

Agregando valor ao camarão diretamente da fazenda

Giovanni Lemos de Mello

Universidade do Estado de Santa Catarina

Editor-chefe da Revista Aquaculture Brasil®

Sócio-proprietário da Mar do Brasil e do Trapiche

REVISTA DA ABCC
EDIÇÃO FENACAM'24
DISPONÍVEL!

ACESSE GRATUITAMENTE
ABCCAM.COM.BR



LEIA ASSUNTOS
DA ATUALIDADE
DA CARCINICULTURA
BRASILEIRA!





Revista da
ABCC
Associação Brasileira
de Criadores de Camarão

ANO XXVI Nº 3 - NOVEMBRO DE 2024
ISSN 1982-4823
www.abccam.com.br

Fenacam'24

*"Com o envolvimento das suas cadeias produtivas,
apoiadas pela academia, o Brasil começa a trilhar o
caminho do tão almejado desenvolvimento setorial"*



conceito de cadeia produtiva



Todas

Imagens

Vídeos

Shopping

Notícias

Livros

Web

⋮ Mais

Ferramentas

✦ Visão geral criada por IA

Ouvir

Cadeia produtiva é o conjunto de etapas que envolvem a produção de um bem ou serviço, desde a extração da matéria-prima até a distribuição do produto final ao consumidor.

A cadeia produtiva é um conceito sistêmico, que considera que a produção de bens é um processo composto por etapas sucessivas, onde nenhum agente atua de forma isolada. A chave para o desenvolvimento da cadeia é aumentar a sinergia entre os seus elos.







Preocupações da Carcinicultura Brasileira e Mundial!?

Itamar Paiva Rocha, Presidente da ABCC
Engº de Pesca

Antes de entrarmos no mérito do presente editorial, destacamos que em meados de 2024, o **Global Shrimp Council (conselho global do camarão)**, criado em 2023, com o objetivo de harmonizar os interesses da indústria global de camarão, através de uma visão sistêmica, ressaltando para o consumidor global, que camarão é uma proteína de alta qualidade nutricional e de elevado apelo gastronômico, produzida em sistemas sustentáveis, recentemente elegeu seu primeiro conselho de 15 pessoas, que incluiu, além dos 2 (dois) fundadores (David Castro - Manta Bay e Gabriel Luna - Glunashrimp), 11 (onze) outros representantes dos maiores produtores de camarão e 2 (dois) dos importadores tradicionais (EUA e Europa).

Inclusive, já nas discussões do **2º Fórum Global de Camarão** realizado na Índia, em julho 2024, o tema central, girou em torno do chamamento às lideranças setorial a nível mundial, sobre como a indústria do camarão marinho cultivado, que produz e fornece uma proteína saudável e ecologicamente sustentável, pode continuar a crescer, para atender à crescente demanda mundial, com a indispensável sustentabilidade econômico-financeira.

Nesse contexto, foram apresentadas diversas opiniões, sempre ressaltando a importância de se encaixar o camarão marinho cultivado, na agenda do "alimento azul", chamando a atenção para a necessidade do setor camaroeiro se inspirar no exemplo do salmão, para se tornar uma das proteínas nobres e sustentáveis do futuro, destacando inclusive, a necessidade de se trilhar o caminho, de forma que "o rosa, possa encontrar o laranja".

Ao final, o foco prioritário das sugestões para nortear uma campanha de incentivo ao aumento do consumo de camarão, teve como recomendações a realização de uma campanha de marketing global, enfocando: (1) **criar uma marca, para uma categoria sem marca**; (2) **destacar que camarão faz bem à saúde**; (3) **reinventar o marketing para consumidores de camarão**; (4) **educar os consumidores sobre como preparar o camarão**; (5) **fazer do camarão uma apetitosa experiência gastronômica**; (6) **construir uma dupla narrativa, tanto para varejistas, como para consumidores**; (7) **"Destacar**

o Camarão" nos cardápios do setor de serviços de alimentação; (8) **fazer do camarão uma marca de amor, além do mero reconhecimento ou preferência gastronômica, de forma a evocar fortes conexões emocionais e lealdade por parte de seus consumidores**; (9) **contribuir para que a maré melhore para toda a cadeia produtiva do camarão e, (10) tornar a indústria do camarão maior e melhor.**

Evidentemente, que no nosso lúcido e abalizado entendimento, o desafio presente, do ponto de vista global, será a ampliação do consumo de camarão nos principais mercados importadores e consumidores, notadamente na China, EUA, UE, Japão e Brasil, mas com a atenção e foco na abertura e ampliação do consumo nos mercados emergentes e com potencial de crescimento, a exemplo da Indonésia e Índia, está última, com a maior população mundial e que consome apenas 100 gramas de camarão per capita por ano, mas que a exemplo da China e Brasil, pode vir a se tornar um importante consumidor.

No caso particular do Brasil, que embora o mercado interno, tenha tido um papel de fundamental importância, na recuperação e crescimento setorial, entre 2016 (60.000 t) e 2023 (180.000 t), não temos dúvidas que devido à falta de planejamento, de um lado, pela miopia do topo da cadeia produtiva e, de outro, pela expressiva e desorganizada participação dos micros e pequenos (85%) produtores, a alternativa de curto prazo, será aumentar a oferta de camarão processado e com valor agregado, nas vendas internas, mas que, de qualquer forma, a médio prazo, será inevitavelmente, o retorno às exportações, sob pena de estrangulamento do mercado e mesmo, de um colapso setorial.

