

# MERCADO DE FILÉS DE TILÁPIA NA CIDADE DE SÃO JOSÉ DO RIO PRETO, ESTADO DE SÃO PAULO<sup>1</sup>

Isadora Mendes Silva<sup>2</sup>  
Vinicius Bergamini da Silva<sup>3</sup>  
Helenice Pereira de Barros<sup>4</sup>  
Giovani Sampaio Gonçalves<sup>5</sup>  
Antônio Fernando Leonardo<sup>6</sup>

## 1 – INTRODUÇÃO

A aquicultura vem se destacando nas últimas décadas como uma atividade competitiva e sustentável na produção de alimentos saudáveis, com contribuição relevante para geração de emprego e renda, bem como redução da pobreza e da fome em várias partes do mundo. As atividades aquícolas geraram impactos tão abrangentes no aspecto econômico-social que essa experiência passou a ser chamada de “revolução azul”, em alusão à experiência com a “revolução verde”, que proporcionou grandes transformações na atividade agropecuária e no modo de vida da população a partir da década de 1950 (SIQUEIRA, 2017).

Segundo Siqueira (2017), os avanços observados nas atividades relacionadas à “revolução azul” proporcionaram uma nova perspectiva para o desenvolvimento mundial com bases sustentáveis, por meio da criação de espécies aquáticas em sistemas controlados ou semicontrolados. Assim, a atividade aquícola tem garantido cada vez mais a presença do peixe na mesa do consumidor. Enquanto muitos estoques pesqueiros naturais já se encontram em seu limite máximo de exploração, a produção de pescado em cativeiro (aquicultura) tem aumentado muito nos últimos anos.

Os avanços da aquicultura nos últimos 30 anos foram ocasionados por novas técnicas de produção (intensiva, superintensiva, utilização de espécies geneticamente melhoradas, rações com alta qualidade nutricional, vacinas, adoção

de boas práticas de manejo e a industrialização do pescado).

A produção brasileira de peixes advindos da piscicultura, no ano de 2019, foi de 758.000 mil toneladas, tendo crescido 4,9% segundo o Anuário de Piscicultura da Associação Brasileira de Piscicultura (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PISCICULTURA, 2020). Ainda, segundo o mesmo Anuário, o Brasil nesse mesmo ano produziu 432.149 mil toneladas de tilápia-do-nylo (*Oreochromis niloticus*), colocando o país entre os quatro maiores produtores do mundo. O estado de São Paulo obteve o segundo lugar na produção nacional naquele ano, com 64.900 toneladas.

Segundo Carvalho e Lemos (2009), o consumo de carne de peixe é baixo, comparado com outras carnes consumidas representando apenas 5%. Conforme o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2014), o brasileiro consome em média 9,5 kg/hab./ano, enquanto a média mundial é de mais de 20 kg/hab./ano. Por sua vez, a Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO) recomenda que o ser humano faça a ingestão de 12 kg/hab./ano (FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS, 2015).

Um dos indicadores de baixo consumo dessa proteína animal é a falta de praticidade padronização do produto (CARVALHO; LEMOS, 2009). Esse fato já não ocorre mais devido ao grande número de produtos oriundos de pescado no mercado.

<sup>1</sup>Registrado no CCTC, IE-17/2020.

<sup>2</sup>Engenheira Agrônoma, bolsista PIBIC CNPq, Instituto de Pesca (e-mail: isadoramendes154@gmail.com).

<sup>3</sup>Tecnólogo do Agronegócio, bolsista PIBIC CNPq, Instituto de Pesca (e-mail: vinicius.bergamini@hotmail.com).

<sup>4</sup>Bióloga, Doutora, pesquisadora científica do Instituto de Pesca (e-mail: helenice.barros@sp.gov.br).

<sup>5</sup>Zootecnista, Doutor, pesquisador científico do Instituto de Pesca (e-mail: giovani.goncalves@sp.gov.br).

<sup>6</sup>Biólogo, Doutor, pesquisador científico do Instituto de Pesca (e-mail: antonio.leonardo@sp.gov.br).

Atualmente se encontram inúmeros produtos, como filés, postas, iscas empanadas e produtos gourmetizados de fácil preparo. Conhecer o mercado de tilápia permite entender o comportamento e as exigências do cliente final da cadeia, identificar os gargalos e, assim, auxiliar no sentido de orientar as estratégias das empresas fornecedoras de tais produtos (PLANELLO et al., 2016).

