

# O Mercado Brasileiro para o Camarão Industrializado

*Charles Mendonça, Engenheiro de Pesca – Camarões do Brasil*

Os impactos causados pelas medidas de distanciamento social adotadas no enfrentamento da pandemia da Covid-19 no Brasil também alcançaram toda a cadeia produtiva do camarão cultivado, sobretudo com mais intensidade os produtores que dependem exclusivamente da comercialização do camarão em sua forma in natura, sem submetê-lo a qualquer processo industrial. Nesse modelo de negócio, a capacidade de armazenamento da produção se resume à capacidade do produtor em manter a produção no tanque de cultivo até o momento da despesca, determinado por razões técnicas ou comerciais, mas sempre sujeito às "intempéries" da conjuntura do momento.

Com as medidas de restrição social implantadas no primeiro momento da pandemia, a maioria dos produtores perdeu seus principais canais de comercialização, tendo como opções manter o camarão em cultivo, aumentando seus custos, ou se submeter à preços muito abaixo em relação ao que vinha praticado nos últimos meses. Como consequência imediata, o valor médio de referência para o camarão in natura de 10 gramas sofreu uma queda da ordem de 55%, passando a ser comercializado a um preço médio de R\$ 10,00/Kg na comporta. Em contrapartida, produtores que detenham a capacidade de industrializar seu camarão e mantê-lo armazenado até o mercado sinalizar melhores, sem sombra de dúvidas, contabilizaram perdas financeiras menores, comparando com os que comercializaram na forma in natura nesse primeiro momento, mesmo tendo custos agregados mais elevados.

De uma maneira geral, a necessidade de encontrar novos canais e modelos de comercialização passou a ser uma questão urgente para o setor nesses tempos de Covid-19. Muito embora de forma individual e descentralizada, ocorreu um crescimento sensível dos canais de venda para o consumidor

final, quer seja de forma direta entre produtor e consumidor, ou através de pontos de vendas em varejo, como supermercados e peixarias. De fato, se acredita que esses canais, mesmo após a pandemia, deverão se fortalecer no Brasil, favorecendo o aumento da oferta de camarão industrializado no mercado.

Nessa realidade, o produtor deve estar preparado para ofertar camarão processado que atenda aos requisitos de qualidade e segurança alimentar exigidos pelo mercado e pela legislação vigente, buscando sempre desenvolver produtos voltados a suprir às necessidades do consumidor, de acordo com o segmento no qual está inserido. Dessa forma, entender os padrões técnicos e comerciais dos produtos, bem como suas nomenclaturas e denominações comerciais é fator sine qua non para "navegar" com segurança nesse mercado. Em síntese, o mercado para camarão industrializado representa uma oportunidade para o produtor ampliar seus canais de comercialização e principalmente, conseguir maior pulverização de suas vendas, pelo que se faz necessário uma adequação de seus conceitos técnicos, operacionais e comerciais.

Termos como formas de apresentação; classificação e uniformidade, são comuns no cotidiano do mercado do camarão industrializado e, muito embora sejam amplamente difundidos em todo o mundo, ainda soam com

estranheza para a grande maioria dos produtores nacionais, colocando-os em uma posição desfavorável do ponto de vista comercial, desde as diretrizes de sua produção até à formação do preço de venda do produto. Sem conhecimento desses conceitos básicos, o produtor dificilmente alcançará sucesso nesse mercado.

Diferente do mercado do camarão in natura, popularmente conhecido como "fresco", o mercado de camarão processado do Brasil utiliza, desde os seus primórdios, a mesma metodologia de classificação utilizada pelo mercado internacional, expressando-a em número de peças/unidade de peso, usando peças/Kg para o camarão inteiro e peças/libra para camarões sem cabeça, com ou sem casca (Tabelas I, II e III). Nesse método de classificação são consideradas faixas de amplitude de peso para cada classe de tamanho, sendo ideal que o peso individual das peças se concentrem no centro dessas faixas de amplitude, o que resulta em um produto com melhor uniformidade.