Nesse sentido, não temos dúvidas, que no contexto internacional, o objetivo prioritário da carcinicultura brasileira, será a exportação de 40% da produção brasileira de camarão inteiro, nas classificações pequeno-médias (70-80, 80-100 e 100-120), notadamente para a China, para atender a gigantesca base da sua pirâmide consumidora, sem competir com o Equador (25-45 gramas) e Índia (18-25 gramas), seus principais fornecedores de camarão em 2023 e 2024.

Já no front interno, os desafios, em curto e médio prazos, será ampliar o percentual do camarão

processado, dos atuais 40% para 80%, de forma que, sua produção projetada, de 500.000 t (2030), seja exportada 40% (200.000 t), o que reduzirá a pressão sobre o mercado interno, que por sua vez, seja abastecido com 20% de camarão fresco e 80% com camarão processado, com valor agregado, cujo aumento da vida de prateleira, permitirá a ampla interiorização da sua distribuição e do seu consumo.

40% - 72.000 t processadas
60% - 108.000 t venda "na porteira"



conceito de cadeia produtiva do frango no



Todas Imagens Vídeos Shopping Notícias Web Livros : Mais Ferramentas

◆ Visão geral criada por IA

🔊 Ouvir

A cadeia produtiva do frango no Brasil **é composta por uma série de operações que culminam na produção de bens**. Ela pode ser dividida em três áreas principais: Produção de insumos, Industrialização, Comercialização e distribuição. [🔗](#)

A cadeia produtiva do frango de corte no Brasil é caracterizada por:

- A presença de milhares de produtores, empresas beneficiadoras e exportadoras [🔗](#)
- A utilização de sistemas modernos de planejamento, organização e coordenação [🔗](#)
- A incorporação de novas tecnologias [🔗](#)
- A possibilidade de uma estrutura organizacional verticalizada [🔗](#)
- O rápido ciclo produtivo [🔗](#)



1 Grãos

Compra de insumos, como soja, milho e óleos de produtores selecionados.



2 Fábrica de Rações

Produção de ração de alta qualidade nutricional.



3 Granjas/Produtores Integrados

Os incubatórios e granjas seguem códigos e normas de segurança, qualidade, meio ambiente, direitos humanos, bem-estar animal etc.



4 Abate e Industrialização

Após o abate, a carne é processada e embalada, sendo o processo todo monitorado para garantir a qualidade e a segurança.



8 Consumidores

Com um amplo portfólio de marcas e produtos convenientes, práticos, saborosos e seguros.



7 Varejo

Produtos finais presentes nas redes de mercados, pequenos e médios varejos, empresas restaurantes e atacadistas.



6 Operações Globais

Exportações para diversos países, além de produção direta em fábricas locais.



5 Centro de Distribuição

Extensa rede de Centros de Distribuição Globais, além de parceiros logísticos com rigoroso controle na estocagem e transporte de produtos.

CUSTO STANDARD DO FRANGO (3,1kg vivo)

Brazilian Standard Broiler Cost



*O custo standard do Frango da Agri Stats é calculado com base nos preços disponíveis para avicultura em geral no Brasil.
 *Valor do Dólar considerado é de R\$5,50.



Notícias

Mercado

04 de Novembro de 2024

Jade Vieira Plastina

31ª EDIÇÃO DO INFORMATIVO ECONÔMICO DA AQUICULTURA DISPONÍVEL PARA DOWNLOAD GRATUITO



Categorias

Todos

Cultivo de Algas

Cultivo de Camarões

Cultivo de Moluscos

Cultivo de Peixes

Geral

Inovação

Legislação



Chame no WhatsApp

Fonte: <https://www.aquaculturebrasil.com/noticia/896/31-edicao-do-informativo-economico-da-aquicultura-disponivel-para-download-gratuito>



INFORMATIVO ECONÔMICO DA AQUICULTURA

Número 31 – Novembro 2024



O objetivo deste informativo é divulgar informações e resultados de trabalhos da área de economia, principalmente da aquicultura catarinense, contribuindo para motivar e estimular técnicos e produtores a adotar avaliações econômicas nos planejamentos e nas tomadas de decisões.

Mensagem dos autores

Estamos chegando com a publicação do trigésimo primeiro informativo e nele destacamos o resultado do mês de outubro/24 do custo de produção do monocultivo de tilápia padronizado como referência média para as regiões de Chapecó e Joinville, os parâmetros, as memórias de cálculos, o resumo do resultado final do cálculo do custo de produção para as duas regiões e a variação em relação ao mês de setembro/24. Apresentamos uma análise do comportamento dos indicadores econômicos dos últimos 12 meses, a seção: Aconteceu, a agenda, dica de leitura e os preços do filé congelado nos varejos de Chapecó e Joinville. Seguimos com a Seção: Nossas Receitas, que é um espaço para divulgar receitas e estimular ainda mais o consumo de pescado cultivado.

Ficamos à disposição para comentários e contribuições, este trabalho está em constante construção! Boa Leitura!

Avaliação mensal do custo de produção do monocultivo de tilápia-do-Nilo (*Oreochromis niloticus*) das regiões de Chapecó e Joinville em Santa Catarina



Jorge de Matos Casaca – Fernanda Queiróz e Silva



O principal sistema de piscicultura comercial praticado em Santa Catarina é o monocultivo de tilápia, apesar de ser tecnificado, há poucos trabalhos que avaliam o custo de produção dos cultivos, deixando dúvidas quanto a sua viabilidade econômica.



