

AGREGAÇÃO DE VALOR AO PESCADO: ESTRATÉGIAS PARA DECISÃO DE COMPRA

Antonio Gefersson Lopes da Silva¹; Laissa de Souza Amatsakio²; Sheila Patrícia Araújo de Paula³; Ana Beatriz Costa de Freitas⁴; Alexandre Júnior Quemel Pedroso⁵; Regina Lúcia Bezerra Cardoso⁶; Edna Rodrigues Barroso⁷; Dilma Lúcia Lira dos Santos⁸; Lian Valente Brandão⁹

^{1,9} Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará-IFPA, Campus Castanhal

RESUMO

Este estudo analisou como a agregação de valor ao pescado influencia a decisão de compra. Por meio de revisão sistemática, observou-se que cortes padronizados, ausência de espinhas, conveniência, aparência e origem declarada aumentam a aceitação sensorial e a intenção de consumo. Conclui-se que o beneficiamento adequado fortalece a cadeia produtiva e amplia oportunidades comerciais para o pescado.

Palavras-chave: agregação de valor; pescado; conveniência; aceitação sensorial; decisão de compra.

INTRODUÇÃO

O consumo global de pescado cresce continuamente, impulsionado pela demanda por proteínas saudáveis e sustentáveis em diversas economias emergentes. Dados internacionais indicam que a ingestão per capita superou 20 kg anuais, refletindo mudanças nos hábitos alimentares mundiais (HAN et al. 2022). Essa expansão econômica contrasta com desafios logísticos que limitam o acesso a produtos de qualidade em regiões tropicais distantes dos grandes centros consumidores. No contexto amazônico, o pescado constitui a principal fonte de proteína animal para milhões de habitantes ribeirinhos e urbanos. Lobato e Rosa (2020) identificaram que 70% dos compradores em mercados locais são mulheres, motivadas pelos benefícios à saúde apesar da renda restrita. A dependência alimentar é crítica, com consumo diário atingindo 116 g em períodos de maior disponibilidade nas comunidades do baixo Solimões (DIAS et al. 2023). Espécies nativas como pirarucu e tambacu oferecem alto potencial comercial devido ao rendimento de cortes e aceitação sensorial regional. Restaurantes em balneários do Pará utilizam o pirarucu como iguaria central, atraindo turistas e valorizando a cultura local (FARIA JUNIOR et al. 2020). O híbrido tambacu apresenta rendimentos de filetagem superiores em classes de peso entre 1400 g e 1600 g, otimizando a produção industrial (BARROS et al. 2019). Contudo, a presença de espinhas intramusculares e a falta de praticidade no preparo restringem a expansão do consumo para novos públicos urbanos. Pardo et al. (2025) demonstraram que a remoção de espinhas na pirapitinga eleva significativamente a nota hedônica de consumidores não treinados. A conveniência torna-se fator decisivo, pois produtos processados facilitam o uso doméstico, embora existam preocupações nutricionais associadas a esses beneficiamentos.

METODOLOGIA

A condução desta revisão seguiu rigorosamente as diretrizes do protocolo PRISMA 2020 para garantir transparência e reprodutibilidade na seleção dos estudos (PAGE et al. 2021). A estruturação da estratégia de busca obedeceu aos critérios detalhados no checklist PRISMA-S, assegurando a documentação completa das fontes consultadas (RETHLEFSEN et al. 2021). O desenho metodológico priorizou o rigor analítico recomendado para sínteses de evidências científicas contemporâneas (SNYDER, 2019). A organização do processo de mapeamento utilizou a abordagem SPAR-4-SLR para sistematizar as etapas de identificação e inclusão (PAUL et al. 2021). O recorte temporal estabelecido compreendeu publicações realizadas entre os anos de 2017 e 2025. Foram analisados 11 trabalhos publicados neste intervalo, selecionados pelo alinhamento ao objetivo deste estudo: Avaliar como a agregação de valor ao pescado pode influenciar a aceitação do consumidor e ampliar as oportunidades de comercialização. O estudo

busca compreender de que forma atributos como cortes, filés, ausência de espinhas, composição nutricional e processamento impactam a decisão de compra. Essa delimitação permitiu capturar tendências recentes de mercado e comportamento do consumidor. A definição dos critérios de elegibilidade focou em pesquisas que abordassem diretamente a cadeia produtiva e a percepção de valor. Estudos experimentais sobre características sensoriais e físico-químicas foram considerados essenciais para embasar a discussão técnica. Trabalhos com delineamento quantitativo ou misto que investigaram perfis de consumidores também compuseram a base analítica. A exclusão de documentos que não apresentavam dados empíricos sobre comercialização ou aceitabilidade foi aplicada estritamente. A busca primária foi conduzida nas bases de dados Scielo, Google Acadêmico e Web of Science. O uso combinado dessas plataformas permitiu cobrir literatura nacional e internacional indexada com relevância para a área de ciências agrárias e alimentação. A seleção múltipla de repositórios minimizou viés de publicação e garantiu abrangência geográfica adequada. A consulta a periódicos especializados em tecnologia de alimentos e economia pesqueira complementou o levantamento inicial.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Atributos sensoriais e conveniência como vetores de valor agregado

