

**Diversidade, origem e estrutura da oferta de pescados no varejo supermercadista do
Estado de São Paulo**

***Diversity, origin and structure of the supply of fish in supermarket retail outlets in the State
of São Paulo., Brazil***

Patricia Helena Nogueira Turco

APTA Regional/APTA/SAA. Campinas, SP, Brasil

Ricardo Firetti

APTA Regional/APTA/SAA. Presidente Prudente, SP, Brasil

Eder Pinatti

Instituto de Economia Agrícola/APTA/SAA. Cidade, SP, Brasil

Eidi Yoshihara

APTA Regional/APTA/SAA. Presidente Prudente, SP, Brasil

GT1. Mercados agrícolas e comércio exterior

Resumo: O estudo teve como objetivo analisar a estrutura do varejo supermercadista e as características do pescado comercializado nesses pontos de venda, com ênfase na participação das espécies, no tipo de produto e origem do pescado (importado, pesca industrial ou aquicultura). A pesquisa é descritiva, com abordagem quantitativa. A coleta ocorreu no ano de 2025 em 139 pontos de venda de 23 municípios e 10 mesorregiões do Estado de São Paulo, Brasil. Os estabelecimentos foram selecionados de forma intencional e os produtos catalogados em amostragem por conveniência. Utilizaram-se dispositivos eletrônicos portáteis com formulário estruturado para o registro das seguintes variáveis: tipo de estabelecimento; tipo de gôndola; tipo de produto; tipo de corte; espécie de peixe; origem do pescado; marca comercial; tipo de conservação; frigorífico responsável; município de procedência; tipo de inspeção sanitária; preço de venda; presença ou ausência de gelo no pacote; e peso nominal da embalagem. Foram catalogados 4.984 produtos, média de 38 itens por ponto de venda. Dos estabelecimentos, 42,3% eram supermercados convencionais, 23,2% atacarejos, 14,1% superlojas, 10,6% supermercado compactos e 9,9% hipermercados. Predominaram produtos importados (44,3%), seguido pela aquicultura nacional (26%) e pela pesca industrial (25,5%). A maioria dos produtos eram congelados in natura (55% do total), enquanto 22% estavam disponíveis na forma resfriada (geladeiras e bancas com gelo); 11,35% foram processados ou estavam empanados; e 10,7% eram produtos dessalgados congelados. Cerca de 24% dos produtos congelados apresentaram gelo solto nas embalagens, o que pode indicar que houve descongelamento parcial durante a fase de estocagem. Identificaram-se 67 espécies ou tipos de peixes, com destaque para tilápias, bacalhau, salmão, merluza, sardinhas, pescadas e cação. Os resultados evidenciaram diversidade de oferta, forte presença de importados e baixa participação de pescado resfriado no varejo paulista.

Palavras-chave: aquicultura, consumidor, marketing, prospecção, tilápia.

Abstract: This study aimed to analyze the structure of supermarket retail and the characteristics of fish products marketed at these points of sale, with emphasis on species participation, product type, and origin of the fish (imported, industrial fishing, or aquaculture). The research is descriptive, with a quantitative approach. Data collection was carried out in 2025 in 139 points of sale across 23 municipalities and 10 mesoregions in the State of São Paulo, Brazil. The establishments were intentionally selected, and products were cataloged using convenience sampling. Portable electronic devices with a structured form were used to record the following variables: type of establishment; type of display shelf; product type; type of cut; fish species; origin of the fish; brand name; preservation method; responsible processing plant; municipality of origin; type of sanitary inspection; sale price; presence or absence of ice inside the package; and nominal weight. A total of 4,984 products were cataloged, with an average of 38 items per point of sale. Among the establishments, 42.3% were conventional supermarkets, 23.2% cash-and-carry wholesale, 14.1% superstores, 10.6% compact supermarkets, and 9.9% hypermarkets. Imported products predominated (44.3%), followed by domestic aquaculture (26%) and industrial fishing (25.5%). Most products were frozen in natura (55% of the total), while 22% were available in chilled form (refrigerated cases or ice displays); 11.35% were processed or breaded products; and 10.7% were frozen desalted products. Approximately 24% of the frozen products showed loose ice inside the packages, which may indicate partial thawing during the storage phase. A total of 67 fish species or types were identified, with emphasis on tilapia, cod, salmon, hake, sardine, croaker, and shark. The results revealed a wide diversity of supply, a strong presence of imported products, and low participation of chilled fish in retail in the State of São Paulo.

Keywords: aquaculture, consumer, marketing, prospecting, tilapia.

1. Introdução

Segundo a Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018, o consumo domiciliar per capita anual de pescados no Brasil foi estimado em 2,8 kg, valor considerado baixo quando comparado a padrões internacionais (IBGE, 2020). Observa-se, contudo, a elevada heterogeneidade regional, com destaque para os estados do Amazonas, Acre, Amapá, Pará e Maranhão, cujos níveis de consumo per capita variam entre 9,5 e 14kg, refletindo hábitos culturais, disponibilidade de oferta e características territoriais específicas.

A Região Norte e parte do Nordeste apresentam índices de consumo domiciliar per capita significativamente superior aos observados nos demais entes da país, o que reforça a importância do pescado como componente relevante da dieta alimentar regional. Em contraste, os estados de São Paulo e Minas Gerais, que concentram cerca de 33% da população brasileira, apresentam níveis reduzidos de aquisição domiciliar per capita, tanto de pescado de água salgada quanto de água doce (Tabela 1).