Informativo Econômico da Aquicultura Número 31 - Novembro/2024



Custo de produção do monocultivo de tilápia nas regiões de Chapecó e Joinville/SC (Outubro/2024)

Indicadores técnicos e econômicos	Unidade	Chapecó	Joinville
Área do viveiro	ha	0,50	0,30
Quantidade produzida	kg	9.600	5.760
Quantidade de alevinos estocados	Número	15.000	9.000
Densidade de estocagem inicial	peixe/m ²	3,00	3,00
Peso médio final	kg	0,80	0,80
Taxa de sobrevivência	%	80	80
Taxa de crescimento	g/dia	2,66	2,66
Período de cultivo	Dias	300	300
Produtividade do cultivo	kg/ha/ano	23.360	23.360
Conversão alimentar (kg ração/kg peixe)	kg	1,50	1,50
Receita Bruta (RB)	R\$/kg	7,75	8,14
Custo Operacional Efetivo (COE)	R\$/kg	5,64	5,99
Custo Operacional Total (COT)	R\$/kg	6,14	6,71
Custo Total (CT)	R\$/kg	6,51	7,09
Margem Bruta Unitária (MBU)	R\$/kg	2,11	2,15
Margem Bruta (MB)	%	27,28	26,37
Margem Líquida Unitária (MLU)	R\$/kg	1,61	1,43
Margem Líquida (ML) ou Índice de Lucratividade (IL)	%	20,71	17,56
Produção de Nivelamento (COT)	kg	7.611,53	4.748,71
Preço de Nivelamento (COT)	R\$	6,14	6,71
Período de Recuperação do Capital	Ciclos	2,22	2,21
Custo de implementação do projeto	R\$	41.914,60	24.216,86

Créditos: Jorge de Matos Casaca e Fernanda Queiróz e Silva



14 de novembro de 2024

Indicador de Preços da Tilápia



REGIÃO	VALOR (R\$/Kg)	VARIÇÃO SEMANAL	VARIÇÃO MENSAL
GRANDES LAGOS	7,19	-2,71%	-7,70%
OESTE DO PARANÁ	7,67	-2,17%	-3,64%
NORTE DO PARANÁ	8,97	1,13%	0,56%
MORADA NOVA DE MINAS	7,66	-1,16%	-3,77%
TRIÂNGULO MINEIRO E ALTO PARANAÍBA	7,29	-1,22%	-6,18%

PATROCINADORES



PEIXEBR.COM.BR



peixebrofficial • Seguir



peixebrofficial Confira o Indicador de Preços da Tilápia!

Divulgado no dia 14 de novembro de 2024.

#PeixeBR #tilapia #indicadordepreçodatilápia #Cepea

5 d Ver tradução



Curtido por aguaviva_piscicultura e outras pessoas há 5 dias



Adicione um comentário...

Publicar





Quanto o consumidor está pagando pelo quilograma do filé de tilápia congelado?

Levantamento realizado no mercado varejista das cidades de Chapecó e Joinville/SC no final do mês de outubro/24, foram identificadas diversas marcas de filé de tilápia congelado, com apresentação de embalagens, pesos e preços variados. Os valores convertidos para R\$/kg, nota-se uma grande diferença entre o maior valor (R\$ 74,95) e o menor valor (R\$ 47,25). Várias questões poderiam ser discutidas, dentre elas: o que explica preços tão diferentes?; várias opções de marcas disponíveis ao consumidor, isso é bom?; o mesmo produto com cinco apresentações de pesos individuais diferentes, seria uma estratégia das empresas? Com a palavra os especialistas em mercado varejista, quem se habilita a explicar essas questões.

Chapecó/SC			
Apresentação	Descrição do produto	Preço R\$/unidade	Preço R\$/kg
	Marca: Sabor Fish – SISBI-POA Município: Caxambu do Sul/SC Filé de Tilápia sem pele congelado Peso: 400g e 800g	(0,8kg) 49,90 (0,8kg) 52,99	62,38 66,24
	Marca: Aurora - SIF Município: Palotina/PR Filé de Tilápia sem pele congelado Peso: 400g, 800g e 2kg	(0,8kg) 54,90 (0,4kg) 26,90 (0,4kg) 29,90 (2,0kg) 129,90	68,63 67,25 74,75 64,95
	Marca: Rio Vivo – SISBI-POA Município: Descanso/SC Filé de Tilápia sem pele congelado Peso: 400g e 800g	(0,8kg) 45,90 (0,8kg) 56,99 (0,4kg) 24,89 (0,4kg) 25,99	57,38 71,24 62,23 64,98
	Marca: Impescal - SIE Município: União do Oeste/SC Filé de Tilápia sem pele congelado Peso: 400g e 800g	(0,4kg) 18,90 (0,4kg) 22,99	47,25 57,48

