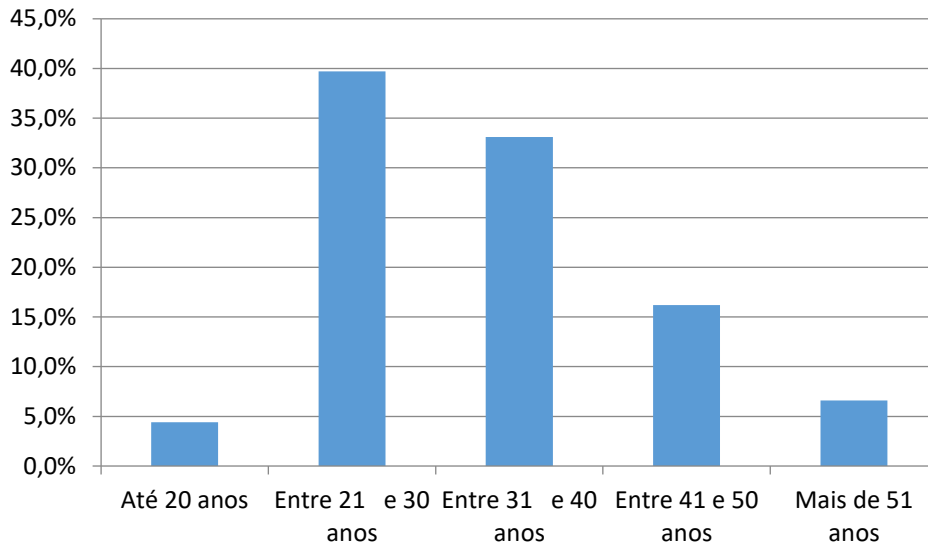
Figura 10 – Motivo para não consumir ostras



Fonte: elaborado pelos autores.

Quanto ao sexo dos entrevistados, a maioria foi do sexo feminino com 54,8%, enquanto o gênero masculino obteve 45,2%. A Figura 13 mostra a faixa etária dos consumidores/clientes. São pessoas com grande amplitude, entre 20 anos até a opção com mais de 51 anos de idade. O maior consumo está na faixa etária entre 21 e 30 anos de idade (Figura 11).

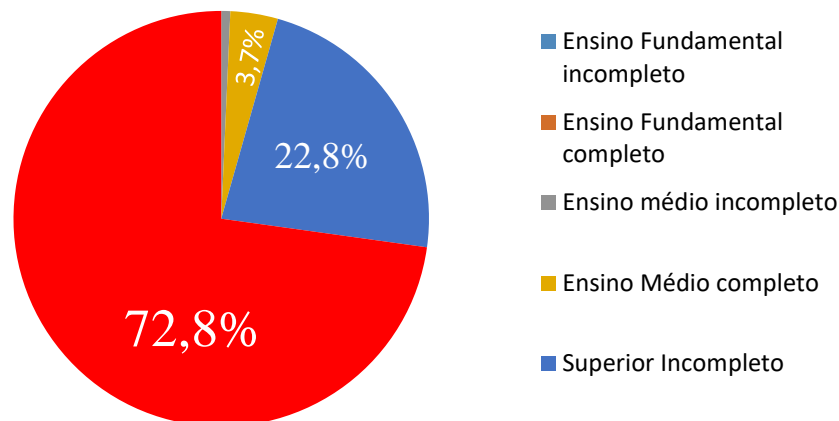
Figura 11 – Faixa etária do entrevistado



Fonte: elaborado pelos autores.

A Figura 12 mostra o gráfico do nível de escolaridade dos entrevistados, as opções são: ensino fundamental incompleto, ensino fundamental completo, ensino médio incompleto, ensino médio completo, ensino superior incompleto e ensino superior completo. As opções de ensino fundamental incompleto e completo não obtiveram escolha, ficando assim com 0%. O maior índice de escolaridade entre os entrevistados foi de ensino superior completo com um total de 72,8%, o menor índice ficou com o ensino médio incompleto com 0,7%.

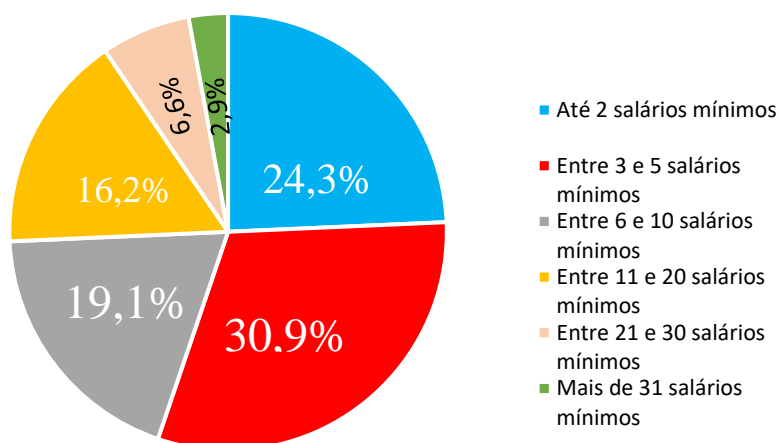
Figura 12 – Nível de escolaridade dos entrevistados



Fonte: elaborado pelos autores.

