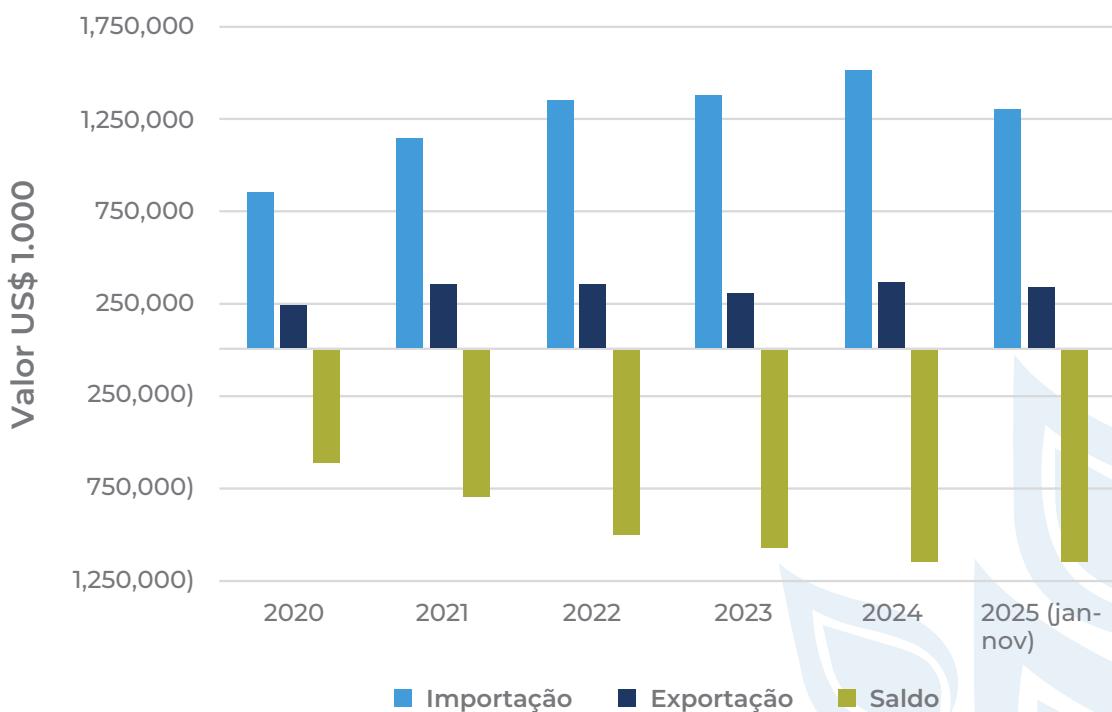


MERCADO NA AQUICULTURA: O DESAFIO DE ACOMPANHAR SEU DINAMISMO

A produção de pescados no Brasil vem crescendo ano a ano, principalmente como resultado da expansão da aquicultura. Apesar disso, o país continua na ten-

dência de crescente déficit na sua balança comercial de pescado, que gira ao redor de US\$ 1 bilhão ao ano, indicando a força de consumo desse mercado.

Balança comercial de pescados do Brasil



Fonte: Comex Stat(2025)

Atualmente, comercializar os produtos agropecuários de forma a alcançar o resultado econômico esperado provavelmente seja o maior desafio da grande maioria dos produtores rurais no país. Na aquicultura, a realidade não é diferente, o mercado apresenta instabilidades frequentes, com fortes demandas sazonais (Quaresma, por exemplo) e oscilações de preços, afetados por inúmeros fatores.

O consumo de pescado no Brasil cresceu nas últimas duas décadas, mas ainda é considerado baixo (próximo de 10 kg/pessoa/ano), metade da média mundial. Por outro lado, quando perguntado, o consumidor brasileiro expressa o desejo de consumir mais pescado, por considerar um alimento saudável e nobre, porém classifica o pescado como um alimento “caro”. Uma das origens dessa percepção é o fato de a maioria dos consumidores terem pouca familiaridade com o preparo do pescado em casa, consumindo esse alimento “fora do lar”, sobretudo em restaurantes. Assim, o maior valor agregado dessa via de consumo acaba criando a impressão de que o pescado é um alimento de custo mais elevado.