Chapecó/SC			
Apresentação	Descrição do produto	Preço R\$/unidade	Preço R\$/kg
	Marca: Sabor Fish – SISBI-POA Município: Caxambu do Sul/SC Filé de Tilápia sem pele congelado Peso: 400g e 800g	(0,8kg) 49,90 (0,8kg) 52,99	62,38 66,24
	Marca: Aurora - SIF Município: Palotina/PR Filé de Tilápia sem pele congelado Peso: 400g, 800g e 2kg	(0,8kg) 54,90 (0,4kg) 26,90 (0,4kg) 29,90 (2,0kg) 129,90	68,63 67,25 74,75 64,95
	Marca: Rio Vivo – SISBI-POA Município: Descanso/SC Filé de Tilápia sem pele congelado Peso: 400g e 800g	(0,8kg) 45,90 (0,8kg) 56,99 (0,4kg) 24,89 (0,4kg) 25,99	57,38 71,24 62,23 64,98
	Marca: Impescal - SIE Município: União do Oeste/SC Filé de Tilápia sem pele congelado Peso: 400g e 800g	(0,4kg) 18,90 (0,4kg) 22,99	47,25 57,48
	Marca: Seara – SIF Município: Perdizes/MG Filé de Tilápia sem pele congelado Peso: 600g	(0,6kg) 43,99	73,38
	Marca: Copacol - SIF Município: Nova Aurora/PR Filé de Tilápia sem pele congelado Peso: 400g, 800g e 2kg	(2,0kg) 105,90 (0,8kg) 47,99 (0,8kg) 39,79 (0,4kg) 24,99	52,95 59,99 49,74 62,48
	Marca: Golfo Pesca- SIF Município: Navegantes/SC Filé de Tilápia sem pele congelado Peso: 800g	(0,8kg) 44,90	56,13
	Marca: Albani - SIE Município: Saudades/SC Filé de Tilápia sem pele congelado Peso: 400g	(0,4kg) 21,90	54,75
	Marca: Vitalmar – SIF Município: Itajaí/SC Filé de Tilápia sem pele congelado Peso: 500g e 800g	(0,8kg) 45,90	57,38
	Marca: Paturi - SIF Município: Toledo/PR Filé de Tilápia sem pele congelado Peso: 400g	(0,4kg) 22,49 (0,4kg) 26,99	56,23 67,48
	Marca: Buriti - SIF Município: Massaranduba/SC Filé de Tilápia sem pele congelado Peso: 800g	(0,8kg) 38,99	48,74

Joinville/SC			
Apresentação	Descrição do produto	Preço R\$/unidade	Preço R\$/kg
	Marca: Aurora - SIF Município: Palotina/PR Filé de Tilápia sem pele congelado Peso: 400g, 800g e 2kg	(0,4kg) 29,98	74,95
	Marca: Copacol - SIF Município: Nova Aurora/PR Filé de Tilápia sem pele congelado Peso: 400g, 600g, 800g e 2kg	(0,8kg) 39,79 (0,4kg) 27,99 (0,4kg) 25,99 (0,4kg) 22,98	49,74 69,98 64,98 57,45
	Marca: Seara – SIF Município: Perdizes/MG Filé de Tilápia sem pele congelado Peso: 600g	(0,6kg) 38,90 (0,6kg) 39,90 (0,6kg) 43,90 (0,6kg) 29,90	64,83 66,50 73,17 49,83
	Marca: Sadia - SIF Município: Perdizes/MG Filé de Tilápia sem pele congelado Peso: 400g	(0,4kg) 27,50 (0,4kg) 28,99	68,75 72,48
	Marca: Bruder – SISBI-POA Município: Urussanga/SC Filé de Tilápia sem pele congelado Peso: 400g	(0,4kg) 26,38	65,95
	Marca: Rio Vivo – SISBI-POA Município: Descanso/SC Filé de Tilápia sem pele congelado Peso: 400g e 800g	(0,4kg) 19,90	49,75
	Marca: Buriti - SIF Município: Massaranduba/SC Filé de Tilápia sem pele congelado Peso: 800g	(0,8kg) 37,89	47,36

Análise do mercado do filé de tilápia congelado

Os preços médios do filé de tilápia congelado nos varejos no mês de outubro ficaram em **61,71 R\$/kg** em Chapecó e de **63,04 R\$/kg** em Joinville;

O menor preço do quilograma do filé congelado em Chapecó foi da marca Impescal em embalagem de 400g, e o maior preço foi da marca Aurora em embalagem de 400g. O menor preço do quilograma em Joinville foi da marca Buriti em embalagem de 0,8kg, e o maior preço foi da marca Aurora em embalagem de 400g;

Em Chapecó foram encontradas 11 marcas diferentes de filé de tilápia congelados, enquanto em Joinville apenas 7 marcas;

Faça as contas na hora de decidir a compra, nem sempre o menor valor significa o melhor preço, compare o valor por quilograma.

Preço médio: **R\$ 62,37/kg**

***Tilápia inteira: R\$ 9,25

***Custo do produto: R\$ 27,75

“Leva ao equilíbrio do produtor, indústria, mercado e consumidor”.

BOLETIM TÉCNICO
AQUACULTURA

ANÁLISE DO MERCADO DE TILÁPIA

OUTUBRO / 2024



ESALQ USP

Política de desenvolvimento sustentável para o Sistema de Tilápia do Centro de Estudos
Avançados em Biotecnologia Aplicada - ESALQ/USP em parceria com a Phibro