Hoje a produção de carne de tilápia está voltada para o mercado de filés, devido à grande diversificação de empreendimentos no ramo alimentício que utilizam esse produto (hospitais, escolas, restaurantes, hipermercados, supermercados). Em 2014, outro ramo da cadeia de alimentos que impulsionou o mercado com a compra de filés de tilápia foram os *food trucks*, que oferecem em seus cardápios comidas diferenciadas a um novo grupo de consumidores.

## 2 – OBJETIVO

O objetivo deste trabalho foi conhecer o potencial da comercialização de filés de tilápia em hipermercados, supermercados, restaurantes e *food trucks*, identificando o número de estabelecimentos que comercializam e compram esse produto, bem como o preço dele.

## 3 – MATERIAIS E MÉTODOS

O município de São José do Rio Preto foi eleito por se tratar da maior cidade do noroeste paulista, além de ser um grande polo de geração de riqueza para essa região, bem como para o estado de São Paulo. Foi realizada uma setorização da cidade em três áreas (zona norte, zona sul e região central) para verificar se haveria diferenças relevantes no perfil no consumidor.

O experimento teve início em agosto de 2019 durante cinco meses (agosto a dezembro), totalizando 20 semanas em que foram realizadas visitas nos locais selecionados.

Foi empregada a pesquisa descritiva direta, de caráter quantitativo, seguindo a metodologia de Silva et al. (2011), havendo um acréscimo neste trabalho de dois itens: formas de conservação de produtos e embalagens.

Para a identificação, descrição dos locais de comercialização do produto e preços prati-

cados, uma pesquisa de campo foi realizada e aplicada nas principais redes de hipermercados e supermercados, restaurantes e *food trucks* do município de São José do Rio Preto. Todos os dados foram inseridos em uma planilha eletrônica do Excel, observando-se os seguintes parâmetros:

a) Selo de inspeção: Serviço de Inspeção Municipal (SIM); Serviço de Inspeção de Produtos de Origem Animal Estadual (SISP); e Serviço de Inspeção Federal (SIF);

b) Informações no rótulo necessárias em um produto, segundo Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA): origem do produto, lote e prazo de validade, conteúdo líquido, tabela nutricional (valor energético em Kcal e kJ, carboidratos, proteínas, gorduras totais, gorduras saturadas, gorduras trans, fibra alimentar e sódio) e alergênicos;

c) Preço médio por quilograma de filé vendido nas gôndolas dos hipermercados e supermercados para o consumidor; e

d) formas de conservação e tipos de embalagens.

## 4 – RESULTADOS E DISCUSSÃO

No levantamento exploratório por meio de ferramenta de busca em *sites*, foram encontrados: 14 unidades de hipermercados (desses, 6 foram enquadrados como atacadistas), 25 unidades de supermercado, 14 peixarias e 45 estabelecimentos comerciais que tinham peixes no cardápio, sendo 41 enquadrados como *food trucks* e 4 como restaurantes, totalizando 98 estabelecimentos.

A abordagem aos 41 *food trucks* e 4 restaurantes levantados nos bancos de dados virtuais foi diferenciada, de modo não presencial (entrevista via telefone), para não atrapalhar a rotina de trabalho do dia a dia.

### 4.1 – Formas de Conservação

Em relação à conservação dos produtos, foram encontradas duas formas de comercialização, resfriado ou congelado. Os produtos frescos foram considerados resfriados. Foi possível verificar que a maioria dos produtos, totalizando 47, são comercializados congelados e apenas 9 resfriados.

A data de validade dos produtos também está atrelada à forma de conservação, sendo os congelados mais duráveis, com validade de um ano depois de embalado, e os resfriados com prazo de validade de no máximo 20 dias depois de embalado.

A quantidade de produtos congelados é maior que a dos produtos resfriados em todos os estabelecimentos comerciais do presente estudo, corroborando com os resultados de Planello et al. (2016), que relatam em seu trabalho que o consumo de tilápia pelos paulistas é de, preferencialmente, 47% na forma de filé sem pele e congelado, 36% em filé sem pele e fresco, e apenas 14% de tilápia inteira.