A Figura 13 mostra o gráfico da renda familiar dos entrevistados, no qual quem mais consome são famílias com renda entre 3 e 5 salários mínimos com 30,9%.

Figura 13 – Renda familiar



Fonte: elaborado pelos autores.

O perímetro de moradia dos entrevistados, seja no perímetro urbano ou rural, demonstra que o maior índice foi no perímetro urbano, com 97,8%, enquanto o perímetro rural ficou com 2,2% de pessoas entrevistadas.

Considerações Finais

O Pará vem em uma crescente quanto à produção de ostras pelas comunidades, visto que é apenas um complemento na renda familiar. O Estado de Santa Catarina é o maior produtor de ostras do Brasil e o segundo maior produtor da América Latina. Florianópolis e Palhoça produzem cerca de 90% da produção do estadual.

A RMB tem um índice baixo no consumo de ostras, visto que apenas 38,6% dos entrevistados consomem o bivalve. Por não terem o hábito de consumo, o morador da RMB

contribui pouco para o produtor, pois consome poucas vezes ao ano ou somente em ocasiões especiais, enquanto em Santa Catarina os restaurantes, peixarias e supermercados locais vendem para milhares de pessoas.

Ao não possuir tal hábito alimentar, a ostra é apenas um aperitivo e não é consumida como prato principal de almoço ou janta, visto o desconhecimento como produto de sabor agradável e de suas outras possibilidades de consumo fora in natura. O modo mais consumido é in natura, mas nas mãos de um grande chef pode ser apreciado de muitas formas como ao bafo, ao vinagre, ensopado, rizoto e outras formas que agradam ao paladar do consumidor final.

O morador da RMB, quando consome, costuma comprar em praias e restaurantes, tendo como maior fator de importância na hora da escolha o sabor e o odor; quanto ao tamanho, o consumidor não leva tanto em consideração. Outro fator na hora de consumir o produto é o prazo de validade, visto que a ostra tem que chegar com qualidade e bem conservada ao consumidor final. Quanto à espécie (marca), embalagem e valor nutricional, poucos consumidores procuram saber sobre tais assuntos.

O fator de decisão de compra leva em consideração a qualidade do produto (aspecto visual), origem do produto e disponibilidade de compra como os mais fundamentais na hora da aquisição. As pessoas gostam de consumir o produto na concha e quanto ao modo de conservação preferem o produto congelado.

As pessoas que não consomem ostras levaram em consideração o motivo de não gostar do produto, seguido do motivo de não estar disponível no local habitual de compras e dificuldade em avaliar o produto como fatores principais por não consumirem.

A parte socioeconômica mostrou que 54,8% dos entrevistados são do sexo feminino, e a faixa etária dos entrevistados atingiu 72,8% entre as idades de 21 a 40 anos, o nível de ensino atingiu 72,8% com ensino superior completo, a renda familiar entre 3 a 5 salários mínimos e 97,85 moram em área urbana.

A partir da análise de todos os dados, verificou-se que na RMB, o consumo de ostra é baixo no decorrer do ano e tem como principais fatores a renda familiar, visto que os maiores consumidores ganham acima de 3 salários mínimos e frequentam áreas litorâneas e restaurantes, também possuem o nível escolar alto, com nível superior completo.

Sugiro que o Governo Estadual, junto com as comunidades produtoras de ostras e os comerciantes façam eventos anuais para difundir a produção e pessoas com baixa renda

possam usufruir de tais iguarias, assim, o comércio local cresce e o produto passa a ser mais apreciado no Estado, divulgando a produção de mariscos.