Phibro
ANIMAL HEALTH CORPORATION

 **UDESC**

20
anos
FENACAM'24

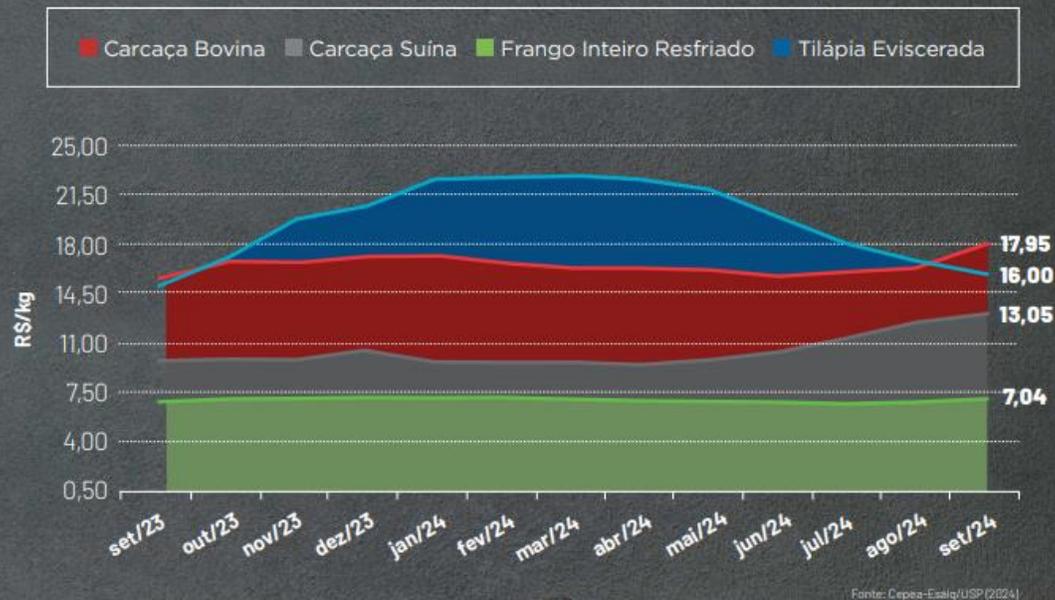
**MARGEM BRUTA MÉDIA MENSAL, EM R\$/KG COMERCIALIZADO,
DAS PROPRIEDADES ACOMPANHADAS PELO CEPEA**

Data	Grandes Lagos	Oeste do Paraná	Morada Nova de Minas
set/23	R\$ 2,83	R\$ 4,25	R\$ 2,08
out/23	R\$ 2,90	R\$ 4,07	R\$ 2,31
nov/23	R\$ 2,66	R\$ 4,08	R\$ 2,35
dez/23	R\$ 2,65	R\$ 4,04	R\$ 2,39
jan/24	R\$ 2,59	R\$ 3,83	R\$ 2,36
fev/24	R\$ 2,55	R\$ 3,81	R\$ 2,34
mar/24	R\$ 2,76	R\$ 3,98	R\$ 2,25
abr/24	R\$ 2,58	R\$ 3,91	R\$ 2,12
mai/24	R\$ 2,29	R\$ 3,82	R\$ 2,09
jun/24	R\$ 2,19	R\$ 3,67*	R\$ 1,58
jul/24	R\$ 1,22	R\$ 3,14*	R\$ 1,37
ago/24	R\$ 1,17*	R\$ 3,15*	R\$ 1,27
set/24	R\$ 0,97	R\$ 3,06	R\$ 1,17

* ERRATA: Os valores sinalizados passaram por revisão de dados e foram alterados em comparação aos divulgados no último relatório.

Fonte: Cepea/Esalq-USP

PREÇO CARNE NO ATACADO DA GRANDE SÃO PAULO



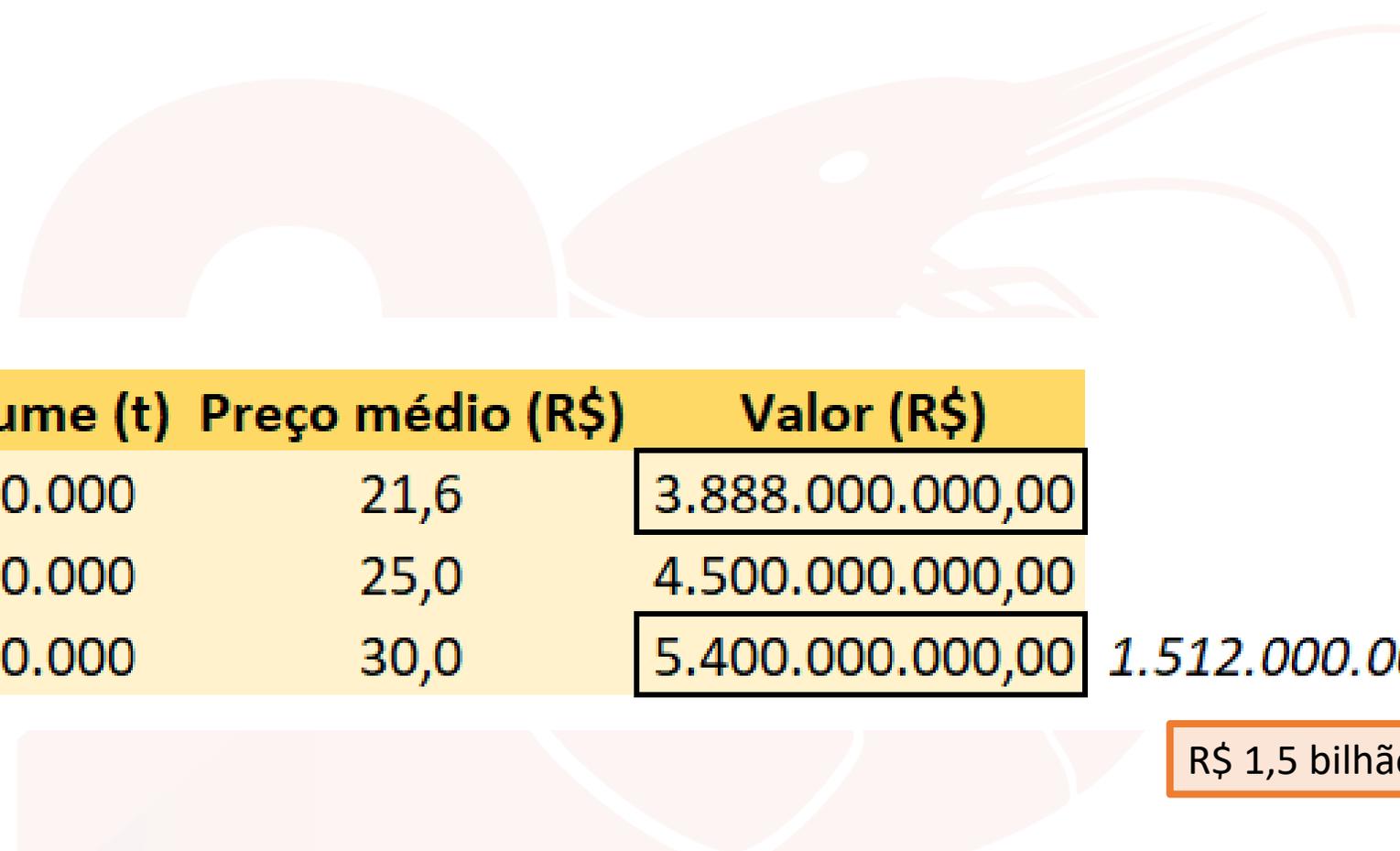
Brasil (2023)	Volume (t)	Preço médio (R\$)	Valor (R\$)
Tilápia (<i>Oreochromis niloticus</i>)	579.080	7,76	4.493.660.800,00
Camarão marinho (<i>Litopenaeus vannamei</i>)	180.000	21,6	3.888.000.000,00