#### 4.2 – Embalagens

Foram identificados quatro tipos de produtos vendidos ao consumidor final, que são: 1) tilápia inteira eviscerada, 2) posta de tilápia, 3) filé de tilápia resfriada; e 4) filé de tilápia congelada. Em todos os estabelecimentos comerciais foram encontrados produtos oriundos de tilápias, exceto um que só comercializava peixes marinhos.

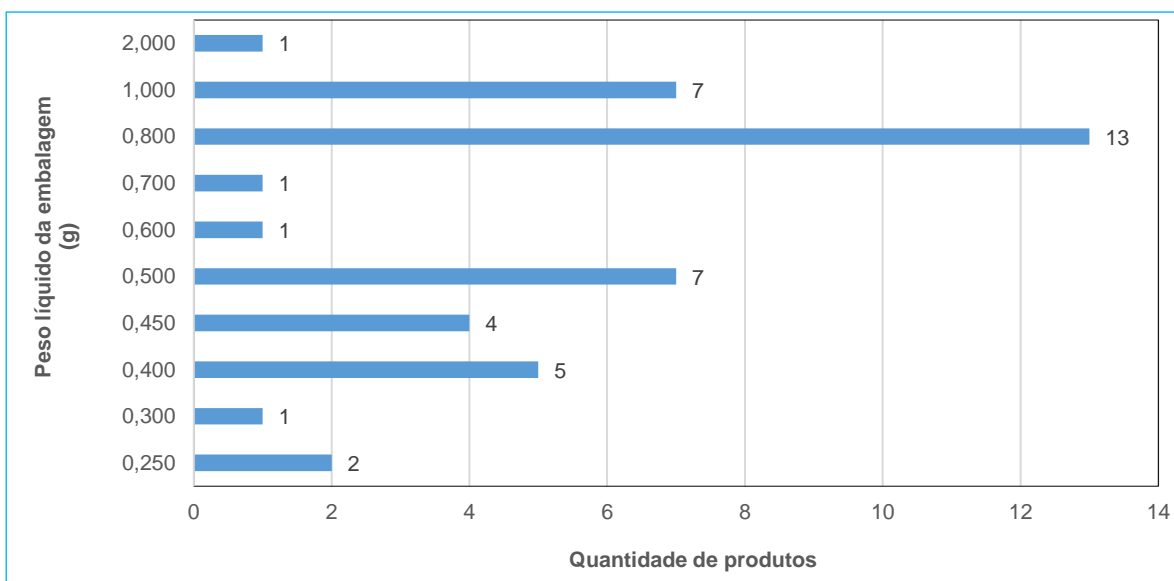
Foram identificados 56 tipos de embalagens. Destes 14 tipos eram comercializados nas peixarias a granel ou fresco. As outras 42 embalagens (filés, postas e peixe eviscerado) eram de 22 marcas comerciais diferentes (Figura 1). Uma mesma marca apresentou produtos com diferentes embalagens para todos os tipos de consumidor, com uma variação de peso líquido (0,250 a 2 kg).

Neste trabalho todos os rótulos encontrados estão de acordo com as normas da ANVISA, o que difere do trabalho de Planello et al. (2016), que encontraram em seu estudo produtos oriundos de tilápia sem a padronização na embalagem das normas da agência reguladora.

#### 4.3 – Produtos de Tilápia

Analisando-se os produtos encontrados (filé, posta e eviscerada), a média de preço foi de R\$35,13/kg, cujo preço máximo foi de R\$66,62 (filé congelado) e o mínimo de R\$10,90 (tilápia inteira eviscerada).

A tabela 1 mostra os preços médios, máximo e mínimo por quilograma, em cada forma de comercialização.



**Figura 1** – Quantidade de produtos disponíveis de acordo com o peso líquido da embalagem, município de São José do Rio Preto, estado de São Paulo, 2019.

Fonte: Dados da pesquisa.

TABELA 1 – Preço médio, máximo e mínimo, de acordo com a forma de comercialização e conservação da tilápia, município de São José do Rio Preto, estado de São Paulo, 2019 (R\$/kg)

Forma de comercialização	Preço médio	Preço máximo	Preço mínimo
Filé congelado	41,28	66,62	28,63
Filé resfriado	39,43	63,80	27,89
Posta congelada	16,54	21,29	16,03
Posta resfriada	16,03	17,18	14,88
Tilápia inteira eviscerada	10,90	10,90	10,90

Fonte: Dados da pesquisa.

