

Estudo de Mercado do Bijupirá  
*Rachycentron canadum* em  
Aracaju, Sergipe



ISSN 1678-1961

Dezembro, 2016

*Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária  
Embrapa Tabuleiros Costeiros  
Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento*

# **Estudo de Mercado do Bijupirá *Rachycentron canadum* em Aracaju, Sergipe**

*Carlos Alberto da Silva  
Manuel Alberto Gutierrez Cuenca*

Embrapa Tabuleiros Costeiros  
Aracaju, SE  
2016

## **Embrapa Tabuleiros Costeiros**

Av. Beira Mar, 3250

49025-040 Aracaju, SE

Fone: (79) 4009-1344

Fax: (79) 4009-1399

www.embrapa.br/tabuleiros-costeiros

www.embrapa.com.br/fale-conosco

## **Comitê Local de Publicações da Embrapa Tabuleiros Costeiros**

Presidente: *Marcelo Ferreira Fernandes*

Secretária-executiva: *Raquel Fernandes de Araújo Rodrigues*

Membros: *Ana Veruska Cruz da Silva Muniz, Carlos Alberto da Silva, Elio Cesar Guzzo, Hymerson Costa Azevedo, João Gomes da Costa, Josué Francisco da Silva Junior, Julio Roberto de Araujo Amorim, Viviane Talamini e Walane Maria Pereira de Mello Ivo*

Supervisão editorial: *Raquel Fernandes de Araújo Rodrigues*

Normalização bibliográfica: *Josete Cunha Melo*

Editoração eletrônica: *Joyce Feitoza Bastos*

Foto de capa: *Carlos Alberto da Silva*

### **1ª Edição**

Publicação digitalizada (2016)

### **Todos os direitos reservados**

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610).

### **Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) Embrapa Tabuleiros Costeiros**

---

Silva, Carlos Alberto da

Estudo de mercado do bijupirá *Rachycentron canadum* em Aracaju, Sergipe / Carlos Alberto da Silva, Manuel Alberto Gutierrez Cuenca. - Aracaju: Embrapa Tabuleiros Costeiros, 2016.

23 p. il. (Boletim de Pesquisa / Embrapa Tabuleiros Costeiros, ISSN 1678-1961, 127).

1. *Rachycentron canadum*. 2. Pesquisa de mercado. 3. Sergipe. I. Silva, Carlos Alberto da. II. Cuenca, Manuel Alberto Gutierrez. III. Título. IV. Série.

---

CDD 630 (21 ed.)

©Embrapa 2016

# Sumário

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| Resumo .....                | 4  |
| Abstract.....               | 5  |
| Introdução.....             | 6  |
| Material e Métodos.....     | 8  |
| Resultados e Discussão..... | 9  |
| Conclusões.....             | 19 |
| Agradecimentos .....        | 19 |
| Referências .....           | 20 |

# Estudo de Mercado do Bijupirá *Rachycentron canadum* em Aracaju, Sergipe

---

*Carlos Alberto da Silva*<sup>1</sup>

*Manuel Alberto Gutierrez Cuenca*<sup>2</sup>

## Resumo

O bijupirá (*Rachycentron canadum*) é considerado um dos peixes marinhos mais importantes para a produção em cativeiro devido à sua rápida taxa de crescimento, características de reprodução favoráveis, carne de boa qualidade e alta demanda e preço no mercado. Embora, o bijupirá seja relativamente bem conhecido em muitas comunidades costeiras temperadas e tropicais em todo o mundo, o pequeno volume de estoques selvagens capturados resultou em muito pouco interesse dos distribuidores em desenvolver mercados potenciais para esta espécie. Por outro lado, a produção global de bijupirá tem crescido significativamente nos últimos anos, impulsionada pela expansão da sua criação na aquicultura inclusive no Brasil. O objetivo deste trabalho foi avaliar a aceitação do bijupirá pelo consumidor e fornecer informações sobre o estudo do mercado realizado em Aracaju, SE. A carne do bijupirá teve ampla aceitação no evento de degustação realizado na Embrapa e o peixe frito foi a forma preferida para consumo pelo público participante. O potencial de consumo do bijupirá é bastante promissor, pois sua carne reúne todas as características de preferência dos consumidores como excelente sabor, consistência e cor, apesar da maioria dos entrevistados não conhecer o bijupirá devido à falta deste pescado no mercado local.

Palavras-chave: cobia, comercialização, consumidor.

---

<sup>1</sup>Oceanógrafo, doutor em Geociências, pesquisador da Embrapa Tabuleiros Costeiros, Aracaju, SE

<sup>2</sup>Economista, mestre em Economia Agrícola, pesquisador da Embrapa Tabuleiros Costeiros, Aracaju, SE

# Market Study of Cobia *Rachycentron canadum* in Aracaju, Sergipe

---

## Abstract

Cobia (*Rachycentron canadum*) is considered one of the most important marine fish for aquaculture production due to rapid growth rate, favorable reproduction characteristics, quality meat, high demand and market price. Although the cobia is relatively well known in many temperate and tropical coastal communities around the world, the small amount of caught wild stocks has resulted in very little interest from distributors to develop potential markets for this specie. On the other hand, the global production of cobia has grown significantly in recent years, driven by the expansion of its rearing by aquaculture including Brazil. The aim of this work was to evaluate the acceptance of cobia by the consumer and provide information on the market study in Aracaju, SE. The meat of cobia had wide acceptance in the event of tasting realized in the Embrapa and the fried fish was the form preferred for consumption by the attending public. The potential of consumption of cobia is very promising, since its meat meets all the characteristics of preference of the consumers like excellent flavor, consistency and color, although most of the interviewees do not know the cobia due to the lack of the fish in the local market.

