

EIXO TEMÁTICO: RECURSOS NATURAIS  
FORMA DE APRESENTAÇÃO: PÔSTER

## **OFERTA E DEMANDA DE PESCADO CERTIFICADO EM SANTOS/SP - BRASIL**

Sílvia Lima Oliveira dos Santos<sup>1</sup>

Alpina Begossi<sup>2 3 4</sup>

Fabio Giordano<sup>5</sup>

### **Resumo**

Atualmente os ecossistemas marinhos sofrem as consequências de anos sobreexploração, por isso a gestão da pesca se voltou nas últimas décadas para a exploração sustentável dos recursos pesqueiros, utilizando instrumentos de regulação tradicionais e uma ferramenta focada no consumidor, as certificações ecológicas. O presente estudo teve como objetivo conhecer o gap entre oferta e demanda de pescados certificados. A pesquisa foi realizada no município de Santos, nos meses de maio e junho de 2018, a partir das informações das embalagens dos produtos disponíveis nos supermercados e de respostas de consumidores entrevistados no hipermercado Extra. Os resultados mostraram que, embora os consumidores estejam interessados em comprar pescados certificados, os supermercados ainda não oferecem muitas opções. Verificou-se um potencial nicho de mercado que poderia fomentar o desenvolvimento sustentável da pesca.

**Palavras Chave:** Pesca sustentável; gestão da pesca; recursos naturais marinhos; certificações ecológicas; preferência de consumo.

### **INTRODUÇÃO**

Os ecossistemas marinhos possuem grande biodiversidade, porém alguns estudos já alertam para a queda na abundância e diversidade dos estoques marinhos. Esse declínio é apontado como consequência da sobreexploração dos recursos pesqueiros, indicada como principal causa do colapso de unidades populacionais dos estoques. Como efeito, pode-se destacar impactos nos ecossistemas, alterando a capacidade de produção pesqueira no futuro (LAUCK *et al.*, 1998; VILLASANTE e SUMAILA, 2010; FREIRE e PAULY, 2010).

---

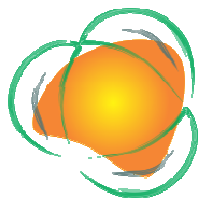
<sup>1</sup> Aluna do Mestrado em Ecologia – PPG-ECOMAR - Universidade Santa Cecília (UNISANTA), Santos – SP, E-mail: slsantos.adm@gmail.com.

<sup>2</sup> Prof. Dr. PPG-ECOMAR - Universidade Santa Cecília (UNISANTA), Santos – SP, E-mail: albegossi@gmail.com.

<sup>3</sup> Prof. Dr. Capesca/Nepa/Unicamp, Campinas, SP - E-mail: albegossi@gmail.com.

<sup>4</sup> Dir. Executiva - Fisheries and Food Institute (www.fisheriesandfood.com), E-mail: albegossi@gmail.com.

<sup>5</sup> Prof. Dr. PPG-ECOMAR - Universidade Santa Cecília (UNISANTA), Santos - SP, E-mail: giordano@unisanta.br.



Há polêmicas sobre como deve ser a gestão da pesca e meios de fomentar uma exploração mais sustentável dos recursos pesqueiros, que embora sejam renováveis, são finitos. Políticas e regulamentos foram concebidos para diminuir a pressão sobre as unidades populacionais que estavam em risco. Por algum tempo essas medidas se concentraram do lado da oferta de produtos, utilizando instrumentos políticos para promover uma gestão mais sustentável, como a regulação de cotas e criação de áreas marinhas protegidas, entre outras medidas. (THRANEA, ZIEGLES e SONESSON, 2009; JAFFRY *et al*, 2004)

Foi a partir da década de 80, após a Terceira Conferência das Nações Unidas sobre o Direito do Mar, que a gestão mundial da pesca iniciou uma era focada na conservação da biodiversidade e recuperação dos ecossistemas. A partir da década de 90 estudos apontaram limitações nas técnicas tradicionais de controlar a sobreexploração e desenvolveu-se uma nova vertente de gestão, focada na demanda, na pressão positiva que o consumidor pode exercer sobre a oferta de produtos mais responsáveis e ecológicos. A rotulagem ou certificação ecológica de pescados é considerada uma ferramenta de marketing e uma ferramenta estratégica de gestão para o manejo sustentável dos recursos pesqueiros (LAUCK *et al*, 1998; POTTS e HAWARD, 2007; KIRBY, VISSER e HANICH, 2014).

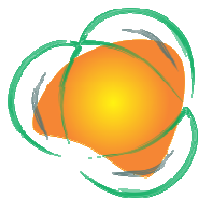
Este estudo voltou-se para a certificação ecológica de produtos provenientes da pesca, com um enfoque no município de Santos, no litoral de São Paulo. Esta cidade é litorânea, portuária e turística, recebe visitantes brasileiros e estrangeiros durante todo o ano. Conhecida pela qualidade de vida que oferece, entre os municípios brasileiros ocupa o quinto lugar no Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), possui um histórico de preocupação ambiental (SANTOS, 2017).