Brasil (2023)	Volume (t)	Preço médio (R\$)	Valor (R\$)
Tilápia (<i>Oreochromis niloticus</i>)	579.080	7,76	4.493.660.800,00
Camarão marinho (<i>Litopenaeus vannamei</i>)	180.000	25,00	4.500.000.000,00

Brasil (2023)	Volume (t)	Preço médio (R\$)	Valor (R\$)
Tilápia (<i>Oreochromis niloticus</i>)	579.080	7,76	4.493.660.800,00
Camarão marinho (<i>Litopenaeus vannamei</i>)	180.000	30,00	5.400.000.000,00



“O ânimo dos tilapicultores no Paraná foi abalado com os baixos preços ofertados pela tilápia ao final da safra passada (entre R\$ 1,10 a 1,40/kg)...



Volume (t)	Preço médio (R\$)	Valor (R\$)
180.000	21,6	3.888.000.000,00
180.000	25,0	4.500.000.000,00
180.000	30,0	5.400.000.000,00
		1.512.000.000,00

R\$ 1,5 bilhão/ano



quanto custa uma publicidade no bbb



Todas

Videos

Imagens

Notícias

Shopping

Web

Livros

⋮ Mais

Ferramentas

✦ Visão geral criada por IA

🔊 Ouvir

O valor de uma publicidade no Big Brother Brasil (BBB) varia de acordo com a cota e o horário da exibição. **As cotas de patrocínio podem custar entre R\$ 20 milhões e R\$ 114 milhões.** Além disso, as marcas também podem optar por cotas avulsas, que são mais baratas e flexíveis. [🔗](#)

No BBB 24, os valores das cotas foram:

- **Cota Big:** R\$ 114,407 milhões
- **Cota Camarote:** R\$ 87,423 milhões
- **Cota Brother:** R\$ 20,608 milhões [🔗](#)

As cotas avulsas podem estar vinculadas a dinâmicas como provas, festas, sorteios e brindes. [🔗](#)





S Y D L E





Precisamos pensar em soluções!



INVE

AQUACULTURE



A celebração de quatro décadas de pioneirismo e inovação na aquicultura.

Patrick Waty, CEO de INVE Aquaculture - A Benchmark Company, e especialista em Nutrição Avançada, comenta os avanços alcançados pela empresa ao longo de 40 anos que marcaram história na aquicultura mundial e compartilha sua visão para os próximos anos.

AQUACULTURE BRASIL: Como a tecnologia está transformando a aquicultura e quais inovações você acredita que terão o maior impacto nos próximos anos?

Patrick Waty: A tecnologia está transformando a aquicultura ao impulsionar a profissionalização e a eficiência ao longo de toda a cadeia de valor. Inovações em análise de dados, biotecnologia e genética estão tornando a produção mais previsível, sustentável e resiliente. Informações baseadas em dados e automação permitem uma tomada de decisão mais inteligente, otimizando desde a alimentação até o gerenciamento ambiental. A biorremediação está aprimorando a qualidade da água e reduzindo a necessidade de produtos químicos, o que é essencial para as fases iniciais de camarões e peixes. Ao mesmo tempo, os avanços na seleção genética estão ajudando a aumentar a robustez e o desempenho. O futuro da aquicultura reside em sistemas integrados onde a tecnologia, os dados e a biotecnologia trabalham em conjunto para garantir eficiência, sustentabilidade e crescimento contínuo. Este é um momento emocionan-

te, pois essas inovações estão levando a indústria a um novo patamar.

AQUACULTURE BRASIL: Considerando os baixos preços internacionais e as margens de lucro apertadas, a indústria global de camarão já atingiu sua capacidade máxima de produção?

Patrick Waty: Não acredito que a indústria global de camarão tenha atingido sua capacidade máxima. Ainda há espaço para crescimento, especialmente através de maior industrialização e profissionalização. Embora os modelos de produção atuais indiquem uma redução nas taxas de crescimento e até alguma estagnação, a necessidade de expansão é evidente — particularmente se quisermos alcançar o objetivo de alimentar uma população global crescente até 2050.