#### 4.3.1 – Tilápias inteira eviscerada

Quando comparados os valores deste trabalho em 2019 do peixe fresco eviscerado no varejo com o trabalho de Planello et al. (2016) e Barroso, Munoz e Lima (2017), pode-se observar que há uma variação de preço ao longo desses quatro anos, de R\$7,63 do quilograma do peixe eviscerado em 2016, de R\$14,48 em 2017, e de R\$10,90 em 2019. Essa variação de preço ao longo dos anos pode ser benéfica aos comerciantes e consumidores, havendo um nivelamento nos preços de compra e venda.

A tilápia, como a maioria dos pescados, pode ser considerada um “bem normal”, em termos econômicos. Um “bem normal” é aquele cuja demanda aumenta em resposta ao aumento da renda do consumidor, bem como diminui em reação à queda na renda (PLANELLO et al., 2016). Segundo o Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (2017), a indústria brasileira de tilápia é voltada para mercado interno, ou seja 99% dela é consumida no Brasil. Entretanto, esse cenário já está mudando devido à crescente exportação do produto a cada ano

#### 4.3.2 – Postas de tilápias

Em relação à comercialização de postas de tilápias congeladas e resfriadas, estes foram encontrados apenas nas regiões norte e sul, sendo ausente na região central. Entretanto, a variação de preço entre os dois produtos foi de R\$0,53/kg de peixe. Ao se analisarem os locais de comercialização, essa diferença se faz não pelo tipo de produto congelado ou resfriado, mas sim

por estratégia de comercialização de alguns hipermercados (atacadistas) e supermercados, sendo esse produto muito casual nos estabelecimentos comerciais identificados com placas “promoção” durante a semana e, consequentemente, bastante adquirido por donos de restaurantes e lanchonetes para petiscos.

Segundo Milan (2019), três fatores refletem o aumento do consumo de pescado: 1) a saúde e a busca por alimentos mais saudáveis, como no caso os peixes; 2) o aumento da faixa etária da população brasileira; e 3) apesar do período atual de recessão econômica, o consumidor ainda pode fazer escolhas e está buscando proteína animal, mas acessível em peixarias e supermercados.

Os fatores que motivam o consumo de tilápia no estado de São Paulo são: sabor suave (30%), saudável (29%), ausência de espinhas (23%) e fácil preparo (PLANELLO et al., 2016). Esses resultados corroboram com o presente trabalho, no qual foi identificado a presença de produtos oriundos da tilápia em 99% dos estabelecimentos comerciais com uma grande variedade de marcas no mercado.

#### 4.3.3 – Filés de tilápia para *food trucks* e restaurantes

Os estabelecimentos que fizeram parte deste trabalho relataram que o consumo de filés de tilápias está entre 20 kg a 50 kg semanais, e a média por estabelecimento está em 35 kg por semana, movimentando uma quantidade média de 1.575 kg de filés, com um consumo médio mensal de 6.192 kg, totalizando anualmente a quantidade

média de 74.304 kg de filés de tilápia. O preço segundo os entrevistados foi de R\$18,00 a R\$25,00 pelo quilograma dos filés de tilápias, e o preço médio por quilograma foi de R\$ 21,50.

Milan (2019) destaca que a alimentação fora do lar sempre foi um segmento fundamental para a economia brasileira, descrevendo que esse setor movimentava milhões de reais todos os anos, e também oferece no país cerca de 6 milhões de postos de trabalho diretos e indiretos.

O mercado regional também é importante e é considerado como tendência para a sustentabilidade da atividade, uma vez que reduz o preço do consumidor pelo encurtamento da cadeia; nesse caso, a distribuição é realizada por intermediários de pequeno e médio porte, sendo importantes canais de comercialização para o pe-

queno produtor que não tem volume para grandes contratos de compra e venda (BARROSO; MUNOZ; LIMA, 2017).

#### 4.4 – Diferença de Preço do Filé de Tilápia nas Três Regiões Geográficas da Cidade de São José do Rio Preto

Quando comparados os tipos de produtos ofertados nas três regiões geográficas deste estudo (zona norte, região central e zona sul), pôde-se identificar que algumas embalagens com determinado peso estavam em maior quantidade em uma região da cidade e ausente em outras. Outro fato que chama atenção são as diferenças de valores em reais pelos produtos comercializados (Tabela 2).

