INTERESSE DE BUSCA POR TAMBAQUI (*Colossoma macropomum*) NO GOOGLE TRENDS COMO INDICADOR DE OPORTUNIDADES DE MERCADO PARA PRODUTORES PARAENSES

Alexandre Junior Quemel Pedroso[1], Antonio Gerferson Lopes da Silva[2], Edna Rodrigues Barroso[3], Laissa de Souza Amatsakio[4] Regina Lucia Cardoso Bezerra[5], Lian Valente Brandão[6,.]

[1,5]Discente do curso de Graduação em Engenharia de Pesca Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará-IFPA, Campus Castanhal
[6]Docente do curso de Graduação em Engenharia de Pesca, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará-IFPA, Campus Castanhal
Correspondência: quemelpedroso@gmail.com

O tambaqui (*Colossoma macropomum*) é uma das espécies mais valorizadas da aquicultura amazônica, com forte associação cultural e gastronômica no estado do Pará. Apesar disso, produtores rurais ainda enfrentam dificuldade em planejar oferta, precificação e comunicação comercial em função da escassez de dados sobre a demanda do consumidor final. Ferramentas gratuitas como o Google Trends permitem inferir padrões de interesse de busca por termos específicos e podem subsidiar decisões de marketing digital aplicado à venda direta. O objetivo deste trabalho foi caracterizar o interesse de busca pelo termo tambaqui no estado do Pará nos últimos doze meses, identificando picos sazonais, vales de menor procura e distribuição geográfica da demanda, com vistas a apontar janelas comerciais para produtores. Foi realizada consulta ao Google Trends em 7 de maio de 2026, com filtro geográfico para o Pará, recorte temporal de doze meses e categoria todas, utilizando-se o termo tambaqui em busca na web. Os dados de interesse relativo ao longo do tempo e por cidade foram extraídos e analisados descritivamente. Os resultados indicam comportamento estável da demanda ao longo do ano, com índice médio entre 15 e 25 pontos, e dois eventos extremos relevantes. O pico máximo de interesse, equivalente a 100 pontos, foi registrado entre 29 de março e 4 de abril de 2026, coincidindo integralmente com a Semana Santa, período de maior consumo tradicional de pescado no Brasil. O ponto de menor interesse, com índice zero, ocorreu entre 10 e 16 de agosto de 2025, sem causa sazonal ou regulatória aparente identificada, sugerindo possível efeito de maior oferta regional ou variação estatística da normalização do índice. A análise por cidade revelou concentração da demanda no oeste paraense, com Santarém (100), Itaituba (89) e Altamira (84) liderando o ranking, enquanto a região metropolitana apresentou interesse moderado, com Belém (36), Ananindeua (32) e Castanhal (27) nas últimas posições do conjunto de oito cidades elegíveis. Conclui-se que existe janela comercial bem definida para campanhas digitais antecipadas à Semana Santa e oportunidade de fortalecimento de mercado no oeste paraense, onde a demanda informacional é estruturalmente mais alta. Recomenda-se que produtores planejem estoque, precificação diferenciada e ações de comunicação digital com seis a oito semanas de antecedência ao período de pico identificado.

Palavras-chave: aquicultura; piscicultura amazônica; sazonalidade; marketing digital; venda direta.