Tabela 1. Aquisição alimentar domiciliar per capita anual por grupos e subgrupos (kg)

Ranking	Estado	Grupos e subgrupos		
		Pescados	Água salgada	Água doce
1	Amazonas	13,998	1,12	10,898
2	Amapá	13,597	3,158	8,504
3	Pará	11,141	4,616	4,558
4	Maranhão	11,066	6,038	2,699
5	Acre	9,553	1,045	6,127
6	Piauí	4,748	1,316	2,961
7	Sergipe	4,588	3,105	0,722
8	Alagoas	3,749	2,151	0,71
9	Ceará	3,502	1,894	0,997
10	Roraima	3,475	0,153	0,661
18	São Paulo	1,449	1,146	0,151
26	Minas Gerais	0,926	0,39	0,393

Fonte: IBGE (2020)

Com exceção de alguns estados, os níveis de consumo observados no Brasil permanecem distantes dos 10,5 kg registrados na América Latina e no Caribe e dos 12 kg indicados como referência pela FAO (2020). Em nível global, o consumo per capita de pescado apresenta trajetória crescente, passando de 9 kg/habitantes em 1961 para 20,5 kg/habitantes em 2018, com taxa média anual de crescimento aproximada de 1,5%.

A partir da análise dos microdados da POF 2017-2018, apontaram que:

“O consumo de proteína proveniente de organismos aquáticos no Brasil permanece aquém do recomendado e destacam a escassez de estudos voltados à compreensão de seus determinantes”. (Wagner et al, 2023).

Os autores identificaram uma associação positiva entre o consumo de pescado e fatores como renda familiar, presença de crianças e adolescentes, domicílio chefiados por homens, gastos com atividades físicas, além da localização em áreas rurais, regiões litorâneas e na região Norte.

Resultados semelhantes foram observados por Firetti et al. (2013), com base na POF 2008, ao constatarem a menor participação de pescados na alimentação domiciliar em comparação a outras proteínas animais, especialmente nas regiões Sudeste, Sul e Centro Oeste. Os autores destacam ainda que o estado de São Paulo se diferencia pelo maior consumo de filés frescos e de bacalhau, sugerindo padrões de preferência associados à renda e à estrutura de oferta. A POF 2017-2018 confirma esse padrão. Evidenciando maior consumo de pescados de água salgada em relação aos de água doce no estado, comportamento associado à proximidade do litoral à logística e à organização dos canais de comercialização (IBGE, 2020; Firetti et al., 2013).

Embora responda por aproximadamente 30% do Produto Interno Bruto nacional (R\$ 3,5 trilhões) e concentre cerca de 22% da população brasileira (46 milhões de habitantes), o estado de São Paulo ocupa apenas a 18^o posição no ranking nacional de aquisição domiciliar de pescados, com consumo per capita anual de 1,45 kg equivalente a cerca de 52% da média nacional (IBGE, 2020). Estima-se ainda que aproximadamente 60% da comercialização de pescados ocorra em supermercados, hipermercados e estabelecimentos orientados ao volume, evidenciando o papel estratégico do varejo na formação de preços, no acesso e padrões de consumo.

A literatura nacional e internacional sobre o comportamento do consumidor de pescados é ampla, com destaque para estudos que analisam preferências, atributos do produto e fatores socioeconômicos determinantes do consumo (Gempesaw et. al., 1995; Verbec et al., 2007; Olsen et al., 2008; Claret et al., 2012; Bernardo, 2017; Freitas et al., 2020; Dai et al., 2022; Stancu et al., 2022. No contexto brasileiro, merecem destaque os esforços recentes da EMBRAPA Pesca e Aquicultura (Pedroza Filho et al., 2020; Flores et al., 2022).

Historicamente, o Brasil apresenta posição predominantemente importadora no mercado de pescados, com participação ainda incipiente como fornecedor internacional. Em

2021, os principais produtos importados foram salmão e pangásius, contribuindo para a manutenção do déficit estrutural da balança comercial do setor (BRASIL, 2022). Em contrapartida, a cadeia produtiva da tilápia vem ampliando sua inserção no mercado externo, com destaque para a exportação de peixes inteiros e congelados.

Nesse contexto, a piscicultura nacional apresenta potencial para atender parte da demanda interna por meio da substituição de produtos importados ou oriundos da pesca extrativa, seja pela ampliação da produção de determinadas espécies, seja pela adequação da oferta a atributos valorizados pelo consumidor, como tipo de corte, forma de comercialização e modo de preparo. Adicionalmente, fatores como pressão de demanda, valorização cambial e elevação dos custos internacionais de captura e produção tendem a impactar os preços no mercado interno, afetando os gastos dos domicílios e o consumo per capita (Vaz e Hoffmann, 2020).

Diante do exposto, este trabalho teve como objetivo analisar a oferta de pescados no varejo supermercadista do Estado de São Paulo e a estrutura empregada, considerando tanto os aspectos organizacionais dos pontos de venda quanto as características de produtos, tais como espécies comercializadas, formas de apresentação, origem dos produtos e padrões de comercialização.

2. Procedimentos Metodológicos

A pesquisa sobre a oferta de produtos de pescado no varejo supermercadista foi realizada em 139 pontos de venda, compreendendo supermercados, hipermercados e estabelecimentos no modelo de autosserviço em atacado e varejo (atacarejo). O levantamento contemplou dez mesorregiões do Estado de São Paulo com maior concentração populacional, a saber: Metropolitana de São Paulo, Campinas, Macrometropolitana Paulista, Ribeirão Preto, Vale do Paraíba Paulista, São José do Rio Preto, Bauru, Piracicaba, Presidente Prudente, Itapetininga (Figura 1 e Tabela 2).