A remoção de espinhas intramusculares eleva significativamente a aceitação sensorial e a intenção de compra do consumidor final. Pardo et al. (2025) demonstraram que filés de pirapitinga sem espinhas obtiveram notas hedônicas superiores em comparação aos cortes tradicionais com ossos. Esse resultado corrobora a percepção de que a praticidade no preparo é um fator determinante para a expansão do mercado, conforme observado por Junior et al. (2020) em restaurantes da Amazônia. A eliminação de barreiras físicas ao consumo transforma o pescado em opção viável para públicos que antes o evitavam devido à complexidade do manejo. Contudo, a preferência por atributos específicos varia conforme a espécie analisada e as características físico-químicas presentes. Barbosa et al. (2025) relataram que o pangásio superou a tilápia em testes de sabor e aparência, atribuindo-se tal fato ao maior teor lipídico da primeira espécie. Por outro lado, a tilápia manteve vantagem apenas nos quesitos textura e odor, indicando que não há um produto universalmente superior. Dados recentes corroboram essa heterogeneidade de preferências (BARBOSA et al. 2025; LOBATO; ROSA, 2020), sugerindo que estratégias de beneficiamento devem considerar o perfil sensorial específico de cada peixe. A composição centesimal do híbrido tambacu também influencia diretamente o rendimento de cortes e a percepção de valor pelo processador. Barros et al. (2019) verificaram que exemplares na classe de peso entre 1401 e 1600g apresentaram os melhores rendimentos de filetagem. Segundo Duran et al. (2017), existe uma tensão clara entre a oferta de produtos processados práticos e sua qualidade nutricional real. Produtos industrializados tendem a conter menos proteína e maiores teores de sódio quando comparados ao peixe in natura, o que pode mitigar os benefícios percebidos pela conveniência.

Perfil do consumidor e divergências entre canais de comercialização

O perfil do consumidor de pescado em mercados locais da Amazônia é predominantemente feminino, com motivação central voltada aos benefícios à saúde. Lobato e Rosa (2020) identificaram que 70% dos compradores no Mercado Municipal de Icoaraci são mulheres, faixa etária entre 36 e 45 anos. Essa demografia busca ativamente produtos seguros e nutritivos, apesar das restrições financeiras impostas pela renda familiar média. A origem declarada do produto surge como critério decisivo, pois Lopes e Freitas (2023) apontaram que 58,2% dos consumidores aumentariam o consumo se houvesse rastreabilidade clara.

Em contrapartida, a disponibilidade de espécies nobres em canais formais enfrenta barreiras relacionadas ao marketing e à precificação inadequada. Mendes et al. (2021) observaram que encartes de supermercados priorizam alimentos ultraprocessados, representando 66,9% dos anúncios, em detrimento de proteínas frescas. Javier-Pisco et al. (2024) reforçam que a associação mental do consumidor liga produtos de aquicultura a itens minimamente

processados com vida útil estendida. A desconexão entre a oferta de supermercados e a expectativa de frescor do cliente limita a agregação de valor nesses ambientes de venda formal. A dependência do pescado para segurança alimentar permanece alta em comunidades ribeirinhas, mesmo com a pressão de mercados urbanos. Dias et al. (2023) registraram consumo per capita médio de 66,13 g/dia na Ilha da Paciência, atingindo picos de 116,45 g/dia em períodos de maior captura. Segundo Han et al. (2022), o crescimento do consumo em diferentes países depende do estágio de maturação do mercado e da relação entre renda e produção local. Enquanto regiões amazônicas mantêm o hábito por necessidade cultural e acesso direto, centros urbanos exigem conveniência e padronização para sustentar a demanda crescente por proteína animal.

Limitações metodológicas persistem quanto à comparação direta de disposição a pagar entre canais formais e informais para produtos sem espinha. Futuras investigações devem quantificar o prêmio de preço que o consumidor aceita pagar pela ausência de espinhas em diferentes contextos de venda. A integração de dados sobre estratégias de precificação específicas fará-se necessária para consolidar modelos de negócios sustentáveis na cadeia produtiva. O equilíbrio entre conveniência operacional e manutenção do perfil nutricional original do peixe constitui o próximo desafio técnico para a indústria de beneficiamento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A agregação de valor ao pescado, mediante cortes sem espinhas e maior praticidade, eleva a aceitação sensorial e amplia a intenção de compra. A conveniência no preparo supera barreiras culturais e financeiras, especialmente entre o público feminino na Amazônia que prioriza benefícios à saúde. Produtos com aparência adequada e origem declarada fortalecem a satisfação do consumidor e estimulam o aumento do consumo regular em diferentes canais comerciais.