O objetivo deste estudo foi conhecer o mercado de pescado e verificar o gap entre oferta e demanda por pescados certificados na cidade de Santos/SP.

## **METODOLOGIA**

O presente estudo é um trabalho investigativo sobre a intenção de compra e venda de pescado certificado nas grandes redes de supermercado de Santos. Foi realizada pesquisa bibliográfica e logo após uma pesquisa de campo para coleta de dados, por meio de uma entrevista com consumidores presentes em um hipermercado da cidade e coleta de dados dos produtos oferecidos em cinco (5) supermercados localizados em Santos/SP. Após a coleta, os dados foram tabulados de forma quantitativa e analisados qualitativamente.

A autora elaborou um roteiro de visita de campo em forma de tabela, para coletar as seguintes informações contidas nas embalagens dos produtos: produto (espécie), marca, peso, preço, local de produção, data vencimento, existência de selo ecológico. Os supermercados visitados foram: Supermercado Pão de Açúcar - Av. Conselheiro Nébias, Hipermercado Extra - Av. Ana Costa, Supermercado Carrefour - Av. Conselheiro Nébias, Supermercado Carrefour - Praiamar, Pão de Açúcar - Av. Presidente Wilson. Os critérios de exclusão foram produtos que não tivessem pares de outras marcas para serem comparados. Se um produto tivesse certificado e não tivesse par, esse seria listado para constar na pesquisa.



As entrevistas foram realizadas com consumidores de pescado presentes no hipermercado Extra, no município de Santos, durante os meses de maio e junho de 2018. Foi utilizado um questionário qualitativo semiaberto para as entrevistas (para aqueles que estavam presentes no momento da pesquisa). Foram selecionados apenas os respondentes que estavam dispostos a participar da pesquisa. Ao todo 35 pessoas responderam à pesquisa, outros consumidores abordados se negaram a participar por não consumir pescado, por falta de tempo ou interesse. Na abordagem dos consumidores foi entregue o termo de consentimento, sendo assim esta pesquisa atendeu as recomendações do Comitê de Ética de Pesquisa respeitando os sujeitos pesquisados, incluindo sua liberdade de participação voluntária.

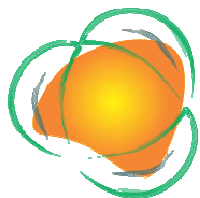
## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

*Perfil dos respondentes:* Dos 35 respondentes, 20 eram mulheres, ou 57% dos respondentes, e 15 homens, ou 43% dos respondentes. Dentre as 20 mulheres, 16 estavam acima de 51 anos e 14 declararam que consomem pescado com frequência. Dentre os 15 homens, 9 estavam acima de 51 anos e 10 declaram comer pescado com frequência. Nesta amostra populacional, 18 entrevistados tinham até o ensino médio completo e 17 entrevistados tinham nível superior ou acima.

*Perfil de consumo de pescado:* Quando questionados pelo interesse em comprar pescado se este tivesse um certificado ecológico, garantindo qualidade ambiental e procedência, 32 entrevistados responderam que teriam mais interesse e três afirmaram não possuir interesse, alegando falta de confiança nas certificações, devido à possíveis fraudes. Esse resultado confirma o que alguns autores apontaram em seus estudos sobre a falta de credibilidade de alguns selos ecológicos, e o receio dos consumidores de serem enganados por fraudes (KIRBY, VISSER e HANICH, 2014; CAI, XIE e AGUILAR, 2017).

Mas, quando foram questionados sobre a disponibilidade em pagar mais caro em produtos certificados, o número de respondentes que afirmou que continuaria preferindo o produto certificado caiu para 26, e 9 respondentes afirmaram que não pagariam mais caro. Nos estudos de Roheim, Asche e Santos (2011) em Londres os consumidores pagavam um prêmio significativo de 14,2% em produtos certificados, mostrando uma diferenciação nestes produtos. No Japão, Uchida et al (2013) verificaram que consumidores japoneses estavam dispostos a pagar até 20% a mais no salmão certificado pela Marine Stewardship Council (<https://www.msc.org>).

*Resultados das embalagens:* No Supermercado Pão de Açúcar (Av. Conselheiro Nébias) foram listados 8 produtos, sendo que apenas 2 possuíam selo ecológico. A marca que tinha certificado era a Noronha Pescados. No Hipermercado Extra (Av. Ana Costa) foram listados 12 produtos e 3 possuíam selo ecológico. As marcas com certificado eram a Noronha Pescados e a Netuno Pescados. No Supermercado Carrefour (Av. Conselheiro Nébias) foram listados 12 produtos e apenas 1 possuía selo ecológico, da marca Netuno Pescados. No Supermercado Carrefour (Shopping Praiamar) foram listados 15 produtos e apenas 1 possuía selo ecológico, da marca Netuno Pescados. No Supermercado Pão de Açúcar (Av. Presidente Wilson) foram listados 3 produtos e nenhum possuía selo ecológico.