Index terms: cobia, consumer, marketing.

## Introdução

A produção aquícola mundial de peixes passou de 32,4 milhões de toneladas em 2000, para 66,6 milhões de toneladas em 2012. O Brasil ocupa a 12ª posição no ranking mundial com um total de 707.461 t de pescado (1,1% do total mundial) sendo 611.343 t de peixes de água doce, 74.415 t de crustáceos e 20.699 t de moluscos (SOFIA, 2014). A produção aquícola marinha brasileira é concentrada em camarões e moluscos, entretanto é ideal para a piscicultura marinha devido aos seus enormes recursos naturais ambientais e condições climáticas adequadas (CAVALLI; HAMILTON, 2009; CAVALLI et al., 2011; COLLAÇO et al., 2015; SCHWARZ et al., 2007).

O crescimento global da produção da aquicultura continua relativamente forte devido à crescente demanda por peixes para a alimentação na maioria dos países produtores. A maior parcela desta demanda (71%) é suprida pelos estoques naturais capturados. A captura em águas marinhas foi de 82,6 milhões de toneladas em 2011 e de 79,7 milhões de toneladas em 2012 (SOFIA, 2014). O comércio de pescado é especialmente importante para as nações em desenvolvimento e, em alguns casos, representa mais de metade do valor total das mercadorias comercializadas. As exportações de pescado atingiram um pico de US\$ 129,8 bilhões em 2011. Em 2012, o pescado representava cerca de 10% do total das exportações agrícolas e de 1% do comércio mundial de mercadorias em termos de valor. O consumo mundial per capita aparente de peixe aumentou de uma média de 9,9 kg em 1960, para 19,2 kg em 2012. No Brasil, o consumo de pescado vem crescendo a cada ano e apresentou um crescimento de 81% passando de 6,15 kg em 1999, para 11,17 kg/habitante/ano em 2011 (SEBRAE, 2015). O mercado de pescado em Aracaju, SE, em 2003, movimentou um volume de 7.760,8 t/ano, estimado em US\$ 23,0 milhões e um consumo de 16,8 kg/habitante/ano (CAZES; MELLO, 2004).

O bijupirá *Rachycentron canadum* (Linnaeus, 1766) é um peixe marinho nativo pelágico e amplamente distribuído, habita águas tropicais e

temperadas em todo o mundo, com exceção do Mar Mediterrâneo e Oceano Pacífico Central e Oriental (FIGUEIREDO; MENEZES, 1980; KAISER; HOLT, 2005).

É conhecido internacionalmente por uma variedade de nomes, incluindo *cobia*, *mafou*, *ling*, *lemon fish*, *black salmon*, *black kingfish*, *sergeant fish*, *runner* e *crabeater*. A sua pesca ocorre em todo o mundo em águas marinhas quentes, com exceção da região central e leste do Oceano Pacífico, e seu estoque na natureza não suporta pesca em escala comercial (FAO, 2016). Devido à sua disponibilidade limitada a partir dos estoques naturais, uma quantidade considerável de pesquisa na criação do bijupirá tem sido estimulada, particularmente em Taiwan e Estados Unidos (KAISER; HOLT, 2005). No Brasil, investimentos públicos e privados na criação do bijupirá têm ocorrido nos últimos anos e, juntamente com a consolidação dos resultados de pesquisas científicas e a estruturação de uma rede de institutos de pesquisa, está facilitando o crescimento da indústria nacional desta espécie (SAMPAIO, 2008; SANCHES et al., 2008).

O bijupirá apresenta características importantes para a produção em cativeiro como taxa de crescimento elevada, domesticação e reprodução favoráveis, carne de boa aceitação e alto preço no mercado (ALVAREZ-LAJONCHÈRE; IBARRA-CASTRO, 2013; BENETTI, 2008; NHU et al., 2011). Seu crescimento para atingir o tamanho do mercado é consideravelmente mais rápido do que o salmão cultivado alcançando cerca de 6 kg em um ano, ou de 8 kg a 10 kg em 2 anos, devendo tornar-se uma commodity global em escala comparável a do salmão (DE SILVA; PHILLIPS, 2007; CHUANG et al, 2010).

A produção do bijupirá pela aquicultura era de 30.369 t em 2007, passando para 51.517 t em 2012, declinando nos anos seguintes até alcançar o patamar de 40.329 t em 2014 (FAO, 2016). Os maiores mercados consumidores do bijupirá encontram-se nos Estados Unidos, Japão, Taiwan e Coreia do Sul (MIAO et al., 2009).