TABELA 2 – Diferença de produtos e de variação de preço máximo e mínimo, regiões geográficas da cidade de São Jose do Rio Preto, estado de São Paulo, 2019

Região	Embalagens	Preço mínimo (R\$)	Preço máximo (R\$)	Preço (R\$/kg)
Zona sul	250 g	9,90	14,90.	49,6
Zona norte	300 g	18,99	18,99.	63,3
Zona norte	400 g	13,49	16,98.	38,08
Zona sul		13,90	20,32	42,77
Região central	450 g	22,90	23,90	52
Zona sul		17,27	29,98	52,5
Zona norte	500 g	14,99	20,98	35,97
Região central		23,90	31,90	55,08
Zona sul		17,90	32,95	50,85
Zona norte	600 g	19,89	19,89	33,15
Zona sul		18,90	19,89	33,16
Zona norte	800 g	22,90	34,99	36,18
Região central		23,90	23,90	29,87
Zona sul		19,89	45,59	40,92
Zona norte	1.000 g	27,89	39,99	33,94
Região central		26,90	48,99	37,94
Zona sul		27,89	39,99	33,94
Zona norte	2.000 g	59,99	59,99	59,99
Zona sul		59,89	59,99	59,99

Fonte: Dados da pesquisa.

Foi possível encontrar 90% das embalagens nos estabelecimentos situados na zona sul, 77% na zona norte e 44% na região central. Essa variabilidade em termos de peso líquido é atribuída ao tipo de produto e ao tipo de estabelecimento comercial. A região central concentra o maior número de peixarias da cidade, e as zonas norte e sul concentram o maior número de hipermercados e supermercados.

Quando realizado um comparativo dos preços médios em reais por quilograma de filé comercializado, sem que fosse levado em conta se o produto era resfriado ou congelado, mas apenas em relação às localizações geográficas do trabalho, pôde-se identificar que produtos com mesmo peso são comercializados com valores diferentes nas distintas regiões de São José do Rio Preto.

A embalagem de 400 gramas de filé apresentou valor médio por quilograma de R\$14,93 na zona norte, e de R\$17,11 na zona sul. Houve uma diferença de preço de R\$2,18, que representou 12,74% entre as duas regiões. Para as embalagens de 450 gramas, foi observado que o valor médio por quilograma de filé foi de R\$23,40 na região central, e de R\$23,62 na zona sul, apresentando uma diferença de preço de 0,94%. O mesmo ocorre para filés de 600 gramas: na zona norte o valor médio foi de R\$19,89, e na zona sul, de R\$19,39, apresentando uma diferença de 2,52% entre as regiões. A embalagem de 450 gramas apresentou valor muito superior à embalagem de 400 gramas, e superior também à de 600 gramas.

Já os produtos de 250 gramas, encontrados apenas na zona sul, apresentaram diferença de preço entre estabelecimentos comerciais, sofrendo uma variação de preço de 33,56% entre um e outro. Pôde-se observar que houve uma alternância de preços em relação às localizações geográficas e ao peso líquido das embalagens.

Ao se analisarem as embalagens que mais estiveram presentes nas três regiões do estudo, pôde-se traçar outro perfil em relação aos preços médios em reais praticados nas três regiões (Tabela 3).

É possível verificar que o preço do quilograma de tilápia na zona norte, de maneira geral, é mais acessível em relação à zona sul e à região central. Entretanto, as zonas norte e sul apresentaram preços mais concorrentes e competitivos em relação à região central. Na região norte existe um número expressivo de hipermercados e supermercados atacadista, o que possibilita uma concorrência maior em termos de preços.

Os valores da zona norte para comercialização de filés de 500 gramas mostraram-se inferiores aos preços praticados na zona sul e na região central, representando uma diferença de preço de 29,59% (zona sul) e 35,85% (região central). Já para a embalagem de 800 gramas, ocorreu uma inversão nos valores, já que a região central apresentou menor preço de 17,42% em relação à zona norte e 27,10% à zona sul.

Para a embalagem de 1.000 gramas, não houve diferença de preços entre as zonas norte e sul, mas quando comparados os valores com os da região central, houve um acréscimo nesse produto de 10,55 % na central. Analisando-se o perfil de estabelecimentos comerciais, há uma grande concentração de peixarias na região central que podem ter influência no preço.

