



# Relatório Final IPPA – Indicador de Preços para Produtos da Aquicultura

*Bruno José Ogibowski ;  
Henrique Massoqueto*

*Graduandos Zootecnia  
UFPR*

## Resumo do projeto

Atualmente o Brasil se destaca como possuindo um dos maiores potenciais de produção e expansão na área aquícola do mundo. Até 2030, segundo a Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação – FAO, o país pode se tornar um dos maiores produtores de pescado do mundo. Em 2009 a produção aquícola brasileira atingiu 415.649 toneladas, representando um crescimento de mais de 30% se comparado com o ano de 2007, movimentando um total de R\$5 bilhões no PIB apenas neste setor. Apenas se tratando de peixes produzidos, neste mesmo período compreendido de 2007 a 2009, a produção do setor aumentou mais de 100%, atingindo um volume de mais de 337 mil toneladas, destacando-se principalmente o grande número de espécies criadas como tilápia, tambaqui, pacu, pintado entre outras e o aumento do volume total.

Apesar de estar em constante expansão e cada vez movimentar mais dinheiro, além de ter um número considerável de empresas, pessoas, cooperativas e produtos envolvidos ainda não existe um indicador de preços que demonstre ao consumidor as discrepâncias encontradas no preço dos produtos comercializados em diferentes estabelecimentos. O projeto tem como objetivo a criação de um indicador de preços do pescado em mercados e peixarias na cidade e Curitiba, a fim de mostrar a quem possa interessar a média de preços praticados por estes locais, e possíveis variações encontradas, auxiliando ao consumidor na decisão de escolha no momento da compra, ilustrando os estabelecimentos que fornecem o produto desejado e a variação de preços, norteando-o na aquisição do produto de melhor qualidade e preços mais acessíveis. A coleta dos preços será realizada através de visitas aos locais determinados como pontos de comercialização do pescado, além de contatos semanais para registro da variação dos preços. A partir dos dados coletados, desenvolveremos um indicador de preços, que apresentará as variações ocorridas e a discrepância de preços entre os estabelecimentos, auxiliando no fomento ao consumo de produtos aquícolas e desenvolvimento do setor.

## Logomarca



O desenvolvimento da logomarca se deu com embasamento no futuro do IPPA, ao ser aceito sua inclusão dentro dos indicadores do Centro de Informações do Agronegócio (CIA-UFPR), pensou-se em realizar primariamente um estudo das logos que formam o laboratório, o Laboratório de Pesquisas em Bovinocultura (Lapbov) e o Laboratório de Pesquisas Econômicas em Suinocultura (Lapesui).



A ideia principal foi manter uma imagem de um peixe, para caracterizar o animal aqui em questão trabalhado, foi mantida principalmente a linha de tendência, que é a característica mais marcante das logomarcas em questão. Foi apenas seguida a ideia principal, a manutenção do nome, da imagem e da linha de tendência, sem que fosse copiado de maneira integral as logos.

## Metodologia

Dentre uma gama de opções de produtos comercializados em Curitiba, a equipe IPPA selecionou os quatro produtos que vem sendo cotados os preços com base em alguns quesitos, tais como:

- **Paridade na forma de apresentação:** diz respeito à forma de comercialização do pescado em questão, sendo escolhidos os peixes inteiros e frescos, com exceção do filé de Tilápia. Com isso, tomamos como base a disponibilidade dos peixes nos Supermercados que possuem o departamento de peixaria em suas dependências assim como estabelecimentos de venda direta de pescados propriamente ditos, peixarias, que se encontram na cidade de Curitiba – PR. Sendo que o produto escolhido deve ser comercializado sob mesma forma de apresentação, para que os preços sejam coerentes de acordo com o mesmo tipo de produto em ambos os estabelecimentos, assim como apresentem a mesma nomenclatura popular “Salmão” ou “Pacu” para o caso de que seja encontrado produtos como “truta

salmonada” ou “Tambaqui”, que são animais comercializados sob o mesmo nome popular.