A carne branca do bijupirá tem um alto apelo ao consumo devido à sua textura firme e versatilidade na cozinha, pois pode ser servido

frito, ensopado, assado e grelhado (CHANG, 2003; MARINE FARMS, 2009). É também reconhecido como um peixe alternativo para sashimi, em especial no mercado japonês, onde é conhecido como *belly flesh* e sua carne é altamente valorizada devido ao alto teor de lipídios sendo comparável ao atum (*Thunnus* spp.) e a merluza negra (*Dissostichus* spp.) (MARINE FARMS, 2009; MIAO et al., 2009). Duncan et al. (2007) sugerem que devido à sua elevada taxa de crescimento, o bijupirá pode vir a ser competitivo nos mercados de processamento para produtos como patês, surimi, produtos marinados, *fish sticks*, *nuggets* e bolos. De acordo com Sofia (2014), o aumento da oferta de peixes cultivados será fundamental para a futura expansão do mercado de pescado.

O objetivo deste trabalho foi avaliar a aceitação do bijupirá pelo consumidor na cidade de Aracaju, SE, bem como estudar o mercado para sua comercialização.

## Material e Métodos

O estudo foi realizado pela Embrapa Tabuleiros Costeiros nos anos de 2012 e 2013 e constou de três fases: 1) degustação do bijupirá com aplicação de questionário semi-estruturado entre os participantes para avaliar a aceitabilidade de duas formas de preparação do bijupirá; 2) estudo de campo por meio da aplicação de questionário semi-estruturado para levantar as características de compra e consumo de peixes considerando o perfil socioeconômico dos consumidores de pescado e; 3) análise dos dados coletados na degustação e no estudo de campo. O evento de degustação foi realizado na sede da Associação dos Empregados da Embrapa (AEE), situada em Aracaju, SE, com a participação de um público de 60 pessoas de diversas nacionalidades, idades e faixas econômicas convidadas aleatoriamente de maneira a constituir uma população heterogênea. O bijupirá foi comprado em um supermercado local na forma de postas resfriadas.

Na degustação, foram servidos duas formas de preparação do bijupirá: frito e cozido com legumes. As duas formas foram selecionadas a partir das informações dos chefes de cozinha locais sobre que tipos de pratos

a base de pescado eram mais vendidos nos restaurantes, em Aracaju. A preparação dos pratos e dos acompanhamentos servidos, arroz branco e legumes cozidos (batata, cenoura e vagem), foram feitos pelo chefe de um restaurante localizado em Aracaju, SE, especializado em frutos do mar que colaborou na pesquisa cedendo a mão de obra da cozinha e equipamentos para acondicionar e servir os pratos. O questionário aplicado na degustação avaliou a preferência e a aceitação do bijupirá e também as opiniões do degustador em relação aos atributos de sabor, consistência, cor e aparência dos dois pratos oferecidos.

O questionário do estudo de campo foi elaborado com questões de múltipla escolha referentes aos hábitos de compra e consumo de peixes relacionados ao perfil socioeconômico dos entrevistados em relação à renda, escolaridade, quantidade e frequência de consumo por tipo de carnes, variedade de peixes consumidos entre outros, permitindo ao entrevistado responder a todas as questões atinentes a esse segmento do mercado. Foram aplicados 171 questionários em supermercados de grande e médio porte e feiras livres, procurando-se visitar os principais locais de comercialização de pescado em Aracaju. Os respondentes foram agrupados em quatro categorias de rendimento salarial: 1) até cinco salários mínimos<sup>1</sup>; 2) de seis a dez salários mínimos; 3) de 11 a 20 salários mínimos, e; 4) mais de 20 salários mínimos. Os dados obtidos foram processados em planilhas eletrônicas para a elaboração de gráficos, tabelas e análise dos resultados da pesquisa em relação ao número de alternativas disponíveis a cada questão formulada ou ao número de entrevistados que optaram pela alternativa em foco.

## **Resultados e Discussão**

### **Degustação**

Com relação à preferência dos dois tipos de prato oferecidos na degustação, a maioria dos participantes (81%) gostou mais do peixe frito (Figura 1) do que uma pequena parte (19%) que preferiu o peixe cozido. Foram avaliadas algumas características dos dois pratos servidos na degustação numa escala de valor de um a

<sup>1</sup>Valor do salário mínimo vigente na ocasião da pesquisa: R\$ 788,00.

dez, considerando dez a melhor impressão. Quanto ao quesito “consistencia”, 92% consideraram para o peixe cozido nota acima de oito, entretanto 96% deram nota acima de 8,0 para o bijupirá frito sendo que desse último total 76% pontuaram a nota dez.

Foto: Saulo Coelho Nunes



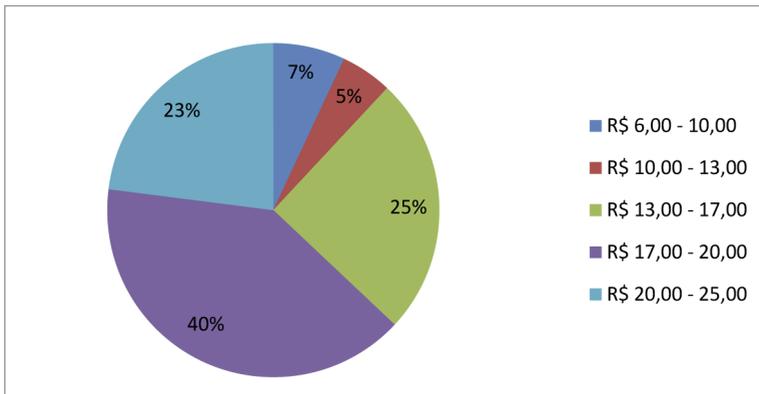
Figura 1. Prato de bijupirá frito.