Esse cenário já dá alguns indicativos sobre a demanda e suas tendências, ou seja, se

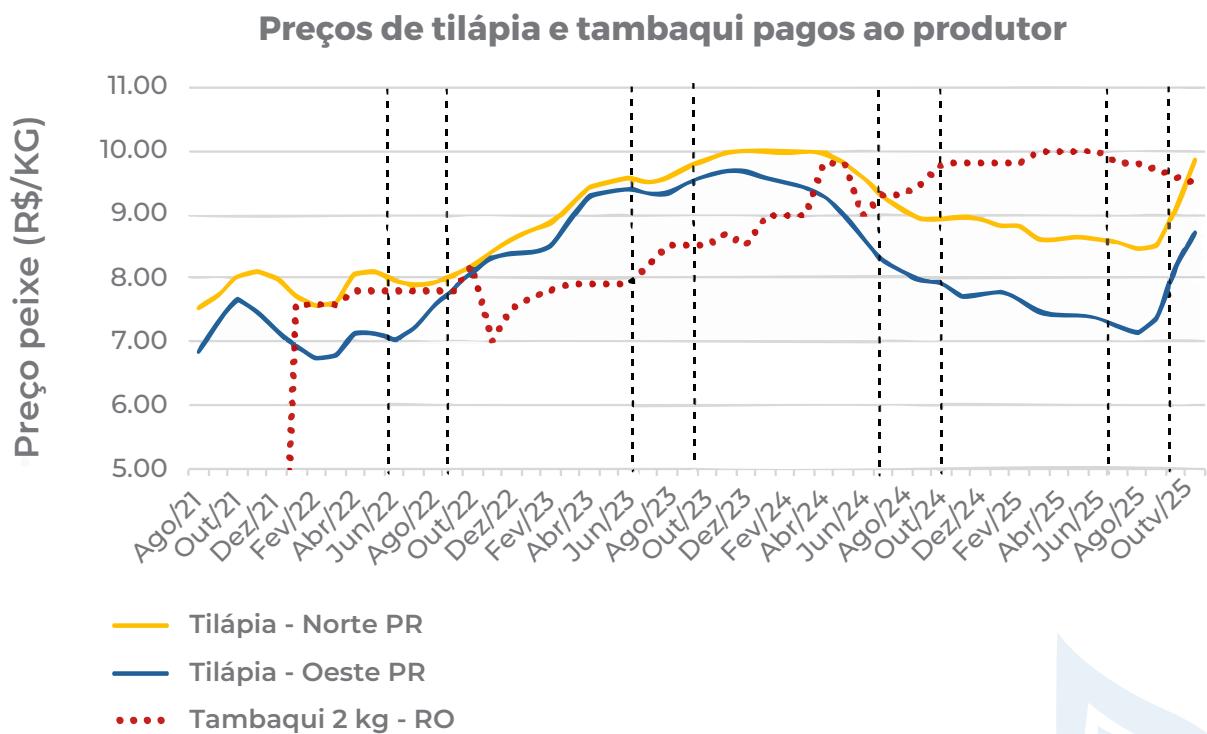
muitos consumidores não sabem ou tem receio de preparar o pescado em casa, o primeiro apontamento é para a necessidade de aumentar a oferta de produtos prontos ou semiprontos saudáveis ao consumo e, paralelamente, “ensinar” o consumidor a preparar o pescado em casa.

Nesse exemplo, percebe-se a lógica que deve ser usada para analisar o comportamento e tendências do mercado, que servirão de base para as estratégias a serem aplicadas no planejamento da produção e nas vendas. É sabido que fatores como a oferta e preço de outras proteínas animais afetam a demanda e o preço do pescado. Outros fatores como o hábito de consumo e o clima também afetam essa demanda, como ilustraremos a seguir.

Por exemplo, nas regiões Sudeste e Sul do país, de junho a agosto, a temperatura ambiente tem significativa queda e, com isso, observa-se uma mudança no tipo de alimentação de muitos consumidores onde, cresce a preferência por caldos, cozidos e sopas, onde o pescado tem pequena participação. Já nas regiões mais quentes, como no Norte do país, onde a variação na temperatura ambiente é pequena, o hábito de consumo do pescado praticamente não muda ao longo do ano.

O gráfico a seguir ilustra o comportamento de queda de preço da tilápia paga ao produtor no Paraná nos meses mais frios do ano, ao passo que o tambaqui produzi-

do em Rondônia, bastante consumido na região Norte, não apresenta a mesma tendência.