Este estudo consolida atributos físicos e sensoriais como vetores centrais para estratégias de beneficiamento e comercialização da cadeia produtiva. A ausência de dados sobre precificação específica e comparação direta entre canais formais e informais limita a definição de políticas de preço mais assertivas. Futuras investigações devem quantificar a disposição a pagar por conveniência em supermercados versus feiras livres para otimizar a valorização econômica do setor.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, T. R. M.; ROSA, C. A.; BRANDÃO, L. V.; SILVA, M. C. N.. Tomada de Decisão e Aceitabilidade do Pescado: uma Análise Sensorial Comparativa entre Tilápia e Panga por Consumidores da Amazônia. *Revista de Gestão e Secretariado*, v. 16, n. 4, p. e4839, 2025. DOI: 10.7769/gesec.v16i4.4839.
- BARROS, F. A. L.; BRABO, M. F.; CORDEIRO, C. A. M.. Características morfométricas, rendimentos de cortes e composição centesimal do híbrido tambacu. *Agrarian*, v. 12, n. 43, p. 89-96, 2019. DOI: 10.30612/agrarian.v12i43.8132.
- BOTERO, M. F. A.; PINTO, L. G. Q.; SANTOS, C. T.; CHARDULO, L. A. L.. Composição físico-química e atributos sensoriais da Pirapitinga com e sem espinhas intramusculares e Tambaqui com espinhas. *OBSERVATÓRIO DE LA ECONOMÍA LATINOAMERICANA*, v. 23, n. 9, p. e11442, 2025. DOI: 10.55905/oelv23n9-068.
- DIAS, G. K. S.; SIQUEIRA-SOUZA, F. K.; SOUZA, L. A.; FREITAS, C. E. C.. The consumption of fish by the riverine population of the lower Solimões River, Amazonas, Brazil. *Brazilian Journal of Biology*, v. 83, 2023. DOI: 10.1590/1519-6984.271572.
- DURAN, N. M.; GALVÃO, J. A.; SAVAY-DA-SILVA, L. K.; SONATI, J. G.; OETTERER, M.. Availability and consumption of fish as convenience food – correlation between market value and nutritional parameters. *Food Science and Technology*, v. 37, n. 1, p. 65-69, 2017. DOI: 10.1590/1678-457x.04416.

HAN, K.; LEEM, K.; CHOI, Y. R.; CHUNG, K.. What drives a country's fish consumption? Market growth phase and the causal relations among fish consumption, production and income growth. *Fisheries Research*, v. 254, p. 106435, 2022. DOI: 10.1016/j.fishres.2022.106435.

JAVIER-PISCO, P.; ESCRICHE, I.; IGUAL, M.; GARCÍA-SEGOVIA, P.; PAGAN, M. J.. Evaluation of Consumer Perception of New Aquaculture Products through Applying Focus Group and Check-All-That-Apply Methodologies. *Foods*, v. 13, n. 16, p. 2480, 2024. DOI: 10.3390/foods13162480.

JUNIOR, C. H. F.; RODRIGUES, D. B.; SILVA, G. M.. Comercialização de pescado em restaurantes de balneários de Santarém e Belterra, Pará, Brasil. *Brazilian Journal of Development*, v. 6, n. 2, p. 8932-8947, 2020. DOI: 10.34117/bjdv6n2-269.

LOBATO, F.; ROSA, M.. Lobato e Rosa 2020 do Rio a Mesa o Consumo de Pescados na Amazonia Per. *Ciência, Tecnologia e Inovação: do campo à mesa*, 2020. DOI: 10.31692/iciagro.2020.0047.

MENDES, C.; MIRANDA, L.; CLARO, R.; HORTA, P.. Food marketing in supermarket circulars in Brazil: An obstacle to healthy eating. *Preventive Medicine Reports*, v. 21, p. 101304, 2021. DOI: 10.1016/j.pmedr.2020.101304.

PAGE, M. J. et al. The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, v. 372, n. 71, 2021. DOI: 10.1136/bmj.n71.

PAUL, J. et al. Scientific procedures and rationales for systematic literature reviews (SPAR-4-SLR). *International Journal of Consumer Studies*, v. 45, n. 4, p. 1-16, 2021. DOI: 10.1111/ijcs.12695.

RETHLEFSEN, M. L. et al. PRISMA-S: an extension to the PRISMA Statement for Reporting Literature Searches in Systematic Reviews. *Systematic Reviews*, v. 10, n. 39, 2021. DOI: 10.1186/s13643-020-01542-z.

SNYDER, H. Literature review as a research methodology: an overview and guidelines. *Journal of Business Research*, v. 104, p. 333-339, 2019. DOI: 10.1016/j.jbusres.2019.07.039.