- **Peixes cultivados:** Os produtos escolhidos, são oriundos da piscicultura, ou seja são cultivados e não extraídos, porem no caso da coleta de preços não serão recusados produtos oriundos da pesca por exemplo, uma vez que o produto comercializado é o mesmo e a destinação final também.

Para que a representação dos preços possa ser efetiva, determinamos a sexta feira como dia oficial para coleta, pois após analisarmos dia a após dia as variações nos estabelecimentos, concluímos que seria o melhor dia, o qual mostra estabilidade de preço, sem grandes influencias externas que possam causar oscilação no preço. Outro fator importante é o fato de ser geralmente nas quintas feiras o dia em que os estabelecimentos recebem novas remessas de produtos, deixando assim o produto mais fresco para o dia da coleta.

## Peixes escolhidos

- Salmão Inteiro Resfriado

- Pintado Inteiro Resfriado

- Pacu Inteiro Resfriado

- Filé de tilápia

## Escolha das peixarias e supermercados

Inicialmente realizamos uma pesquisa no município de Curitiba a fim de listar todas as peixarias ativas e supermercados que comercializam pescado. A partir disso, foi necessário um nivelamento regional, dispondo cada comércio listado, em um mapa do município Curitiba para melhor visualizarmos a distribuição dos possíveis locais onde os preços seriam coletados.

Para criar um itinerário de coleta dos preços, elegemos oito peixarias e três mercados, localizados nas mais diversas regiões de Curitiba, afim de melhor representar os dados como um todo, que compõem a média dos preços a serem publicados.



### PEIXARIAS:

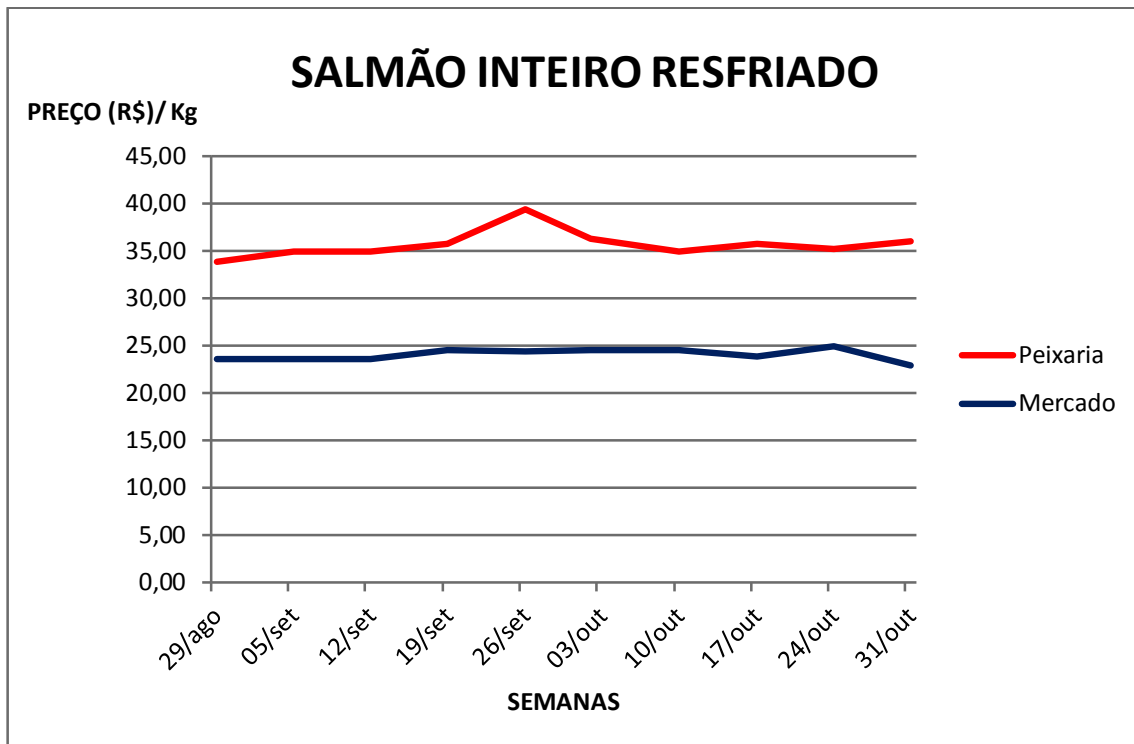
- Paraíso
- São José
- Kelimozer
- Tatiana
- Arantes
- Santa Clara
- Cruzeiro
- São Marcos