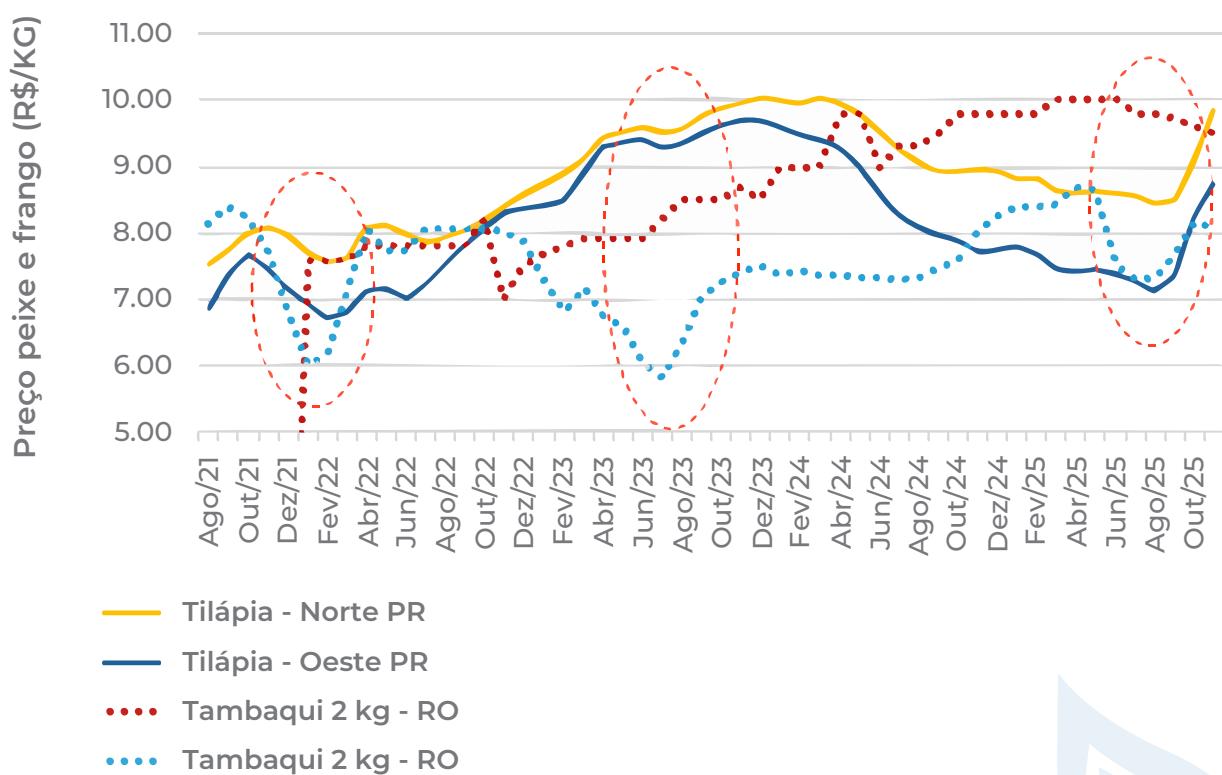


Fonte e Elaboração: CNA à partir de dados do Cepea, Agrofish e Acripar (2025).

Por outro lado, temos que considerar que o clima é apenas um dos fatores que influenciam o consumo, o que não significa que determinará o comportamento do mercado sozinho.

Outra interação a ser observada é quanto ao preço de outras proteínas, ao exemplo do frango, como ilustrado a seguir. É possível notar que, em alguns períodos, o comportamento do preço do peixe acompanha o do frango, demonstrando a interação entre eles no mercado.

Preço de venda de algumas proteínas no mercado



As recentes importações de filé de tilápia congelada pelo Brasil também acendeu um alerta quanto à competição desses produtores no mercado nacional, considerando ainda que a variação de preço dos importados também impacta nas cotações nacionais, apesar de ainda representarem um volume pequeno.

Além dos fatos ilustrados, há inúmeros outros que afetam a demanda e o preço do pescado no mercado, como: importação e exportação de pescados, variação dos preços dos insumos (ex.: soja e milho), taxa de câmbio, produção de pescados em outros países concorrentes do Brasil, poder de compra do consumidor, entre outros.

Como as condições de mercado são influenciadas pela combinação de todos os fatores mencionados, prever a dinâmica do mercado é uma tarefa bastante complexa.

Por isso, é necessário que toda a cadeia de produção do pescado, em especial os aquicultores, estejam preparados para monitorar continuamente o máximo de informações possível sobre o mercado e os fatores mais impactantes a eles.

E, com base nas informações obtidas, é fundamental que os produtores apliquem estratégias como escalar a produção para reduzir a oferta no período de menor

demandas, ter instrumentos para flexibilizar a produção e se ajustar ao mercado e desenvolver formas de diferenciação dos produtos por meio de certificações, criação de marcas e identidades (ex.: indicação geográfica) para fidelizar os consumidores e acessar novos mercados.

Dessa forma, apesar de desafiador, monitorar e acompanhar o comportamento do mercado, não só do pescado, mas das outras proteínas e os principais fatores que influenciam na sua demanda e preço é ponto crucial para a sustentabilidade dos negócios aquícolas.