Curiosamente, a indústria de camarão já alcançou mais que o dobro da produção da indústria de salmão, apesar de investir bem menos em marketing. A indústria de

Patrick Waty,
CEO da INVE Aquaculture -
A Benchmark Company.



salmão é muitas vezes percebida como mais significativa, em grande parte devido às suas campanhas de marketing direcionadas aos consumidores, mas a produção de camarão já a superou em volume. Contudo, essa diferença no foco de marketing está começando a diminuir. O *Global Shrimp Council* atualmente, tem um foco maior em atividades de marketing global, destacando a importância do consumo de camarão, sua sustentabilidade, praticidade, e os benefícios nutricionais e para a saúde — semelhante às campanhas bem-sucedidas para a indústria do abacate. Será muito interessante ver qual impacto esses esforços de marketing terão na expansão do mercado e no aumento da demanda dos consumidores. Para realmente alcançar o crescimento necessário, a indústria precisa focar não apenas na ampliação da produção, mas também na conscientização dos consumidores sobre os benefícios à saúde através do consumo dos frutos do mar cultivados de forma sustentável. O crescimento é possível se continuarmos investindo em eficiência, tecnologia e, agora, mais do que nunca, na conscientização do consumidor. Precisamos jogar nossas cartas da forma correta.

AQUACULTURE BRASIL: Produtores de camarão continuam enfrentando desafios, como preços baixos, altos custos de ração e surtos de doenças. Como a indústria global está lidando com esses problemas?

Patrick Waty: Um dos principais aspectos para melhorar a resiliência é o gerenciamento eficaz de doenças, que impacta diretamente na taxa de sucesso dos cultivos. O Equador se destacou como um exemplo, mostrando como o controle focado nas doenças e nas medidas de biossegurança podem melhorar os resultados de produção, mesmo em condições de mercado desafiadoras. Ao implementar programas robustos de gestão de saúde, o Equador conseguiu reduzir perdas e aumentar a eficiência, mostrando o caminho para outros países produtores de camarão. A indústria de camarão, como um todo, está evoluindo, e nosso setor em amadurecimento deve mudar de uma abordagem individualista para uma abordagem coletiva e interconectada. Enfrentar desafios como preços baixos, altos custos de ração e surtos de doenças requer colaboração ao longo de toda a cadeia de valor

“
Construir um
mercado mais
informado será
fundamental para
melhorar a resiliência
geral da indústria.”



A indústria de camarão, como um todo, está evoluindo, e nosso setor em amadurecimento deve mudar de uma abordagem individualista para uma abordagem coletiva e interconectada. Enfrentar desafios como preços baixos, altos custos de ração e surtos de doenças requer colaboração ao longo de toda a cadeia de valor

— desde os produtores até os fornecedores e reguladores. Do náuplio ao prato, todos compartilhamos a responsabilidade de garantir uma indústria próspera e sustentável.

Fico animado em ver que fóruns globais e regionais recentes trouxeram essas questões à tona. No entanto, precisamos ir além das discussões e investir ativamente em parcerias em todos os níveis. Ao entender os fatores que impulsionam esses desafios, a indústria pode se adaptar e encontrar soluções em conjunto.

Como mencionado anteriormente, a conscientização do consumidor é essencial. O lado da demanda tem um papel importante, e é promissor ver iniciativas como o *Global Shrimp Council* focadas em educar os consumidores sobre camarão sustentável e seus benefícios. Construir um mercado mais informado será fundamental para melhorar a resiliência geral da indústria.



Icmufsc • [Seguir](#)



Icmufsc Participação do LCM no evento @congressoraizes . Realizado em Itajaí, o Raízes reúne grandes nomes da gastronomia brasileira. Apresentamos nosso projeto de produção sustentável, usando os princípios de Aquicultura Multitrófica Integrada ao cultivo de camarões em bioflocos. A inclusão da aquicultura nestes eventos é de grande importância para quebrar os paradigmas de que os produtos oriundos da Aquicultura apresentam qualidade inferiores ao da pesca. Ainda, tive a oportunidade de falar um pouco mais do nosso projeto com a @fernanda.peixeomeunegocio , em entrevista para o canal da @aquaculturebrasil , disponível em "https://youtu.be/tfWxwHr_M5E?si=L2bEg4BDNr9II0x1"

2 d [Ver tradução](#)



Curtido por [giovannidemello](#) e outras pessoas

há 2 dias



Adicione um comentário...

Publicar





Precisamos Dialogar Mais Com Consumidores de Camarão!

Dr. Fábio Susse

Pesquisador Científico do Instituto de Pesca de SP
fabiosusse@hotmail.com

Produzimos um dos alimentos mais nobres e certamente dentre os mais desejados pelos consumidores. Porém, pouco conversamos com quem consome nosso produto. Seja consumidores finais ou Food Service (Chefes de Cozinha). Mas é impressionante o abismo entre o que realmente é a “iguarria camarão” e os inúmeros entendimentos equivocados que existe por parte dos consumidores.

Digo isto com conhecimento de causa, pois, nos últimos três anos tenho realizado periodicamente eventos do tipo degustação técnica de camarão, voltados para consumidores, chefes de cozinha e alunos de cursos relacionados a gastronomia. Trabalho de formiguinha, mas ... ao menos 300 pessoas já tiveram os entendimentos sobre qualidade de camarão atualizados.

Camarão fresco no gelo x camarão congelado, alergia a proteína do camarão x alergia ao metabissulfito de sódio (quando em excesso), camarão cultivado x camarão da pesca comercial, camarão quando verdadeiramente fresco é adocicado, limpeza e preparo da cabeça como petisco, aproveitamento das carapaças, ponto de cocção e regras para temperar são alguns dos tópicos que abordo.