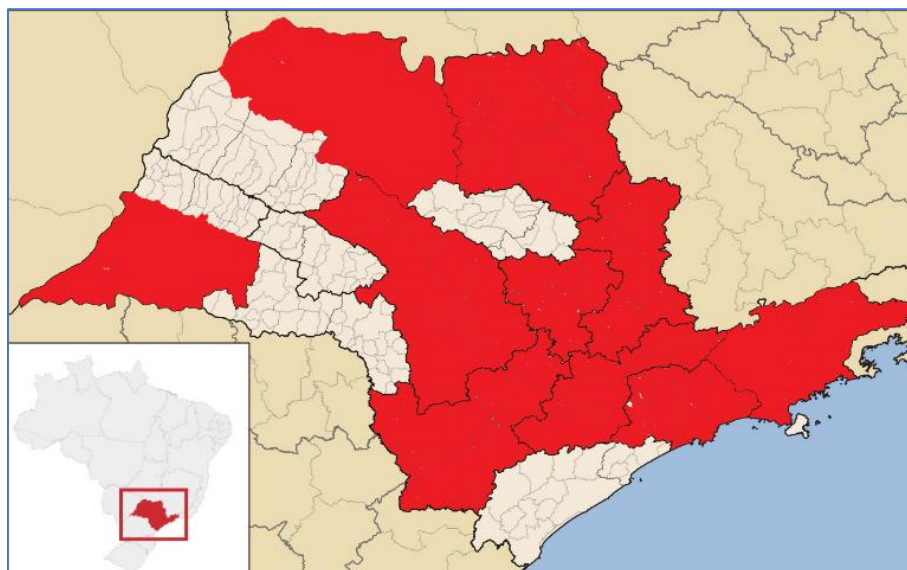


Figura 1. Mesorregiões geográficas escolhidas para levantamento de dados da pesquisa.
Fonte: Adaptado de CENSO-IBGE (2012).

Tabela 2. Distribuição das unidades de varejo visitadas em cidades, microrregiões e mesorregiões geográficas.

Mesorregião	Microrregião	Município	Unidades
Bauru	Bauru	Bauru	4
	Botucatu	Botucatu	2
Campinas	Campinas	Campinas	20
	Mogi Mirim	Mogi Mirim	4
Itapetininga	Itapetininga	Itapetininga	3
Macro Metropolitana Paulista	Bragança Paulista	Bragança Paulista	4
	Jundiaí	Jundiaí	3
	Sorocaba	Sorocaba	6
Metropolitana de São Paulo	Guarulhos	Guarulhos	3
	Mogi das Cruzes	Mogi das Cruzes	2
	Osasco	Osasco	3
	Santos	Santos	2
	São Paulo	São Paulo	37
Piracicaba	Limeira	Limeira	4
	Piracicaba	Piracicaba	4
Presidente Prudente	Adamantina	Adamantina	3
	Dracena	Dracena	3
	Presidente Prudente	Presidente Prudente	11
Ribeirão Preto	Franca	Franca	3
	Ribeirão Preto	Ribeirão Preto	5
São José do Rio Preto	São José do Rio Preto	São José do Rio Preto	5
Vale do Paraíba Paulista	Guaratinguetá	Guaratinguetá	2
	São José dos Campos	São José dos Campos	7

Fonte: Resultados da pesquisa.

A escolha dos Pontos de Venda (PDV) foi realizada de forma intencional, buscando-se manter uma proporção mínima entre os diferentes tipos de estabelecimentos no total estimado para cada município selecionado. A distribuição da amostra de PDV analisados (Tabela 2) foi definida com base na distribuição populacional dos municípios incluídos no estudo.

Para a coleta de dados, foi elaborado um formulário eletrônico estruturado contemplando as seguintes variáveis: data de coleta; pesquisador responsável; municípios; nome do estabelecimento; tipo de estabelecimento; tipo de gôndola; tipo de produto; tipo de corte; espécie de peixe; origem do pescado; marca comercial; tipo de conservação; frigorífico responsável; município de procedência; tipo de inspeção sanitária; código de barras do produto; número de QR-Code; registro fotográfico da face frontal e do verso da embalagem; número de inspeção; preço de venda; preço original (quando em promoção); observações adicionais; presença ou ausência de gelo no pacote; e peso nominal da embalagem.

Este formulário foi utilizado como base para a programação de banco de dados, realizado no aplicativo de gerenciamento Mobi DB Database versão 12.0.1.0 (Figura 2).



Figura 2. Aplicativo Mobi DB Database versão 12.0.1.0

Fonte: <https://mobidb.mobi/>

Foram observados e catalogados 4.984 produtos comercializados em 139 supermercados, hipermercados e lojas de atacarejo de 23 municípios, no período compreendido entre 10 de janeiro e 30 de abril de 2025.

Ressalta-se que todos os produtos à base de carne de peixe disponíveis para a venda nas gôndolas dos pontos de venda foram catalogados, adotando-se amostragem por conveniência

(FIRETTI et al, 2018). Foram excluídos da análise os produtos enlatados (como sardinha e atum) e os pratos prontos, a exemplo de lasanhas e outras preparações. Também foram suprimidos os diferentes tipos de “bacalhaus” salgados, produtos estes que serão analisados separadamente em outra oportunidade.