A pesquisa mostrou que a oferta de produtos certificados ainda é pequena nos mercados de grande rede na cidade de Santos. Os resultados mostraram que apenas duas marcas nacionais possuíam selos ecológicos, confirmando que ainda é incipiente a oferta de produtos certificados. Nem sempre os produtos certificados possuem preço final maior do que os produtos não certificados, porém não há divulgação sobre a certificação, nem sobre sua importância, para que o consumidor possa fazer sua escolha baseado em informações. Alguns autores acreditam que se houvesse campanhas de conscientização e educação ambiental o consumo de produtos certificados poderia aumentar. (WESSELLS, JOHNSTON e DONATH, 1999; BRANDALISE *et al*, 2009)

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados sugerem que se os supermercados da cidade investissem na oferta de produtos certificados, os moradores estariam dispostos a consumir e pagar um pouco mais caro por este serviço. Seria necessário realizar uma pesquisa de mercado mais detalhada, principalmente com restaurantes de frutos do mar, mesmo assim verificou-se que há um potencial nicho de mercado, que pode fomentar o desenvolvimento sustentável dos recursos pesqueiros. Esta estratégia também poderia trazer uma diferenciação ao setor gastronômico, atraindo turistas exigentes, e ao mesmo tempo, fomentando o consumo mais consciente e ecológico de pescado.

## AGRADECIMENTOS

Ao apoio dado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) que contribuiu com o financiamento durante o desenvolvimento deste trabalho.

## REFERÊNCIAS

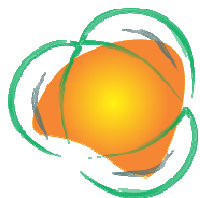
BRANDALISE, Loreni Teresinha; BERTOLINI, Geysler Rogis Flor; ROJO, Cláudio Antonio; LEZANA, Álvaro Guilherme Rojas; POSSAMAI, Osmar. A percepção e o comportamento ambiental dos universitários em relação ao grau de educação ambiental. **Gest. Prod.**, São Carlos, v. 16, n. 2, p. 273-285, abr.-jun. 2009

CAI, Zhen ; ,XIE, Yi ; AGUILAR, Francisco X.. Eco-label credibility and retailer effects on green product purchasing intentions. **Forest Policy and Economics**, 80, pp. 200–208, 2017.

FREIRE, Kátia M.F.; PAULY, Daniel. Fishing down Brazilian marine food webs, with emphasis on the east Brazil large marine ecosystem. **Fisheries Research**, 105, pp. 57–62, 2010.

JAFFRY, Shabbar; PICKERING, Helen; GHULAM, Yaseen; WHITMARSH, David; WATTAGE, Prem. Consumer choices for quality and sustainability labelled seafood products in the UK. **Food Policy**, 29, pp. 215–228, 2004.

KIRBY, David Seán; VISSER, Candice; HANICH, Quentin. Assessment of eco-labelling schemes for Pacific tuna fisheries. **Marine Policy**, 43, pp 132-142, 2014.



LAUCK, Tim; CLARK, Colin W.; MANGEL, Marc; MUNRO, Gordon R.. Implementing the precautionary principle in fisheries management through marine reserves. **Ecological Applications**, 8 (1) Supplement, 1998, pp. S72–S78

ROHEIM, Cathy A.; ASCHE, Frank; SANTOS, Julie Insignares. The Elusive Price Premium for Ecolabelled Products: Evidence from Seafood in the UK Market. **Journal of Agr. Econ.**, Vol. 62, No. 3, pp. 655–668, 2011.

SANTOS, Prefeitura Municipal. **Conheça Santos**: dados gerais. (Site oficial). Disponível em: <<http://www.santos.sp.gov.br/conheca-santos/dados-gerais>> Acesso em: 11 set. 2017.

POTTS, T.; HAWARD, M. International trade, eco-labelling, and sustainable fisheries – recent issues, concepts and practices. **Env. Devel. and Sust.**, 9, pp. 91–106, 2007.

THRANEA, Mikkel; ZIEGLER, Friederike; SONESSON, Ulf. Eco-labelling of wild-caught seafood products. **Journal of Clean. Prod.**, 17, pp. 416–423, 2009.

UCHIDA, Hirotsugu; ROHEIM, Cathy A.; WAKAMATSU, Hiroki; ANDERSON; Christopher M.. Do Japanese consumers care about sustainable fisheries? Evidence from an auction of ecolabelled seafood. **Aust. Journal of Agr. and Res. Econ.**, 58, pp. 263–280, 2013.

VILLASANTE, Sebastian; SUMAILA, Ussif Rashid. Estimating the effects of technological efficiency on the European fishing fleet. **Marine Policy**, 34, pp. 720–722, 2010.

WESSELLS, Cathy R.; JOHNSTON, Robert J.; DONATH, Bolger. Assessing Consumer Preferences for Eco-labeled Sea Food: The Influence of Species, Certifier, and Household Attributes. **Amer. Journal Agr. Econ.** Vol 81, Number 5, pp. 1084-1089, 1999.