A uniformidade é uma variável importante quando se trata de camarão processado, principalmente nos de maior tamanho, pois nesse caso a diferença de peso entre a maior e a menor peça tende a ser mais representativa e, quando o produto é destinado a preparação de pratos em restaurantes, por exemplo, a disparidade de tamanho entre as peças é indesejada (Figuras 1 e 2).

**Tabela I - Classificação camarão inteiro ( com cabeça)**

TABELA DE CLASSIFICAÇÃO DO CAMARÃO INTEIRO					
CLASSIFICAÇÃO	AMPLITUDE DE PESO (g)	Nº DE PEÇAS/ 1 Kg			UNIFORMIDADE IDEAL
		MÍNIMO	IDEAL	MÁXIMO	
150/Up	< 6,6	150	NA	NA	NA
120/150	6,6 - 8,2	120	135	150	1,25
100/120	8,3 - 10,0	100	110	120	1,20
80/100	10,1 - 12,5	80	90	100	1,25
70/80	12,6 - 14,2	70	75	80	1,14
60/70	14,3 - 16,6	60	65	70	1,17
50/60	16,7 - 20,0	50	55	60	1,20
40/50	20,1 - 25,0	40	45	50	1,25
30/40	25,1 - 33,3	30	35	40	1,33
20/30	33,4 - 50,0	20	25	30	1,50
15/20	50,1 - 66,6	15	18	20	1,33
10/15	66,7 - 100	10	13	15	1,50
Up/10	> 100	<10	NA	NA	NA

**Tabela II - Classificação camarão sem cabeça**

TABELA DE CLASSIFICAÇÃO DO CAMARÃO SEM CABEÇA						
CLASSIFICAÇÃO	AMPLITUDE DE PESO (g)		Nº DE PEÇAS/Libra (454g)			UNIFORMIDADE IDEAL
	Cauda	Equivalente a Inteiro	MÍNIMO	IDEAL	MÁXIMO	
151/Up	< 3,0	< 4,6	151	NA	NA	NA
131/150	3,0 - 3,4	4,6 - 5,2	131	140	150	1,15
111/130	3,5 - 4,0	5,3 - 6,3	111	120	130	1,15
91/110	4,1 - 4,9	6,3 - 7,5	91	100	110	1,20
71/90	5,0 - 6,4	7,6 - 9,8	71	80	90	1,25
61/70	6,5 - 7,4	10 - 11,3	61	65	70	1,15
51/60	7,5 - 8,9	11,5 - 13,6	51	55	60	1,15
41/50	9,0 - 11,0	13,8 - 16,9	41	45	50	1,20
36/40	11,3 - 12,6	17,3 - 19,3	36	38	40	1,15
31/35	12,9 - 14,6	19,8 - 22,4	31	33	35	1,15
26/30	15,1 - 17,4	23,2 - 26,7	26	28	30	1,15
21/25	18,1 - 21,6	27,8 - 33,2	21	23	25	1,20
16/20	22,7 - 28,3	34,9 - 43,5	16	18	20	1,25
11/15	30,2 - 41,2	46,4 - 63,3	11	13	15	1,30
Up/10	> 45	> 69,2	<10	NA	NA	NA

**Tabela III – Classificação camarão descascado (filé)**

TABELA DE CLASSIFICAÇÃO DO CAMARÃO DESCASCADO						
CLASSIFICAÇÃO	AMPLITUDE DE PESO (g)		Nº DE PEÇAS/Libra (454g)			UNIFORMIDADE IDEAL
	Descascado	Equivalente a Inteiro	MÍNIMO	IDEAL	MÁXIMO	
151/Up	< 3,0	< 5,6	151	NA	NA	NA
131/150	3,0 - 3,4	5,6 - 6,3	131	140	150	1,15
111/130	3,5 - 4,0	6,3 - 7,5	111	120	130	1,15
91/110	4,1 - 4,9	7,6 - 9,1	91	100	110	1,20
71/90	5,0 - 6,4	9,3 - 11,8	71	80	90	1,25
61/70	6,5 - 7,4	12,0 - 13,8	61	65	70	1,15
51/60	7,5 - 8,9	14,0 - 16,6	51	55	60	1,20
41/50	9,0 - 11,0	16,8 - 20,6	41	45	50	1,20
36/40	11,3 - 12,6	21,2 - 23,6	36	38	40	1,15
31/35	12,9 - 14,6	24,2 - 27,3	31	33	35	1,15
26/30	15,1 - 17,4	28,3 - 32,6	26	28	30	1,15
21/25	18,1 - 21,6	33,9 - 40,5	21	23	25	1,20
16/20	22,7 - 28,3	42,5 - 53,0	16	18	20	1,25
11/15	30,2 - 41,2	56,6 - 77,3	11	13	15	1,30
Up/10	> 41,2	> 77,3	<10	NA	NA	NA