A construção do banco de dados e o design do formulário para imputação das informações coletadas (Figura 3) foram fundamentais para a realização do levantamento em campo utilizando dispositivos portáteis (tablets), permitindo o armazenamento simultâneo das informações nos equipamentos e em nuvem.

Posteriormente, os dados foram consolidados em uma base única e exportados para planilha eletrônica, com a finalidade de subsidiar as análises estatísticas. Para tanto, realizou-se análise descritiva de distribuição das classes de frequências relativas e percentuais, conforme procedimentos metodológicos descritos por Sweeney et al. (2013).

Figura 3. Design do formulário para imputação de dados coletados usando o aplicativo Mobi DB Database versão 12.0.1.0

Fonte: Resultados da pesquisa

3. Resultados Obtidos

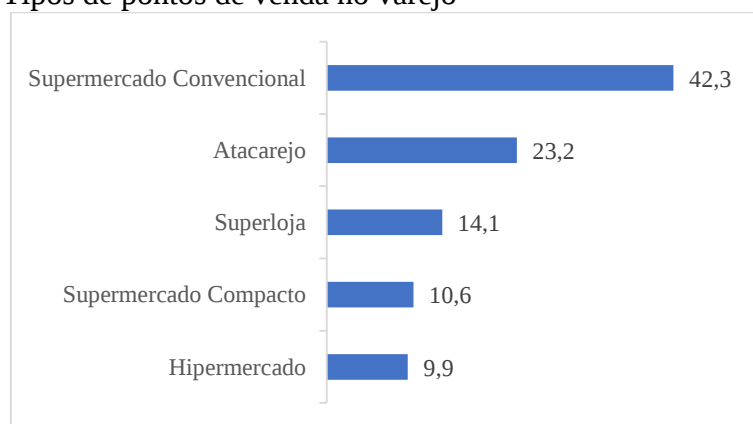
Os resultados foram organizados em dois eixos analíticos: Estrutura do Varejo Supermercadista e Mercado do Pescado, de modo a evidenciar tanto os aspectos da comercialização quanto as características dos produtos disponíveis nos pontos de venda.

3.1 Estrutura de varejo supermercadista

Foram validados 4.984 produtos de carne de peixe comercializados no varejo supermercadista, abrangendo 23 municípios distribuídos em 10 mesorregiões do Estado de São Paulo. A amostra contemplou diferentes formatos de pontos de venda (PDV), refletindo a heterogeneidade estrutural do varejo paulista.

Conforme apresentado na Figura 4, observa-se predominância dos supermercados convencionais, que representam 42,3% dos pontos de venda analisados. Em seguida, destacam-se os estabelecimentos do tipo atacarejo (23,2%), as superlojas (14,1%), os supermercados compactos (10,6%) e os hipermercados (9,9%). Esses resultados evidenciaram a centralidade dos supermercados convencionais como principal canal de comercialização de pescado no varejo paulista, ao mesmo tempo em que indicam a crescente participação de formato híbridos, como o atacarejo, que combinam características de atacado e varejo e ampliam o acesso do consumidor a preços mais competitivos. Ademais, estudos indicam que os supermercados constituem o local preferencial de compra de pescado pelos consumidores (Montenegro et al., 2022), reforçando a importância estratégica desse canal na estrutura de distribuição do setor.

Figura 4. Tipos de pontos de venda no varejo



Fonte: Resultados da pesquisa

Os resultados obtidos nesta variável são consistentes com evidências empíricas sobre a aquisição de pescados para consumo domiciliar no Região Sudeste brasileiro e com o padrão

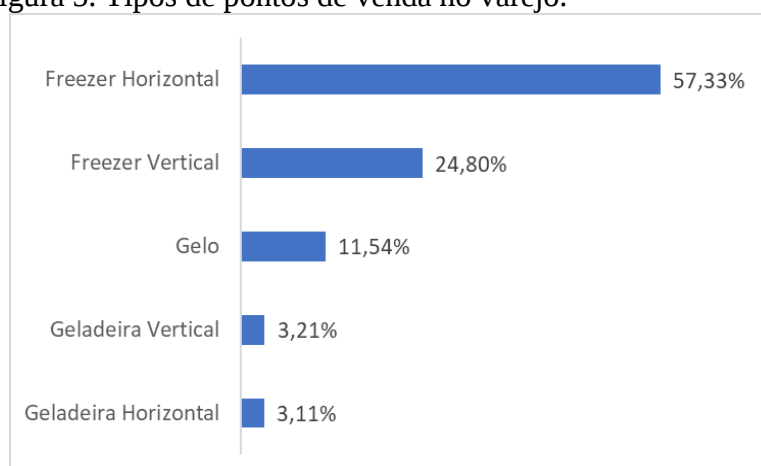
de consumo alimentar observado nas Pesquisas de Orçamentos Familiares (Firetti et al., 2013; IBGE, 2020; Wagner et al., 2023). A média de 38 produtos por PDV indica elevada diversidade de oferta, embora a distribuição entre municípios e tipos de estabelecimentos revele assimetrias no acesso do consumidor ao pescado, associadas ao porte do mercado, à infraestrutura local e ao perfil socioeconômico da demanda (Vaz; Hoffmann, 2020).