No sabor, 80% dos entrevistados deram nota acima de oito para o peixe cozido, enquanto que 98% avaliaram o peixe frito acima de oito e desse total 67% deram nota dez. Essa preferência majoritária pelo bijupirá frito pode ser atribuída ao sabor suave de sua carne que é adequado para consumo frito (MARINE FARMS, 2009). A preferência pelo peixe frito em comparação a forma cozida, assada e grelhada também foi verificada no estudo realizado pelo SEBRAE em nove capitais nordestinas sobre os hábitos de consumo e preparo do tambaqui e da tilápia (SEBRAE, 2014).

Em relação à cor, o bijupirá cozido teve 82% da pontuação acima de oito e o peixe frito alcançou majoritariamente 98% de nota acima de oito. Finalmente, na característica “aparência” do produto final, 87% dos participantes deram nota acima de oito para o peixe cozido e, para o peixe frito, 100% avaliaram acima de oito. Os resultados da análise sensorial do bijupirá nesse estudo estão em concordância aos de Madrid et al. (2014) que atribuíram nota média de 8,84 para o bijupirá frito e

8,89 para o cozido (peixada) considerando os atributos de cor, textura (equivalente a consistência nesse estudo) e sabor. Por outro lado, a pesquisa do Inmetro (2011) sobre a influência do modo de preparo na qualidade nutricional do peixe a ser consumido recomenda dar preferência a peixes assados, cozidos ou grelhados e evitar consumir peixes fritos que possuem alto teor energético e de gorduras saturadas.

Os preços de pescado nos supermercados e feiras livres em Aracaju, SE, na ocasião da degustação em 2013 variaram entre R\$ 15,00/kg a R\$ 20,00/kg, para a posta da cavala (*Scomberomorus* spp.), pescada amarela (*Cynoscion acoupa*) e dourado (*Coryphaena hippurus*), equivalentes ao preço da posta do bijupirá de R\$ 18,90/kg. Com base nesses valores, 89% dos degustadores disseram que comprariam o bijupirá para consumir, 8% disseram que não e 4% não respondeu. Com relação ao preço pago do peixe consumido na casa de cada participante da degustação, 65% responderam que compram peixe na faixa de R\$ 13,10/kg a R\$ 20,00/kg (Figura 2) que corresponde à faixa onde se encontra o preço da posta do bijupirá na ocasião da degustação.



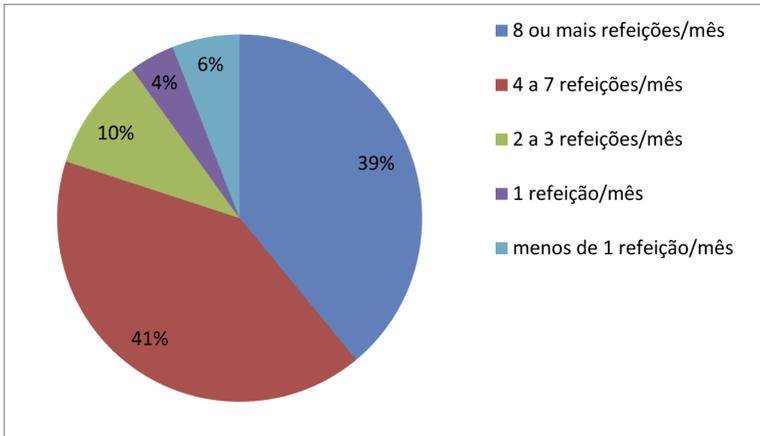
**Figura 2.** Preço médio/kg do peixe consumido em casa pago pelo degustador, em 2013, Aracaju, SE.

## Estudo de campo

A maioria dos entrevistados (32%) situou-se na faixa de 11 a 20 salários, entre R\$ 8.668,00 e R\$ 15.761,00. Apenas 18% dos entrevistados ganhavam até cinco salários mínimos (R\$ 3.940,00). No resultado geral, assim como nas quatro faixas salariais pesquisadas, a maioria dos entrevistados foi do sexo masculino (63%). Em relação à faixa etária, mais da metade dos entrevistados (55%) tinham idade entre os 27 e 46 anos.

Analisando a preferência do entrevistado em relação ao consumo de carnes em sua dieta, observou-se a predominância em todas as faixas salariais de um consumo semanal de 1 kg a 3 kg de carne bovina, de 1 kg a 3 kg de carne de frango e, de no máximo, 1 kg por semana de carne suína. A participação feminina na decisão do tipo de carne a ser consumida pela família do entrevistado foi considerada importante, representando 65% dos entrevistados. Considerando-se que, com exceção do grupo com renda inferior a cinco salários mínimos, em todas as outras faixas salariais 87% dos que decidem pelo tipo de carne a consumir possuem no mínimo segundo grau completo, pôde-se assumir que estes consumidores já possuem informações sobre os benefícios do consumo de cada tipo de carne.