Quando analisado o preço médio por quilograma de filé, pôde-se identificar que as embalagens de 600 gramas, 800 gramas e 1.000 gramas são mais viáveis economicamente, pois os consumidores adquiriram uma quantidade a mais de filé (100 gramas, 300 gramas a 500 gramas) por um preço inferior ao quilograma comercializado nas embalagens de 250, 300, 400, 450 e 500 gramas.

TABELA 3 – Análise das embalagens que estavam presentes em todas as regiões do trabalho em relação ao preço médio praticado nos estabelecimentos comerciais, cidade de São Jose do Rio Preto, estado de São Paulo, 2019

Região	(R\$)		
	500 g	800 g	1.000 g
Zona norte - zona sul	17,90 / 25,42	28,94 / 32,74	33,94 / 33,94
Zona norte - região central	17,90 / 27,90	28,94 / 23,90	33,94 / 37,94
Zona sul - região central	25,42 / 27,90	32,74 / 23,90	33,94 / 37,94

Fonte: Dados da pesquisa.

#### 4.5 – Espécies Concorrentes para Filés de Tilápia Encontrados nos Estabelecimentos Comerciais

Foram identificados 30 produtos em forma de filé com diferentes pesos e 1 produto comercializado de peixe inteiro eviscerado que concorrem diretamente com a tilápia. Uma mesma marca apresenta produtos com diferentes embalagens com variação de peso líquido (0,5 kg a 1 kg).

Todos os rótulos encontrados estão de acordo com as normas da ANVISA contendo todas as especificações de origem do produto, lote e prazo de validade, conteúdo líquido, tabela nutricional (valor energético em Kcal e kJ, carboidratos; proteínas, gorduras totais, gorduras saturadas, gorduras trans, fibra alimentar e sódio) e alergênicos.

O primeiro produto mais comercializado foi o filé de pangasius na embalagem de 800 gramas, com preço mínimo de R\$16,39, máximo de R\$29,99, e preço médio do quilograma de R\$29,93. O segundo produto foi o filé de pangasius na embalagem de 1.000 gramas com preço mínimo de R\$19,00, máximo de R\$28,00, e preço médio do quilograma de R\$23,98. Observa-se que o produto comercializado na embalagem de 1.000 gramas é mais viável economicamente em relação ao produto de 800 gramas.

O terceiro produto comercializado foi a merluza, sendo comercializado em três embalagens diferentes (500 gramas, 800 gramas a 1.000 gramas), com preço mínimo de R\$12,90, máximo de R\$37,49, e preço médio por quilograma de filé de merluza de R\$31,53. Já o produto comercializado na embalagem de 800 gramas teve o preço mínimo de R\$18,49, máximo de R\$22,69, e preço médio por quilograma de filé de merluza de R\$24,98. A embalagem de 1.000 gramas teve preço mínimo de R\$19,90, máximo de R\$29,80, e preço médio por quilograma de filé de merluza de R\$26,97.

Quando se analisam os preços praticados para esse produto, identifica-se que ocorreu o mesmo com filés de pangasius e com merluza na embalagem de 1.000 gramas. Dessa forma, o produto com maior conteúdo líquido é mais viável que o produto de menor conteúdo líquido, havendo uma diferença de preço de R\$4,56 entre a embalagem de 500 gramas de filé de merluza e 1.000 gramas de filé de merluza, o que equivale a um desconto de 14,47% e 500 gramas a mais de filé.

O quarto produto foi o filé de mapará,

sendo comercializado em embalagens de 500 gramas a 800 gramas. Para a embalagem de 500 gramas, o preço mínimo foi de R\$12,90, máximo de R\$12,90 e o preço por quilograma de R\$ 25,80. Para a embalagem de 800 gramas, o preço mínimo foi de R\$18,99, máximo de R\$18,99 e o preço por quilograma de R\$23,74. Quando transformados os valores das respectivas embalagens por quilograma de filé, identifica-se que é mais viável a embalagem de 800 gramas, seguindo a mesma tendência das duas espécies de peixes analisadas.