A distribuição dos produtos entre municípios e tipos de pontos de venda revelou heterogeneidade na oferta, sugerindo que o acesso ao pescado está condicionado ao porte do mercado e à estrutura do varejo local. Esse resultado converge com evidências de que a organização do varejo influencia diretamente a disponibilidade, a padronização e os preços do pescado ao consumidor final (FAO, 2022),

No que se refere à organização da oferta no espaço de venda, observou-se clara predominância de equipamentos destinados à comercialização de produtos congelados. Do total de itens catalogados, 57,33% estavam expostos em freezers horizontais e 24,80% em freezers verticais, enquanto a participação de equipamentos voltados à comercialização de produtos resfriados foi reduzida, com apenas 3,11% expostos em geladeiras horizontais (Figura 5). Essa configuração evidencia uma estratégia orientada à redução dos riscos associados à alta perecibilidade do pescado. De acordo com a Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO, 2022), a manutenção da cadeia de frio é essencial para preservar a qualidade e reduzir perdas, sendo o congelamento amplamente utilizado para prolongar a vida útil do produto.

Do ponto de vista técnico, o International Institute of Refrigeration (IIR, 2019) destaca que equipamentos fechados oferecem maior estabilidade térmica, enquanto ilhas horizontais favorecem a visibilidade e o acesso, exigindo maior controle operacional. Na perspectiva da gestão varejista, conforme discutido por Levy e Weitz, (2012), em Retailing Management, decisões sobre layout e mobiliário refrigerado integram a estratégia para reduzir perdas, otimizar estoques e padronizar a experiência de compra. Assim, a predominância de equipamentos para congelados reflete uma decisão estratégica que influencia diretamente a oferta e o acesso do consumidor ao pescado.

Figura 5. Tipos de pontos de venda no varejo.

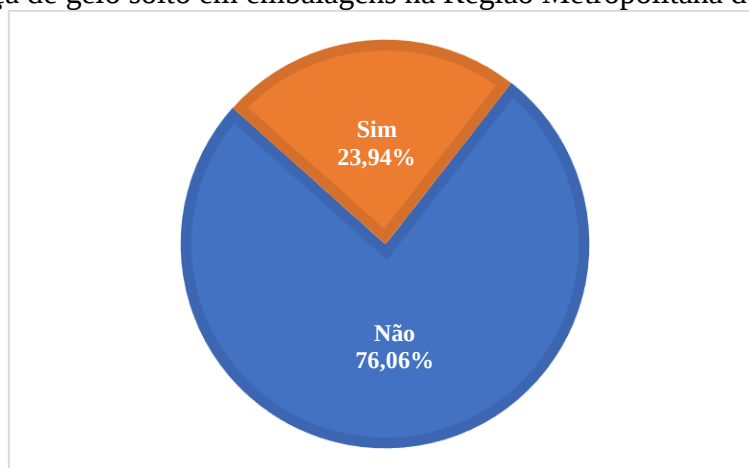


Fonte: Resultados da pesquisa

Adicionalmente, a forma de apresentação dos produtos evidencia estratégias de padronização e agregação de valor no varejo supermercadista. Predominaram cortes compatíveis como consumo domiciliar, como filés e porções padronizadas, além de concentração em faixa de peso adequado às exigências operacionais do varejo. Esses aspectos estruturais indicam um modelo de comercialização orientando à conveniência, à eficiência operacional e à previsibilidade da oferta, em consonância com estudos que destacam a importância de atributos como tipo de corte, padronização e facilidade de preparo, origem e método de produção na decisão de compra de pescados (Verbeke; Vermeir; Brunsø, 2007; Claret et al., 2012; Flores et al., 2022).

A presença de gelo solto em embalagens de produtos congelados, observada em parcela significativa dos itens analisados na Região Metropolitana de São Paulo (Figura 6), levanta questões relacionadas à padronização das práticas comerciais, à transparência da informação ao consumidor e a possíveis impactos econômicos associados ao peso líquido efetivo dos produtos. A literatura aponta que fatores ligados à confiança, à percepção de qualidade e à clareza das informações fornecidas ao consumidor influenciam diretamente a avaliação do preço e a decisão de compra de pescado (Dutra et al., 2014; Verbeke et al., 2007; Dai et al., 2022).

Figura 6. Presença de gelo solto em embalagens na Região Metropolitana de São Paulo.



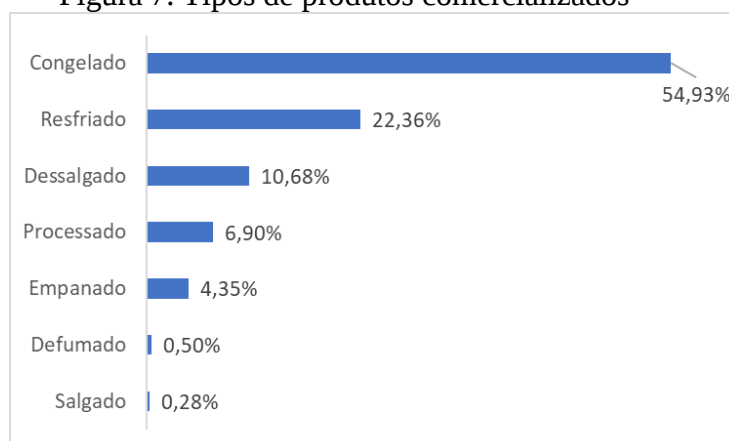
Fonte: Resultado de pesquisa

3.2 Mercado do Pescado

A análise da forma de conservação dos produtos comercializados evidencia características centrais do funcionamento do mercado de pescado no varejo supermercadista paulista. Observou-se predominância de produtos congelados, que correspondem a 54,93% do total catalogado, enquanto apenas 22,36% estavam disponíveis na forma resfriada (Figura 7). Esse padrão indica estratégias de mercado voltadas à ampliação da vida útil dos produtos, à redução da volatilidade da oferta e à maior previsibilidade no abastecimento ao longo do tempo.