Quanto ao consumo de pescado, o grupo com maior frequência (41%) de consumo de pescado, representado por quatro a sete refeições/mês (Figura 3), situa-se na faixa salarial acima dos 20 salários mínimos, sugerindo que o maior consumo de pescado está diretamente ligado com o poder aquisitivo do grupo familiar.



**Figura 3.** Frequência de consumo de pescado na casa do entrevistado.

O supermercado é o local preferido para a aquisição do pescado de 74% dos entrevistados que ganham entre cinco a dez salários mínimos (sm); de 89% dos situados na faixa de dez a 20 sm e de 91% dos que recebem acima de 20 sm. No ano de 2003, os supermercados foram responsáveis por 71,3% do volume de vendas de pescado em Aracaju, SE, (CAZES; MELLO, 2004), corroborando a preferência do consumidor aracajuano pela compra de pescado neste tipo de estabelecimento identificada neste estudo. A facilidade de acesso, praticidade, comodidade, segurança sanitária, confiabilidade do produto, sensação de maior frescor do produto e a grande variedade de escolha, entre outros, foram os principais motivos pelos quais os entrevistados preferem comprar no supermercado.

Em pesquisa realizada pelo Sebrae (2014), contemplando nove capitais da região Nordeste sem levar em consideração as faixas salariais, a peixaria foi o local preferido por 40,5% dos entrevistados e o supermercado ficou em segundo lugar com 28,8%. Contrariamente, as feiras livres é o principal local de venda de pescado na região metropolitana de Manaus, AM, (GANDRA, 2010). Entretanto, Barroso e Wiefels (2010) observaram uma gradativa evasão dos clientes de pescado nas feiras livres na região metropolitana do Rio de Janeiro, em detrimento aos supermercados que geralmente vendem o pescado mais

barato porque compram em maiores quantidades e oferecem opções de pagamento e entrega do produto. O mercado municipal, as peixarias e feiras livres apresentaram aceitação de 25%, 14,5% e 14%, respectivamente, na preferência dos entrevistados nesta pesquisa em Aracaju, com faixa salarial até dez salários mínimos.

Os critérios mais importantes que influenciam na escolha do pescado no momento da compra em ordem decrescente foram a qualidade do produto, limpeza do local de venda, preço do pescado, apresentação do produto e a procedência do pescado (água doce ou salgada). A qualidade do bijupirá também foi apontada como o fator de maior importância no momento da compra (MADRID et al., 2014). Entre os tipos de apresentação do pescado pesquisados, a ordem de preferência entre os entrevistados foi: em postas (45%), filé (35%), inteiro (11%) e eviscerado (9%).

Com relação ao ambiente de procedência do pescado consumido, a maioria dos entrevistados (71%) prefere o pescado de água salgada. Uma minoria (8%) prefere pescado de água doce e apenas, em torno de 20% disseram não fazer diferença se o pescado é de água doce ou salgada. Quando perguntados sobre os motivos para a preferência do pescado de água salgada, mais da metade (58%) dos entrevistados respondeu que o principal motivo era o melhor sabor e, aproximadamente, 20% dos entrevistados não respondeu os motivos desta preferência. A preferência pelos pescados de origem marinha pelos consumidores aracajuanos apontada neste estudo é corroborada pelo Sebrae (2014) em nove capitais da região Nordeste, incluindo Aracaju, SE. Barroso e Wiefels (2010) apontaram que 86,6% do pescado consumido na região metropolitana do Rio de Janeiro, em 2010, foram peixes de água salgada.

Os peixes marinhos bacalhau (*Gadus* spp.), salmão (*Salmo salar*), atum (*Thunnus* spp.), sardinha (*Sardinella* spp.), pescada (*Plagioscion* spp.), pescada amarela (*Cynoscion acoupa*), robalo (*Centropomus* spp.) e vermelha (*Lutjanus* spp.) aparecem entre as espécies já consumidas pelos entrevistados em Aracaju. Dessas espécies, apenas a sardinha é vendida a preços bem inferiores ao bijupirá, mostrando que se cumpridos os requisitos indispensáveis para a maior divulgação,

disponibilidade e lugares de venda, o bijupirá poderá ocupar um lugar na preferência desses potenciais consumidores. De acordo com Madrid et al. (2014), o bijupirá cultivado utilizado na preparação de sashimi como uma opção de carne branca foi considerado superior em comparação com robalo e pescada amarela por 24% e 45%, respectivamente, dos entrevistados em Recife, PE, Brasília, DF, e Fortaleza, CE.