Segundo Barroso, Munoz e Lima (2017), de acordo com levantamento de mercado de tilápia realizado pela Embrapa Pesca e Aquicultura por meio de entrevistas em varejo (supermercados e peixarias) das principais regiões metropolitanas das capitais dos estados de Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Rio de Janeiro, Ceará e Distrito Federal, os principais substitutos para os produtos da tilápia são: a) tilápia inteira: pescada, tucunaré, pargo, corvina e dourado; e b) tilápia filé: merluza, pangasius, pescada, cação, cioba e linguado.

Quando comparado o presente trabalho com o de Barroso, Munoz e Lima (2017), identifica-se que preço do filé de tilápia em 2016, segundo o Informativo de Mercado da Tilápia produzido pela Embrapa Pesca e Aquicultura, tinha o preço de R\$35,94, e o preço da tilápia inteira eviscerada de R\$13,75. Entretanto, o preço do quilograma da tilápia inteira eviscerada teve uma redução de R\$2,85, e o preço do filé se manteve estável ao longo desses anos.

Foi identificado para o peixe inteiro eviscerado um único supermercado comercializando o porquinho (*Geophagus proximus*), espécie introduzida no rio Paraná que se tornou ao longo dos anos muito apreciado por pescadores artesanais e amadores pelo seu sabor. O preço médio do quilograma do porquinho inteiro eviscerado encontrado foi de R\$23,00. Quando se comparam os preços da tilápia inteira R\$10,90 por quilograma, fica claro que ela é, em relação de valores, muito mais atrativa ao consumidor final.

Em relação a filés, foram identificados o pangasius e o mapará de água doce, e a merluza de água salgada. Quando transformados todos os valores encontrados no presente trabalho em quilogramas de filé de peixe, identifica-se que o quilograma do filé de tilápia apresentou o valor mais elevado (R\$ 35,94), seguido do quilograma do

filé de pangasius (R\$ 26,95), filé de merluza (R\$25,97) e o filé de mapará (R\$ 24,77).

Segundo Barroso, Munoz e Lima (2017), identificar os produtos que competem no mesmo mercado com a tilápia é muito importante, pois, quanto maior o grau de substituição, maior é a influência do produto substituto na alteração significativa da oferta ou demanda nos preços da tilápia nos diversos níveis da cadeia de valor.

Os preços praticados em hipermercados, supermercados e peixarias são um fator chave para consumo (KOTLER; KELLER, 2006; PLANELLO et al., 2016). Outro fato que desperta a procura pela carne de peixe é o seu valor proteico de alta qualidade. Os filés são uma opção de fácil preparo para o consumidor final, destacando-se no número de produtos comercializados.

Alguns fatores ainda influenciam no consumo de filés, como o alto preço comparado com outras proteínas de origem animal (aves, porcos e bovinos). Peixes inteiros eviscerados requerem um tempo elevado de preparo, não sendo uma opção muito desejada pelo consumidor que busca facilidade de preparo.

Diante desse cenário, pode-se identificar que a cidade de São José do Rio Preto é um importante polo consumidor de filés de tilápia em *food trucks*, restaurantes, hipermercados, super-

mercados e peixaria. Entretanto, o hábito de consumir pescado ainda necessita ser mais difundido nas mesas dos rio-pretenses e dos brasileiros de forma geral.

## 5 – CONCLUSÃO

Houve uma diferença de preço entre as três regiões geográficas da cidade, e essa diferença de preço segue o perfil do tipo de estabelecimento comercial: hipermercado (varejista), supermercado e peixaria.

A forma de conservação altera o valor final do produto no estabelecimento comercial, e o produto congelado tem um valor agregado superior ao resfriado.

Quando se comparam os preços médios do quilograma de filé de tilápia com três espécies de peixes que concorrem nesse mercado de filés, identifica-se que a tilápia apresentou o valor mais elevado (R\$35,94), seguido de pangasius (R\$26,95), merluza (R\$25,97) e mapará (R\$24,77).

Os *food trucks* adquirem uma grande quantidade de filés ao mês, mostrando que esse segmento aquece a economia regional e ajuda a disseminar o hábito saudável de ingestão de pescado.