Figura 1 – Camarão inteiro 80/100 com uniformidade de 1,25



Figura 2 – Camarão inteiro 80/100 com uniformidade acima de 1,6

O Brasil consome camarão processado em todas as suas formas de apresentação (Tabela IV), contudo para cada segmento há uma preferência de acordo com as necessidades do consumidor. Basicamente o mercado é dividido em dois grandes setores, Foodservice e varejo, sendo o primeiro representado por restaurantes, bares, hotéis, cozinhas industriais etc. e, o segundo por unidades de negócios voltadas a atender o consumo doméstico, como supermercados, peixarias, empórios, e empresas de delivery, entre outros.

**Tabela IV – Principais formas de apresentação do camarão industrializado**

	GRUPO	PRODUTO	CARACTERÍSTICAS
	COM CASCA	INTEIRO	Com cabeça e casca
		CAUDA (Sem Cabeça)	Sem cabeça e com casca
	DESCASCADOS	PUD (Peeled Undeined)	Camarão descascado (com víscera)
		P&D (Peeled and Develned)	Descascado e eviscerado através de um corte superficial no dorso
		PPV (Peeled Pull Vein)	Descascado e eviscerado sem corte no dorso
	SEMI-DESCASCADOS	PTO (PUD Tail on)	Camarão descascado, com víscera, com o ultimo segmento da carapaça e telson preservados
		P&D Tail on	Descascado, eviscerado com corte superficial no dorso, com o ultimo segmento da carapaça e telson preservados
		PPV Tail on	Descascado e eviscerado sem corte no dorso, com o ultimo segmento da carapaça e telson preservados
		BUTTERFLY	Descascado, eviscerado com corte profundo no dorso e espalmado

No setor de foodservice a maior demanda está em produtos crus, que são destinados à preparação de refeições, sendo importante nesse caso atender aos critérios de padronização exigidos e os conceitos de facilitação dos processos de transformação aos quais serão submetidos, portanto existe uma tendência de maior procura por produtos descascados. Para camarões de maior tamanho, há significativa preferência pelos descascados eviscerados. Vale ressaltar que este setor apresenta grande potencial de consumo, que pode ser demonstrado pelo crescimento vertiginoso das redes de restaurantes especializados em camarão nos últimos anos, ainda assim estima-se que menos de 20% dos bares e restaurantes do Brasil tenham em seu menu algum prato a base de camarão.

Os padrões de qualidade do camarão cultivado, quando bem industrializado, permitem um alto aproveitamento nos processos de transformação e elaboração de refeições, o que o torna um dos produtos mais requeridos nas cozinhas de restaurantes das diferentes regiões do Brasil.



O varejo é caracterizado por apresentar uma maior diversidade de produtos, envolvendo todas as formas de apresentação e embalagens, que vai desde os mais simples, como o camarão inteiro a granel, até os com maior agregação de valor, como empanados pré-fritos e rings de camarões descascados cozidos. Tendo como objetivo principal, o consumo doméstico, sendo que, o maior desafio neste setor é ofertar produtos que atendam às necessidades dos diferentes perfis de consumidores, de acordo com cada segmento. Muito embora todos os segmentos que atuam na comercialização de produtos para o consumo doméstico são enquadrados no varejo, existem diferenças significativas nos padrões entre eles. Para ilustrar, pode-se citar os segmentos de peixarias e supermercados que, via de regra, ofertam camarão em formas de apresentação muito diferentes. Por isso, se faz necessário, entender tais diferenças, tendo em vista o desenvolvimento de produtos e soluções específicas para cada um deles, com aplicação das distintas tecnologias e recursos em sua produção.