A maioria dos entrevistados (85%), independentemente da faixa salarial do grupo familiar, respondeu não conhecer as qualidades nutricionais do bijupirá. Dos entrevistados que responderam conhecer o bijupirá, 27% disseram que ficaram sabendo da sua existência na internet, 22% em revistas, 19% na escola, 17% na televisão e outros 15% não souberam definir o local. Entre os principais motivos para não consumir frequentemente o pescado bijupirá, os respondentes assinalaram falta de hábito, falta de informações sobre as qualidades nutricionais do bijupirá, falta de disponibilidade do produto no mercado local e o não conhecimento desse pescado (Tabela 1). Notou-se certa variação na ordem desses motivos, mas todos os grupos de faixas de renda mencionaram os mesmos. Esses resultados são corroborados por Scorvo Filho (2004) que relacionou o baixo nível de consumo de pescado no Brasil a falta do produto, desconhecimento dos processos de preparo e da qualidade do pescado comercializado. Segundo estudo de Barroso e Wiefels (2010) varejistas e atacadistas de pescado da cidade do Rio de Janeiro, RJ, relataram que o 1º passo para a introdução de novos produtos neste segmento é a oferta constante do produto e citaram o bijupirá e pirarucu, como peixes pouco conhecidos no comércio local.

**Tabela 1.** Motivos para não consumir frequentemente o pescado bijupirá.

| Motivos   | Número de respostas <sup>1</sup> |
|---|----------------------------------|
| Falta de hábito   | 40                               |
| Falta de informação sobre a qualidade nutricional do bijupirá | 38                               |
| Falta de disponibilidade do produto no mercado local          | 24                               |
| Não conhece o bijupirá  | 23                               |
| Dificuldade de encontrar bijupirá de boa qualidade no mercado | 13                               |
| Não conhece as formas de preparação do bijupirá               | 8                                |
| O preço ser mais alto em relação às outras carnes             | 6                                |
| Não conhece detalhes do bijupirá                              | 6                                |
| Não respondeu   | 6                                |
| Não considera o bijupirá um peixe saboroso                    | 2                                |
| Falta tempo para preparar um alimento com carne de pescado    | 2                                |
| Possibilidade de acidentes com as espinhas                    | 1                                |

<sup>1</sup> Opção de escolha de mais de uma resposta à pergunta.

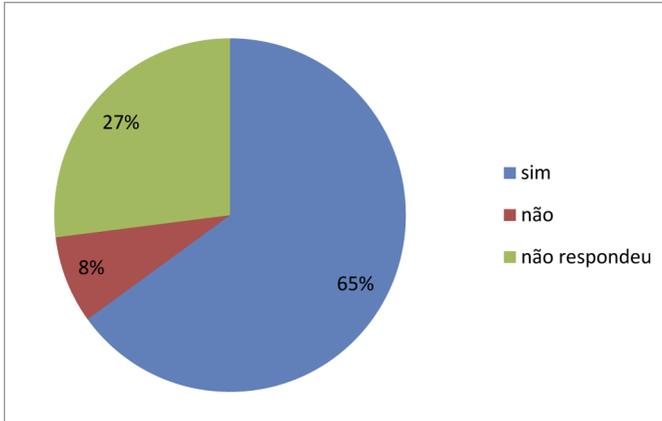
Entre os principais motivos que contribuiriam para aumentar ou passar a consumir o bijupirá, os entrevistados assinalaram maior divulgação das suas qualidades nutricionais, oferta de sua carne já preparada para cozinhar (pré-pronta), maior divulgação e se seu preço igualasse ao da carne de frango (Tabela 2). Esse último não foi um motivo exclusivo dos entrevistados do grupo familiar com menor faixa salarial das consideradas no estudo.

**Tabela 2.** Motivos que fariam passar a consumir ou aumentar o consumo de bijupirá.

| Motivos   | Número de respostas <sup>1</sup> |
|---|----------------------------------|
| Maior divulgação das qualidades nutricionais da carne do bijupirá | 61                               |
| Se a carne do bijupirá fosse oferecida já pronta para cozinhar    | 20                               |
| Maior divulgação do bijupirá                                      | 19                               |
| Se o preço do bijupirá fosse igual à carne de frango              | 18                               |
| Não respondeu   | 12                               |
| Se o preço do bijupirá fosse igual à carne bovina                 | 10                               |
| Maior disponibilidade do produto                                  | 3                                |
| Se o preço do bijupirá fosse igual à carne suína                  | 1                                |
| Se o preço do bijupirá fosse igual à carne caprina e ovina        | 1                                |
| Se o sabor do bijupirá agradar                                    | 1                                |
| Possuir menos espinhas pequenas                                   | 1                                |
| Outros motivos  | 0                                |

<sup>1</sup> Opção de escolha de mais de uma resposta à pergunta.

A intenção de aumento do consumo da carne do bijupirá por uma parcela significativa dos entrevistados (65%) está relacionada ao incremento de informação ao público sobre o pescado (Figura 4). Conforme apontado por Schwarz e Svennevig (2009), o pequeno volume disponível de estoques selvagens de bijupirás capturados resultou em muito pouco interesse dos distribuidores a nível mundial em desenvolver mercados potenciais e gerar informações ao público sobre esse pescado.



**Figura 4.** Intenção de aumento do consumo de bijupirá em função do incremento de informação ao público sobre o pescado.