Referências

- BARNI, E. J.; SILVA, M. C.; ROSA, R. C. C.; OGLIARI, R. A. **Estudo do mercado de mexilhões em São Paulo, Curitiba e Porto Alegre**. Epagri Documento, 210. Florianópolis: Epagri, 2003.
- BRABO, M. F., PEREIRA, L. F. S., SANTANA, J. V. M., CAMPELO, D. A. V., VERAS, G. G. Cenário atual da produção de pescado no mundo, no Brasil e no estado do Pará: ênfase na aquicultura. **Acta Fish**, v. 4, n. 2, p. 50-58, 2016.
- BRANDINI, F.P., SILVA, A. S.; PROENÇA, L. A. O. Oceanografia e maricultura. In: VALENTI, W.C., POLI, C.R., PEREIRA, J.A., BORGHETI, J.R, **Aquicultura no Brasil: Bases para um desenvolvimento sustentável**. Brasília: CNPq/ Ministério da ciência e tecnologia, p. 107-141. 2000
- CHAGAS, R. A.; HERMANN, M. Estimativas de crescimento de bivalves tropicais e subtropicais: recomendação para um método padronizado. **Acta Fish**, v. 4, n. 2, p. 28-38, 2016.
- COCHOY, F. Les effets d'un trop plein de traciabilité. **Recherche**, n. 339, p. 66-68, 2001.
- EPAGRI. **Síntese Informativa da maricultura catarinense**. Epagri, 2012. Texto técnico. Disponível em: <http://cedap.epagri.sc.gov.br>. Acesso em: 28 nov. 2013.
- FAO - FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS. **The state of world fisheries and aquaculture: opportunities and challenges**. Roma: FAO, 2014.
- FARIAS FILHO, M. C; ARRUDA FILHO, EMILIO J. M. **Planejamento da Pesquisa Científica**. São Paulo: Ed. Atlas, 2013.
- FERNANDES, L. M. B. **Aspectos Físio-ecológicos do Cultivo da Ostra do Mangue *Crassostrea rhizophorae* (goulding, 1828)**. Influência da Salinidade. 1975. 81 p. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo (USP). São Paulo, 1975.
- GRADVOHL, M. P. G. M. **Avaliação técnico-financeira de um cultivo da ostra-do-mangue *Crassostrea brasiliensis* (LAMARCK, 1818) na comunidade de Graciosa, município de Taperoá, Bahia**. 2014. 73 p. Dissertação (Mestrado em Ciências Marinhas Tropicais) – Universidade Federal do Ceará (UFC). Fortaleza, 2014.
- HOSHINO, P. **Avaliação e comparação de projetos comunitários de ostreicultura localizados no Nordeste Paraense. 2009. 99 p. Dissertação (Mestrado em Ecologia Aquática e pesca) – Universidade Federal do Pará (UFPA)**. Belém. 2009.
- IBGE. Área territorial oficial. Resolução Nº 01, de 28 de junho de 2018.
- MACEDO, A. R. G., SILVA, F. L., RIBEIRO, S. C. A., TORRES, M. F., SILVA, F. N. L., MEDEIROS, L. R., Perfil da ostreicultura na comunidade de Santo Antônio do Urindeua, Salinópolis, Nordeste Do Pará/Brasil. **Observatorio de la Economía Latinoamericana**, v. 217, p. 29-39, 2016.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing**. Edição Compacta. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MINISTÉRIO DA PESCA E AQUICULTURA – MPA. **Censo aquícola nacional - 2008**. Brasília: MPA, 2013. 336 p.

MONTANINHI-NETO, R. **Influência de variáveis ambientais sobre o desenvolvimento de ostras *Crassostrea (SACCO, 1897)* na baía de Guaratuba, Brasil**. 2011. 64 p. Dissertação (mestrado em Ciências Veterinárias) – Universidade Federal do Paraná (UFPR). Curitiba, 2011.

NASCIMENTO, I.A., PEREIRA, S.A., SOUZA, R.C. Determination of the optimum comercial size for the magrove oysters *Crassostrea rhizophorae* in Todos os Santos Bay, Brazil. **Aquaculture**, v. 20, p.1-8, 1980.

POLI, C.R., POIL, A.T., SILVEIRA, J.R.N., MAGALHÃES, A. R. M. Sobrevivência de *Crassostrea rhizophorae* (Guilding, 1828), exposta ao ar em diferentes temperaturas. In: SEMINÁRIO SOBRE CIÊNCIAS DO MAR, I, 1986. Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: UFSC, 1986.

PORTELLE, D.; HAEZEBROECK, V.; RENAUVILLE, R. et al. Meat channel traceability. **Biotech. Agron. Soc. Environ.**, v. 4, p. 233-240, 2000.

ROBBS, C.P.K. **Resfriamento de sementes *Crassostrea gigas* (Thunberg,1795) como subsídio ao manejo e à comercialização na região de Florianópolis, SC – Brasil**. 2000. 28 p. Dissertação (Mestrado em aquicultura) – Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Florianópolis, 2000.

SEBRAE. **Ideias de Negócios criação-de-ostra**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-um-negocio-para-criacao-de-ostras,86387a51b9105410VqnVCM1000003b74010aRCRD>. 2018. Acesso em: 28 nov. 2018.

SEBRAE. Nossa Pérola. **Revista Movimento (Publicação Institucional do Sebrae no Pará)**, Rio Grande do Sul, ano 1, n. 1, p. 26-28. Jan./Mar. 2014.

SUPLICY, F. M. **Plano Estratégico para Desenvolvimento Sustentável da Maricultura Catarinense (2018- 2028)**. Florianópolis: Epagri, 2018.