Em contrapartida resultados parciais sobre o comportamento e preferências no consumo de pescados divulgados recentemente por Firetti et al. (2025) ouvindo 2.483 pessoas no Estado de São Paulo, apontaram que 71,45% preferem comprar produtos cortados ou fracionados no local de venda ao invés de frigoríficos e indústrias. Somam-se a esses, outros 12,43% que tem interesse em adquirir peixes inteiros.

Figura 7. Tipos de produtos comercializados



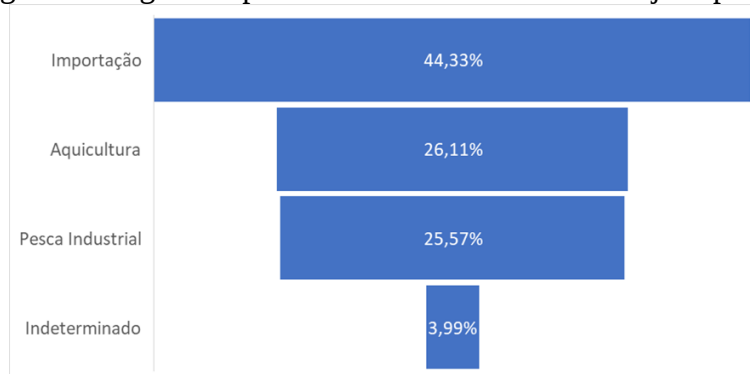
Fonte: Resultado de pesquisa

A predominância do congelamento está alinhada às dinâmicas do mercado atacadista paulista, no qual produtos com maior estabilidade logística tendem a apresentar menor volatilidade de preços e maior persistência na oferta (Pincinato et al., 2022). Ademais, a forma de conservação influencia diretamente a percepção de qualidade e a disposição a pagar por parte do consumidor, especialmente no caso de produtos provenientes da aquicultura, nos quais atributos como frescor, origem e método de processamento assumem papel relevante no processo decisório de compra (Verbeke et al., 2007; Bernardo, 2017; Freitas et al., 2020).

A origem do pescado comercializado reforça a inserção do mercado paulista em cadeias produtivas nacionais e internacionais. Os produtos importados representam 44,33% do total catalogado, enquanto a aquicultura nacional responde por 26,11% e a pesca industrial por 25,57% (Figura 8).

Esses resultados evidenciam forte dependência do mercado externo e reafirmam o papel do estado de São Paulo como principal polo de entrada, distribuição e formação de preços do pescado no Brasil.

Figura 8. Origem do pescado comercializado no varejo supermercadista



Fonte: Resultados da pesquisa.

No que se refere à composição da oferta, foram identificadas 67 espécies ou tipos de peixes. A tilápia destacou-se com a principal espécie comercializada, representando 21,41% do total de produtos catalogados, reflexo de sua ampla aceitação pelo consumidor, regularidade de oferta, elevado grau de padronização e competitividade da aquicultura nacional. Esse resultado é consistente com estudos que apontam a tilápia como espécie dominante no varejo supermercadista brasileiro (Pedroza Filho et al., 2020).

Além da tilápia, observou-se a comercialização de 67 espécies ou tipos distintos, tais como “bacalhaus” de diferentes espécies (14,79%); salmão (13,83%); merluza (6,30%); sardinhas (5,60%); pescadas (4,11%); cação (4,07%); polaca do Alasca (3,31%) e panga (3,13%), conforme apresentado na Tabela 3.

No trabalho de Pincinato et al. (2022), espécies importadas de maior valor agregado, como salmão e bacalhau, também apresentam participação expressiva no total de produtos catalogados, evidenciando a influência do comércio internacional tanto sobre a composição da oferta quanto sobre os níveis de preços praticados no mercado paulista.

Por outro lado, a participação de espécies nativas brasileiras provenientes da piscicultura, como tambaqui e pintado, mostrou-se reduzida, totalizando 2,43% do total de produtos catalogados (Tabela 3). Esse resultado sugere limitações associadas à escala produtiva, padronização dos produtos e à competitividade dessas espécies frente àquelas já consolidadas no mercado varejista.

Tabela 3. Participação das espécies/tipos de peixes no total de produtos disponíveis para venda no varejo.