Ao ser questionado sobre se a carne de pescado bijupirá fosse oferecida como “comida pronta”, o entrevistado e o seu grupo familiar passariam a consumir mais desse pescado, 71% dos entrevistados afirmaram que sim, 14% disseram que não e 15% não responderam ou não souberam responder. No caso de venda de bijupirá pronto, 28% dos entrevistados preferiam comprar o peixe assado, 23% grelhado, 18% moqueca de peixe, 8% escabeche, 7% ensopado, peixe recheado e em conserva com 4% cada um. Ainda, 7% dos entrevistados não souberam responder e 1% declararam não consumir produtos pré-prontos.

## **Conclusões**

A carne do bijupirá é amplamente aceita pelo consumidor que tem preferência por sua apresentação em postas fritas. O potencial de consumo do bijupirá é bastante promissor, pois reúne todas as características de preferência dos consumidores locais apontadas nesta pesquisa, apesar da maioria dos entrevistados não conhecer o bijupirá em razão da falta de disponibilidade de seus produtos no mercado local e de informações sobre as suas qualidades nutricionais. Existe uma grande tendência de aumento do consumo do bijupirá caso haja um aumento da informação ao público sobre este pescado. Uma importante parcela do público entrevistado está disposta a pagar pelo bijupirá o preço equivalente às espécies nobres de peixes carnívoros marinhos consagrados no mercado.

## **Agradecimentos**

Ao CNPq (Processo: 559759/2009-6) pelo aporte de recursos para a realização da pesquisa de mercado, ao Restaurante Cariri em Aracaju, SE, pelo apoio na preparação dos pratos à base de bijupirá e à Associação dos Empregados da Embrapa Tabuleiros Costeiros (AEE), pela cessão do local para o evento de degustação.

## Referências

- ALVAREZ-LAJONCHÈRE, L.; IBARRA-CASTRO, L. Aquaculture species selection method applied to marine fish in the Caribbean. **Aquaculture**, Amsterdam, n. 408-409, p. 20-29, 2013.
- BARROSO, R. M.; WIEFELS, A. C. **O mercado de pescado da região metropolitana do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: CFC/FAO/INFOPECA, 2010. 103 p. Disponível em: <<http://www.infopesca.org/sites/default/files/complemento/proyectos/92/Mercado%20Rio%20de%20Janeiro%20FINAL.pdf>>. Acesso em: 13 out. 2016.
- BENETTI, D. Cobia aquaculture: expanding in Americas, Caribbean. **Global Aquaculture Advocate**, 2008, p. 47-48. Disponível em: <<http://pdf.gaalliance.org/pdf/GAA-Benetti-Mar08.pdf>>. Acesso em: 21 mai. 2016.
- CAVALLI, R. O.; HAMILTON, S. Piscicultura marinha no Brasil com ênfase na produção do bijupirá. **Revista Brasileira de Reprodução Animal**, Belo horizonte, n. 6, p. 64-69, 2009.
- CAVALLI, R. O.; DOMINGUES, E. C.; HAMILTON, S. Desenvolvimento da produção de peixes em mar aberto no Brasil: possibilidades e desafios. **Revista Brasileira de Zootecnia**, Viçosa, v. 40, p. 155-164(supl. especial), 2011.
- CAZES, J.; MELLO, S. **O mercado de pescado de Aracaju**. Montevideo: INFOPECA, 2004. 45 p.
- CHANG, D. O. Cultivo de bijupirá em Taiwan. A escolha de um peixe de carne branca para consumidores exigentes. **Panorama da Aquicultura**, Rio de Janeiro, n. 13 v. 79, p. 43-49, 2003.
- CHUANG, J. L.; LIN, R. T.; SHIAU, C. Y. Comparison of meat quality related chemical compositions of wild-captured and cage-cultured cobia. **Journal of Marine Science and Technology**, Berlin, v. 18, n. 4, p. 580-586, 2010.
- COLLAÇO, F. L.; SARTORB, S. M.; BARBIERI, E. Cultivo de bijupirá (*Rachycentron canadum*) em Cananeia, SP, Brasil. Avaliação da viabilidade utilizando geoprocessamento. **Journal of Integrated Coastal Zone Management**, Lisboa, n. 15, v. 2, p. 277-289, 2015.

DE SILVA, S. S.; PHILLIPS, M. H. A review of cage aquaculture: Asia (excluding China). In: HALWART, M.; SOTO, D.; ARTHUR, J. R. (Ed.) **Cage aquaculture: regional reviews and global overview**. Rome: FAO. 2007. 241 p. (FAO, Fisheries Technical Paper, 498). p.18-48. Disponível em: <<http://www.fao.org/3/a-a1290e/a1290e00.pdf>>. Acesso em: 31 mai. 2016.

DUNCAN, M.; CRAIG, S. R.; LUNGER, A. N.; KUHN, D. D.; SALZE, G.; MCLEAN, E. Bioimpedance assessment of body composition in cobia *Rachycentron canadum* (L. 1766). **Aquaculture**, Amsterdam, n. 271, p. 432-438, 2007.

FAO. **Cultured aquatic species information program: *Rachycentron canadum***. Rome: Fishery Information, 2016. Disponível em: <[http://www.fao.org/fishery/culturedspecies/Rachycentron\\_canadum/en](http://www.fao.org/fishery/culturedspecies/Rachycentron_canadum/en)>. Acesso em: 31 mai. 2016.