## LITERATURA CITADA

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PISCICULTURA. **Anuário Brasileiro da Piscicultura**. São Paulo: Peixe BR, 2020.
- BARROSO, R. M.; MUNOZ, A. E. P.; LIMA, D. M. O mercado da tilápia - 2º trimestre de 2017 e análise da estrutura do preço da tilápia no varejo. **Informativo de Mercado da Tilápia**, Palmas, n. 11, p. 1-19, 2017. Embrapa Pesca Aquicultura.
- CARVALHO, R.; LEMOS, R. Aquicultura e consumo de carnes no Brasil e no mundo. **Panorama da Aquicultura**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 112, p. 15-23, 2009.
- FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS. **Faostat**. Roma: FAO, 2015. Disponível em: <https://goo.gl/oAoGw5>. Acesso em: 20 abr. 2019.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Estimativas da população residente para os municípios e para as unidades da federação**. Rio de Janeiro: IBGE, 2014. Disponível em: [https://ftp.ibge.gov.br/Estimativas\\_de\\_Populacao/Estimativas\\_2014/estimativa\\_dou\\_2014.pdf](https://ftp.ibge.gov.br/Estimativas_de_Populacao/Estimativas_2014/estimativa_dou_2014.pdf). Acesso em: abr. 2020.
- KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- MILAN, M. Comunicação é chave para vender mais peixe nos supermercados. **Seafood Brasil**, v. 30, p. 28, 2019. Anuário 2019.



MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO EXTERIOR E SERVIÇOS. **Aliceweb**: sistema de análise das informações de comércio exterior. Brasília: MDIC, 2017. Disponível em: <http://www.aliceweb2.mdic.gov.br/>. Acesso em: 28 abr. 2020.

PLANELLO, D. R. F. *et al.* Mercado da tilápia no estado de São Paulo. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 46, n. 5, p. 36-51, 2016.

SILVA, N. J. R. *et al.* Avaliação do potencial do mercado consumidor de lambari da Baixada Santista. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 41, n.12, p. 5-17, 2011.

SIQUEIRA, T. V. Aquicultura: a nova fronteira para aumentar a produção mundial de alimentos de forma sustentável. **Boletim Regional, Urbano e Ambiental**, Brasília, v. 17, p. 53-60, 2017.

### **MERCADO DE FILÉS DE TILÁPIA NA CIDADE DE SÃO JOSÉ DO RIO PRETO, ESTADO DE SÃO PAULO**

**RESUMO:** *Objetivou-se apresentar o potencial da comercialização de filés de tilápia em hipermercados, supermercados, restaurantes e food trucks, identificando o número de estabelecimentos que comercializam e compram este produto, bem como o preço dos produtos, ano 2019. Realizou-se pesquisa de campo em três regiões da cidade de São José do Rio Preto, Estado de São Paulo. Houve uma diferença de preço entre as três regiões geográficas da cidade. Os valores das três espécies de peixes concorrentes no mercado de filés, a tilápia apresentou o valor mais elevado com R\$35,94, seguido do pangasius com R\$26,95, em terceiro a merluza com R\$25,97 e por fim o mapará com R\$24,77. Os food trucks adquirem uma grande quantidade de filés ao mês mostrando que esse segmento aquece a economia regional.*

**Palavras-chave:** *consumo, alimentação saudável, proteína animal.*

### **TILAPIA FILLETS MARKET IN THE CITY OF SÃO JOSÉ DO RIO PRETO, STATE OF SÃO PAULO**

**ABSTRACT:** *The objective was present the potential of selling tilapia fillets in hypermarkets, supermarkets, restaurants and food trucks, identifying the number of establishments that sell and buy this product, as well as prince of products, year 2019. A field research was carried out in three regions of the city. The values of the three species of fish competing in the filet market, tilapia had the highest value with R\$ 35.94, followed by pangasius with R\$ 26.95, hake in third with R\$ 25.97 and finally mapará with R\$ 24.77. Food trucks purchase a large amount of steaks per month, showing that this segment heats up the regional economy.*

**Key-words:** *consumption, healthy eating, animal protein.*

---

Recebido em 25/08/2020. Liberado para publicação em 13/09/2021.

#### **COMO CITAR**

SILVA, I. M.; SILVA, V. B. da; BARROS, H. P. de; GONÇALVES, G. S.; LEONARDO, A. F. Mercado de filés de tilápia na cidade de São José do Rio Preto, estado de São Paulo. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 52, p.1-9, eie172020, 2022. DOI: <https://doi.org/10.56468/1678-832X.eie1720.2022>