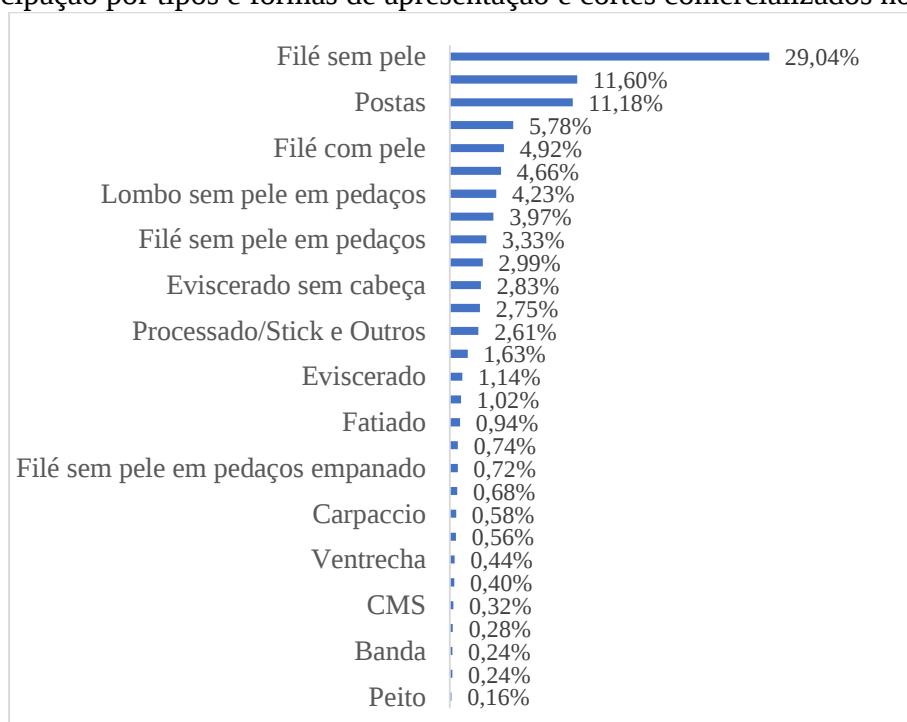
Espécie/Tipo de Peixe	Participação
Tilápia	21,41%
Bacalhau (Diferentes Espécies)	14,79%
Salmão	13,83%
Merluza	6,30%
Sardinhas	5,60%
Pescada	4,11%
Cação	4,07%
Polaca do Alasca	3,31%
Panga	3,13%
Indeterminado	2,27%
Manjuba	1,87%
Truta	1,55%
Linguado	1,51%
Tambaqui	1,38%
Corvina	1,32%
Pintado	1,30%

Fonte: Resultados da pesquisa

No que se refere às formas de apresentação e cortes comercializados, observou-se predominância de Filé sem pele (29,04%), seguido de Peixe inteiro (11,60%) e Postas (11,18%). Também apresentaram participação relevante os cortes Filé com pele em pedaços (5,78%), Filé com pele (4,92%), Lombo sem pele em pedaços (4,23%), Lombo com pele em pedaços

(3,97%), Filé sem pele em pedaços (3,33%), Filé espalmado (2,99%), além de produtos eviscerado sem cabeça (2,83%) e Lascas (2,75%) Tabela 4.

Tabela 4. Participação por tipos e formas de apresentação e cortes comercializados no varejo.



Fonte: Resultados da pesquisa

Observou-se ainda a presença de produtos processados, como Processado/Bolinho e outros (4,66%), processado/Stick e outros (2,61%), Processado/Steak (0,68%), Hambúrguer (0,56%) e Carpaccio (0,58%), evidenciando a diversificação da oferta e a agregação de valor por meio do processamento. Cortes com menor participação incluíram Costela (1,02%), Fatiado (0,94%), Filé sem pele empanado (0,74%), Filé sem pele em pedaços empanado (0,72%), Ventrecha (0,44%) conforme a Tabela 4.

De forma geral, os resultados indicaram que o mercado de pescado no varejo supermercadista paulista é caracterizado por elevada diversidade de produtos e espécies e forma de apresentação, com predominância de cortes de maior conveniência, especialmente filés sem pele, além de forte presença de pescado importado e de produtos congelados. Esse padrão reforça a centralidade do mercado atacadista de São Paulo como organizador da cadeia produtiva e formador de preços do pescado no Brasil (Pincinato et al., 2022), ao mesmo tempo em que evidencia oportunidades para o fortalecimento da aquicultura nacional e para a ampliação da participação de espécies nativas no mercado consumidor.

4. Considerações Finais

Os resultados, ainda que parciais, permitiram identificar padrões relevantes na oferta de pescado no varejo paulista. Observou-se elevada diversidade de espécies (67 tipos), porém com concentração em algumas categorias, destacando-se a tilápia (21,41%) como principal espécie comercializada, evidenciando a importância da aquicultura nacional. Paralelamente, espécies importadas como bacalhau (14,79%) e salmão (13,83%) apresentam participação expressiva, contribuindo para que cerca de 47% dos produtos tenham origem externa.

Quanto às formas de apresentação, predominam cortes de maior conveniência e valor agregado, especialmente filé sem pele (29,04%), seguido de peixe inteiro (11,60%) e postas (11,18%), além de diferentes variações de filés, lombos e produtos processados. Esse padrão indica adaptação da oferta às preferências do consumidor urbano.

A baixa participação de produtos resfriados (3,11%) e a presença de estabelecimentos com perfil atacadista (23,2%) reforçam a predominância do pescado congelado e a centralidade do mercado paulista na organização da cadeia. Em síntese, o setor combina diversidade, forte inserção internacional e oportunidades para ampliar a competitividade da aquicultura nacional, especialmente por meio da agregação de valor e da ampliação da participação de espécies nativas.

5. Agradecimentos

A pesquisa que origina as informações disponibilizadas neste documento recebeu o financiamento da FAPESP (processo 2022/14453-6) e teve como base de execução a Unidade Regional de Pesquisa e Desenvolvimento de Presidente Prudente, vinculada à Agência Paulista de Tecnologia dos Agronegócios da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo.

6. Referências Bibliográficas

BERNARDO, Lúcia Sofia Correia. A percepção do consumidor face ao pescado de aquicultura. 2017. Tese (Doutorado) – Instituto Politécnico de Leiria, Leiria, Portugal, 2017.