FIGUEIREDO, J. L.; MENEZES, N. A. **Manual de peixes marinhos do sudeste do Brasil: III. Teleostei (2)**. São Paulo: Museu de Zoologia da USP, 1980. 90 p.

GANDRA, A. L. **O mercado de pescado da região metropolitana do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: CFC/FAO/INFOPECA, 84 p. Disponível em: <<http://www.infopesca.org/sites/default/files/complemento/proyectos/92/Manaus-completo.pdf>>. Acesso em: 13 out. 2016.

INMETRO. **Relatório sobre análise de gordura e colesterol em peixes**. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <[http://www.inmetro.gov.br/consumidor/produtos/relatorio\\_final\\_peixes.pdf](http://www.inmetro.gov.br/consumidor/produtos/relatorio_final_peixes.pdf)>. Acesso em: 10 out. 2016.

KAISER, J. B.; HOLT, G. J. **Species profile cobia**. Reston: USDA, 2005. (Southern Regional Aquaculture Center. Publication, 7202). Disponível em: <<http://www2.ca.uky.edu/wkrec/Cobia.pdf>>. Acesso em: 31 mai. 2016.

MARINE FARMS. **Annual Report 2008**: Marine Farms ASA. Bergen, 2009. 39 p. Disponível em: <<http://hugin.info/134438/R/1310300/303032.pdf>>. Acesso em: 31 mai. 2016.

MADRID, R. M.; CASTAÑO, V. P.; WIEFELS, R. C.; FERREIRA, P. E. F.; MARINHO, S. R.; LELIS, J. M. S.; NUNES, A. J. P. Análise de aceitação do beijupirá cultivado, *Rachycentron canadum*, no mercado local. In: NUNES, A. J. P. (Ed.). **Ensaios com o beijupirá: \_**. Fortaleza: Ministério da Pesca e Aquicultura/CNPQ/ UFC, 2014. p. 225-242.

MIAO, S.; JEN, C. C.; HUANG, C. T.; SING-HWA, H. Ecological and economic analysis for cobia *Rachycentron canadum* commercial cage culture in Taiwan. **Aquaculture International**, Berlin, v. 17, n. 4, p. 125-141, 2009.

NHU, V. C.; NGUYEN, H. Q.; LE, T. L.; TRAN, M. T.; SORGELOOS, P.; DIERCKENS, K.; REINERTSEN, H.; KJØRSVIK, E.; SVENNEVIG, N. Cobia *Rachycentron canadum* aquaculture in Vietnam: recent developments and prospects. **Aquaculture**, Amsterdam, n. 315, p. 20-25, 2011.

SAMPAIO, L. A. Marine fish culture in Brazil: cobia most promising species. **Global Aquaculture Advocate**, 2008, p. 53-55. Disponível em: <<http://pdf.gaalliance.org/pdf/GAA-Sampaio-May08.pdf>>. Acesso em 21 mai. 2016.

SANCHES, E. G.; SECKENDORFF, R. W. V.; HENRIQUES, M. B.; FAGUNDES, L.; SEBASTINI, E. F. Viabilidade econômica do cultivo do Bijupirá (*Rachycentron canadum*) em sistema offshore. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 38, n. 12, p. 143-152, 2008.

SCHWARZ, M. H.; CRAIG, S. R.; DELBOS, B.; MCLEAN, E., SAMPAIO, L. A. 2007. Research-industry links assist cobia farming production. **Global Aquaculture Advocate**, 2007, p. 57-58. Disponível em: <<http://pdf.gaalliance.org/pdf/Schwarz-July07.pdf>>. Acesso em: 21 mai. 2016.

SCHWARZ, M.; SVENNEVIG, N. Cobia culture: global production, markets, challenges. **Global Aquaculture Advocate**, 2009, p. 28-30. Disponível em: <<http://pdf.gaalliance.org/pdf/GAA-Schwarz-Jan09.pdf>>. Acesso em: 21 mai. 2016.

SCORVO FILHO, J. D. **O agronegócio da aquicultura**: perspectivas e tendências. In: Congresso Nacional de Zootecnia, 14., Brasília, DF, 2004. **Anais...** 2004. Disponível em: <[ftp://ftp.sp.gov.br/ftppesca/agronegocio\\_aquicultura.pdf](ftp://ftp.sp.gov.br/ftppesca/agronegocio_aquicultura.pdf)>. Acesso em 15 jan. 2017.

SEBRAE. **Mercado de pescados produzidos no Nordeste**: estudo sobre distribuição e consumo de tilápia, tambaqui e ostra nas capitais da região. Brasília, DF: Sebrae/PB, 2014. 58 p.

SEBRAE. **Aquicultura no Brasil**. Brasília, DF: Sebrae, 2015. 76 p. (Sebrae. Série Estudo Mercadológico). Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/4b14e85d5844cc99cb32040a4980779f/\\$File/5403.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4b14e85d5844cc99cb32040a4980779f/$File/5403.pdf)>. Acesso em: 28 mar. 2016.



---

*Tabuleiros Costeiros*

MINISTÉRIO DA  
**AGRICULTURA, PECUÁRIA  
E ABASTECIMENTO**