## SUPERMERCADOS:

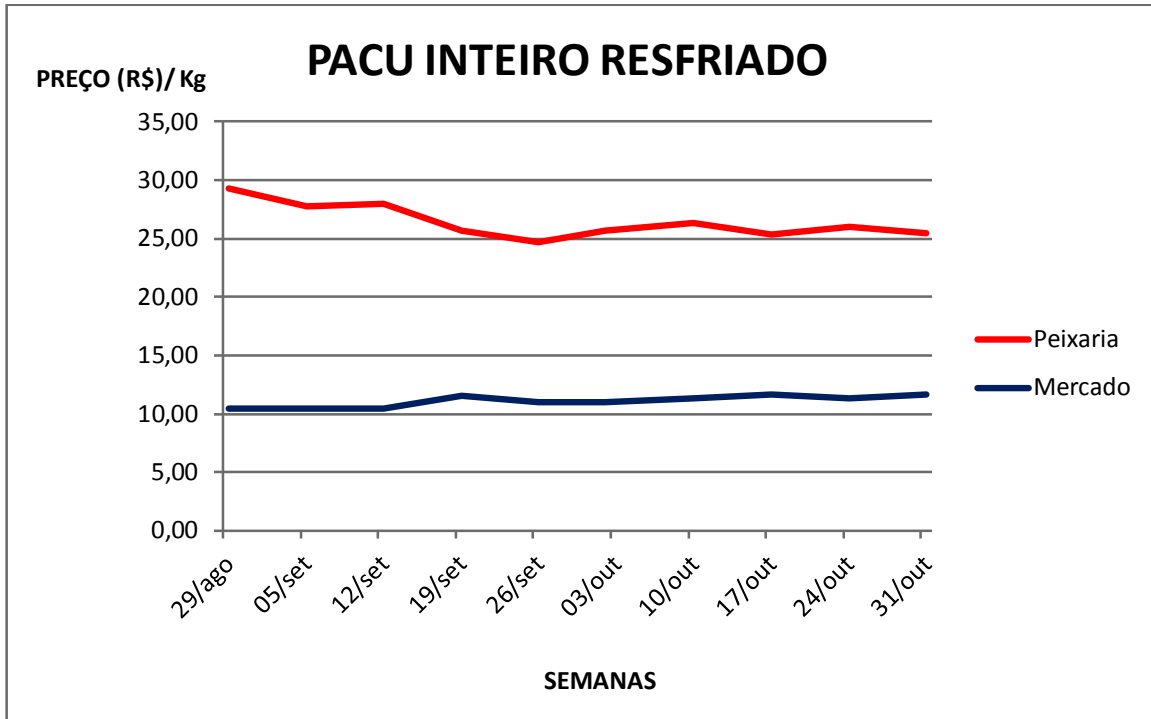
- BIG
- Extra
- Carrefour