De uma maneira geral o setor de varejo precisa ofertar mais do que simples produtos, mas acima de tudo, conceder facilidades para o consumidor. Assim, a importância do desenvolvimento de produtos voltados às diferentes classes de consumo, tem se tornado um divisor de águas para uma maior participação destes nas gôndolas, seja em empórios voltados às classes de maior poder aquisitivo, como nas redes de atacarejo mais populares. Por sua versatilidade, desde que apresentado da forma correta, o camarão marinho cultivado pode se fazer presente nos mais diversos nichos desse mercado.

É importante destacar que existe grande demanda por camarões de todos os tamanhos e formas de apresentação, mas é preciso considerar as características socioeconômicas e culturais da população brasileira, para entender o potencial de consumo em cada faixa de classe social, nas diferentes regiões do país. Considerando apenas o perfil econômico da população, de acordo com a renda familiar nas diferentes classes sociais (Tabela V), não é difícil vislumbrar que, quanto mais o produto se torna acessível para as classes de menor poder econômico, maior o potencial de venda.

Aliás, esse aspecto não impossibilita a comercialização de camarões de maior tamanho e com maior valor agregado, apenas indica que quanto mais alto o valor de venda, menor sua participação nas faixas de menor poder de consumo, que por sua vez representam a maior parcela da população. Dessa forma o produtor deve planejar suas ações de acordo com sua capacidade produtiva e com o perfil de consumidor que pretende atender.

**Tabela V – Renda familiar por classe social – Fonte: FGV Social 2019**

CLASSE SOCIAL	PARTICIPAÇÃO ( % )	HABITANTES	RENDA FAMILIAR/MES
A / B	14,4	30 MILHÕES	ACIMA DE R\$ 8.159,00
C	55,3	115,3 MILHÕES	R\$ 1.892,00 a R\$ 8.159,00
D / E	30,3	63,2 MILHÕES	ATÉ R\$ 1.892,00

Considerando esse grande potencial de consumo, o setor de varejo apresenta oportunidades para a oferta de camarões de todos os tamanhos e formas de apresentação, envolvendo desde camarões grandes embalados à vácuo à produtos a granel, dispostos em gondolas. Inclusive, nos últimos anos se destaca o crescimento da oferta de camarões cozidos acondicionados em embalagens de menor peso, que proporcionam mais facilidade e possibilitam um menor preço relativo de venda ao consumidor.



Camarão empanado pré-frito | Ring de camarão descascado cozido



Camarão cozido, de classificação pequena, embalado em unidade de menor peso, como exemplo a de 200g, possibilita o acesso do consumidor de menor poder aquisitivo, que representa 85,6% da população brasileira. Ademais, produtos embalados em porções menores, oferece facilidade para um perfil de consumidor crescente no Brasil, constituído por pessoas que vivem sozinhas e que já representam mais de 15% dos lares brasileiros.

É incontestável a tendência de crescimento dessas linhas de produtos no mercado nacional, no entanto, os mesmos requerem o uso de mais tecnologia em seus processos industriais de produção, que ainda não são acessíveis à grande maioria dos produtores brasileiros, mas indicam a necessidade constante de inovação no setor da carcinicultura do Brasil.

Em linhas gerais, o mercado brasileiro para o camarão cultivado apresenta um excelente potencial de crescimento, fato demonstrado quando analisamos os dados de consumo dos últimos anos, que vem se mantendo numa média de 420g per capita/ano. Esse número representa apenas 2,6% do volume de pescado consumido no Brasil e indica o quanto esse setor pode crescer, com base no mercado interno, sem falar no mercado internacional. Aproveitar o potencial do mercado nacional é um desafio, mas sobretudo uma grande oportunidade para o desenvolvimento da carcinicultura brasileira. Nesse aspecto, o camarão industrializado é, inegavelmente, um dos principais caminhos para a superação das dificuldades, em face a peculiaridades e particularidades do mercado de um País de dimensões continentais como o Brasil