BRASIL. Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços. Comex Stat: sistema para consultas e extração de dados do comércio exterior brasileiro. Brasília, DF: MICES, 2022. Disponível em: <http://comexstat.mdic.gov.br/pt/home>. Acesso em: abr. 2022.

CLARET, Anna et al. Consumer preferences for sea fish using conjoint analysis: exploratory study of the importance of country of origin, obtaining method, storage conditions and purchasing price. *Food Quality and Preference*, v. 26, n. 2, p. 259-266, 2012.

DAI, Yyunyun et al. Factors influencing Chinese consumer attitudes on the safety of aquatic products. *Journal of the World Aquaculture Society*, v. 53, n. 1, p. 47-59, 2022.

DUTRA, Fábio Mascarenhas; BINOTTO, Erlaine; MAUAD, J. R. C. Uma análise do comportamento do consumidor de peixe em Dourados/MS. *Revista Sociedade e Desenvolvimento Rural*, v. 2, p. 84-100, 2014.

FAO. The State of World Fisheries and Aquaculture 2020: sustainability in action. Rome: FAO, 2020. DOI: 10.4060/ca9229en.

FAO – Food and Agriculture Organization of the United Nations.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS. The State of World Fisheries and Aquaculture 2022: Towards Blue Transformation. Rome: FAO, 2022. DOI: <https://doi.org/10.4060/cc0461en>.

FIRETTI, R.; ASTOLPHI, J. L. L.; GARCIA, S. M. Aquisição de pescados para consumo domiciliar na Região Sudeste: análise a partir da Pesquisa de Orçamentos Familiares 2009. *Revista de Economia Agrícola*, v. 60, p. 17-30, 2013.

FIRETTI, Ricardo et al. Sheep meat commercialization in the retail market in Brazilian cities. *Revista Brasileira de Zootecnia*, v. 47, e20170109, 2018.

FIRETTI, R.; ARAKI, C.; TARUMOTO, S.; OLIVEIRA, E. C.; TURCO, P. H. N. Preferências de aquisição e consumo domiciliar de pescados no Estado de São Paulo. 2025. Trabalho apresentado em evento científico. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/398829392_Preferencias_de_aquisicao_e_consumo_domiciliar_de_pescados_no_estado_de_sao_paulo. Acesso em: jan. 2026.

FLORES, Roberto Manolio Valladão et al. Establishing linkages between consumer fish knowledge and demand for fillet attributes in Brazilian supermarkets. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, v. 34, n. 4, p. 368-388, 2022.

FREITAS, Jorge; VAZ-PIRES, Paulo; CÂMARA, José S. From aquaculture production to consumption: freshness, safety, traceability and authentication, the four pillars of quality. *Aquaculture*, v. 518, p. 734857, 2020.

GEMPESAW, Conrado M. et al. Consumer perceptions of aquaculture products. *American Journal of Agricultural Economics*, v. 77, n. 5, p. 1306-1312, 1995.

IBGE. Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018. Rio de Janeiro: IBGE, 2020.

IIR – International Institute of Refrigeration.

INTERNATIONAL INSTITUTE OF REFRIGERATION. The Role of Refrigeration in the Global Economy. 38th Informatory Note on Refrigeration Technologies. Paris: IIR, 2019.

LEVY, Michael; WEITZ, Barton A. Retailing Management. 9. ed. New York: McGraw-Hill Education, 2012.

MONTENEGRO, A. S. B. et al. Consumo de pescado na região metropolitana do Recife: estudo sobre as formas de consumo e perfil dos consumidores. *Conjecturas*, v. 22, n. 8, p. 464–477, 2022.

OLSEN, Svein Ottar et al. Explaining intention to consume a new fish product: a cross-generational and cross-cultural comparison. *Food Quality and Preference*, v. 19, n. 7, p. 618-627, 2008.

PEDROZA FILHO, M. X. et al. O mercado de peixes da piscicultura no Brasil: estudo do segmento de supermercados. Palmas: Embrapa Pesca e Aquicultura, 2020. (Boletim de Pesquisa e Desenvolvimento).

PINCINATO, R. B. et al. The São Paulo wholesale seafood market: a study of fish prices in Brazil. *Marine Policy*, v. 139, p. 105000, 2022.

STANCU, Violeta et al. European consumer segments with a high potential for accepting new innovative fish products based on their food-related lifestyle. *Food Quality and Preference*, v. 99, p. 104560, 2022.

SWEENEY, Dennis J.; WILLIAMS, Thomas A.; ANDERSON, David R. Estatística aplicada à administração e economia. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

VAZ, Daniela Verzola; HOFFMANN, Rodolfo. Elasticidade-renda e concentração das despesas com alimentos no Brasil: uma análise dos dados das POF de 2002-2003, 2008-2009 e 2017-2018. *Revista de Economia*, v. 41, n. 75, 2020.

VERBEKE, Wim; VERMEIR, Iris; BRUNSØ, Karen. Consumer evaluation of fish quality as basis for fish market segmentation. *Food Quality and Preference*, v. 18, n. 4, p. 651-661, 2007.

WAGNER, Ykaru Gomes; COELHO, Alexandre Bragança; TRAVASSOS, Guilherme Fonseca. Análise do consumo domiciliar de pescados no Brasil utilizando dados da POF 2017-2018. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, v. 61, n. 3, 2023.