## Resultados

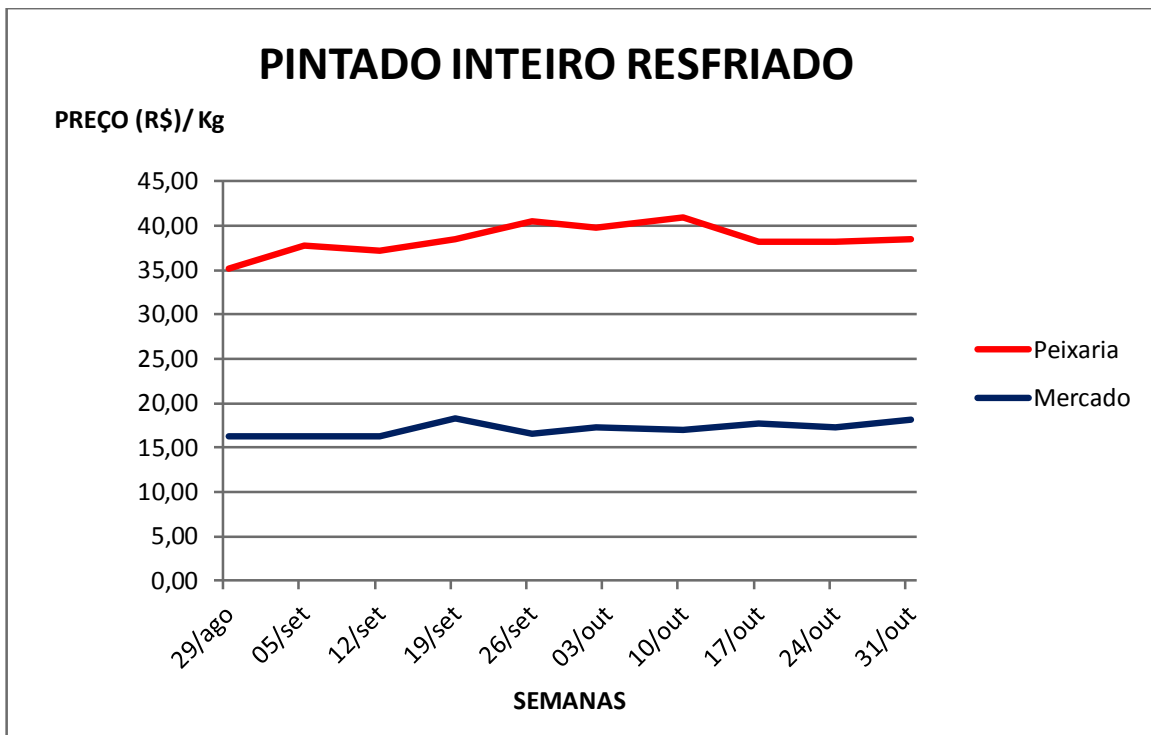
- Salmão Inteiro Resfriado:



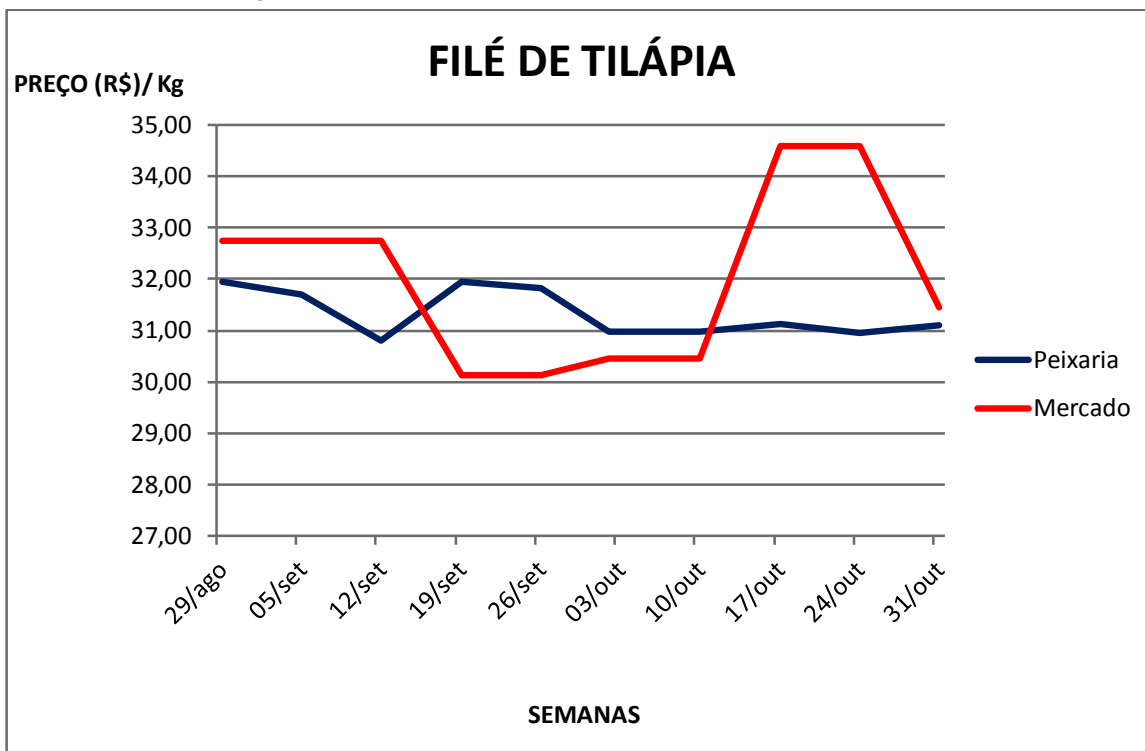
- **Pacu Inteiro Resfriado**



- **Pintado Inteiro Resfriado**



- **Filé de Tilapia**



Durante todo o trabalho de coleta de dados e análise dos preços percebemos certas tendências e conseguimos retirar disto alguns resultados:

- O produto que mais variou em porcentagem, comparado a primeira semana de coleta com a ultima foi o pacu nas peixarias com variação de 13,5%, sendo cotado inicialmente na média, na semana do dia 29 de agosto em R\$29,30 e na ultima semana de coleta no dia 31 de outubro era encontrado em média por R\$25,48. Já nos mercados em porcentagem o pintado foi o produto que mais variou o preço se comparado preço inicial com preço final. Era inicialmente vendido na primeira semana em média por R\$16,26 e na ultima semana, na media, era comercializado por R\$18,08.
- Quando tratamos dos produtos em valor efetivo, encontramos que o produto que mais variou de preço foi o pintado, com valorização média de R\$3,28/kg, sendo inicialmente comercializado com o preço de R\$35,18 e no fim das coletas de dados o seu preço foi de R\$38,45. Enquanto nos mercados o produto com maior valorização efetiva foi de R\$1,82. Sendo no início comercializado por R\$32,74 e na semana do dia 31 de outubro, o mesmo produto era vendido em média por R\$31,46.
- São encontrado nos mercados os produtos mais baratos, com exceção do filé de tilapia. No caso do pacu, salmão e pintado a diferença de preços entre mercados e peixarias se



manteve quase constante, onde é observado sempre os valores médios nas peixarias mais elevados em comparação dos mercados. No caso do filé de tilápia esta ordem se inverte, o qual foi encontrado mais barato durante metade das semanas no mercados e na outra metade mais barato nas peixarias. Como nos mostra os gráficos a seguir:

- O tipo de produto influenciou na variação de preço, pois ha diferença entre os produtos comercializados entre mercados e peixarias, mesmo considerando o fato de possuírem a mesma nomenclatura de apresentação em ambos os estabelecimentos.
- A partir do número de acessos obtidos na página do facebook, nas publicações do indicador, observou-se que a meta de público pré- estabelecida no projeto foi cumprida.

### **Continuidade:**

Juntamente com equipe CIA-UFPR, para as próximas semanas e futuras publicações serão alterados os modos de divulgação assim como informações disponíveis na pagina oficial do IPPA no facebook, com objetivo de melhorar a visualização e entendimento do todo por parte do leitor. Serão modificados, gráficos, tabelas e textos de divulgação.

### **Conclusão:**

Houve variação de preços entre os produtos analisados nos estabelecimentos descritos, caracterizando o mercado de produtos da piscicultura em Curitiba como um mercado estabelecido, caracterizando um tipo de comercialização, excluindo certas exceções que registra pouca variação de preços.