(Zootecnia) de uma imagem que tinha na porta da sala do meu professor desta disciplina: “O porco virou suíno”. A intenção da frase é desvincular a imagem de um animal sujo e, principalmente, de carne gorda que pode fazer mal pra saúde, ou seja, há 25 anos atrás que o setor em questão já tinha o entendimento da importância de se comunicar com os consumidores. E o resultado veio! De acordo com a ABCS (Associação Brasileira de Criadores de Suínos), o consumo per capita saltou de 13,7 kg em 2010 para 20,5 kg em 2022.

Diferente dos suínos, o camarão tem naturalmente uma imagem positiva, afora o fato de ser extremamente desejado pela maior parte dos consumidores. Sem contar os benefícios para a saúde, tanto pela boa relação de



Cinco caminhos a seguir:

Agregação de valor/industrialização;

Pulverizar a cadeia de intermediários (*não importa ser pequeno!*);

Ações de marketing;

Aumento do consumo de camarão;

Nos tornarmos, verdadeiramente, uma **CADEIA PRODUTIVA** (*Organização!*).



Preocupações da Carcinicultura Brasileira e Mundial!?

Itamar Paiva Rocha, Presidente da ABCC
Engº de Pesca

Antes de entrarmos no mérito do presente editorial, destacamos que em meados de 2024, o **Global Shrimp Council (conselho global do camarão)**, criado em 2023, com o objetivo de harmonizar os interesses da indústria global de camarão, através de uma visão sistêmica, ressaltando para o consumidor global, que camarão é uma proteína de alta qualidade nutricional e de elevado apelo gastronômico, produzida em sistemas sustentáveis, recentemente elegeu seu primeiro conselho de 15 pessoas, que incluiu, além dos 2 (dois) fundadores (David Castro - Manta Bay e Gabriel Luna - Glunashrimp), 11 (onze) outros representantes dos maiores produtores de camarão e 2 (dois) dos importadores tradicionais (EUA e Europa).

Inclusive, já nas discussões do **2º Fórum Global de Camarão** realizado na Índia, em julho 2024, o tema central, girou em torno do chamamento às lideranças setorial a nível mundial, sobre como a indústria do camarão marinho cultivado, que produz e fornece uma proteína saudável e ecologicamente sustentável, pode continuar a crescer, para atender à crescente demanda mundial, com a indispensável sustentabilidade econômico-financeira.

Nesse contexto, foram apresentadas diversas opiniões, sempre ressaltando a importância de se encaixar o camarão marinho cultivado, na agenda do "alimento azul", chamando a atenção para a necessidade do setor camarãoeiro se inspirar no exemplo do salmão, para se tornar uma das proteínas nobres e sustentáveis do futuro, destacando inclusive, a necessidade de se trilhar o caminho, de forma que "o rosa, possa encontrar o laranja".

Ao final, o foco prioritário das sugestões para nortear uma campanha de incentivo ao aumento do consumo de camarão, teve como recomendações a realização de uma campanha de marketing global, enfocando: (1) **criar uma marca, para uma categoria sem marca;** (2) **destacar que camarão faz bem à saúde;** (3) **reinventar o marketing para consumidores de camarão;** (4) **educar os consumidores sobre como preparar o camarão;** (5) **fazer do camarão uma apetitosa experiência gastronômica;** (6) **construir uma dupla narrativa, tanto para varejistas, como para consumidores;** (7) **"Destacar**

o Camarão" nos cardápios do setor de serviços de alimentação; (8) **fazer do camarão uma marca de amor, além do mero reconhecimento ou preferência gastronômica, de forma a evocar fortes conexões emocionais e lealdade por parte de seus consumidores;** (9) **contribuir para que a maré melhore para toda a cadeia produtiva do camarão e,** (10) **tornar a indústria do camarão maior e melhor.**

Evidentemente, que no nosso lúcido e abalizado entendimento, o desafio presente, do ponto de vista global, será a ampliação do consumo de camarão nos principais mercados importadores e consumidores, notadamente na China, EUA, UE, Japão e Brasil, mas com a atenção e foco na abertura e ampliação do consumo nos mercados emergentes e com potencial de crescimento, a exemplo da Indonésia e Índia, está última, com a maior população mundial e que consome apenas 100 gramas de camarão per capita por ano, mas que a exemplo da China e Brasil, pode vir a se tornar um importante consumidor.

No caso particular do Brasil, que embora o mercado interno, tenha tido um papel de fundamental importância, na recuperação e crescimento setorial, entre 2016 (60.000 t) e 2023 (180.000 t), não temos dúvidas que devido à falta de planejamento, de um lado, pela miopia do topo da cadeia produtiva e, de outro, pela expressiva e desorganizada participação dos micros e pequenos (85%) produtores, a alternativa de curto prazo, será aumentar a oferta de camarão processado e com valor agregado, nas vendas internas, mas que, de qualquer forma, a médio prazo, será inevitavelmente, o retorno às exportações, sob pena de estrangulamento do mercado e mesmo, de um colapso setorial.

Nesse sentido, não temos dúvidas, que no contexto internacional, o objetivo prioritário da carcinicultura brasileira, será a exportação de 40% da produção brasileira de camarão inteiro, nas classificações pequeno-médias (70-80, 80-100 e 100-120), notadamente para a China, para atender a gigantesca base da sua pirâmide consumidora, sem competir com o Equador (25-45 gramas) e Índia (18-25 gramas), seus principais fornecedores de camarão em 2023 e 2024.

Já no front interno, os desafios, em curto e médio prazos, será ampliar o percentual do camarão

No caso particular do Brasil, que embora o mercado interno, tenha tido um papel de fundamental importância, na recuperação e crescimento setorial, entre 2016 (60.000 t) e 2023 (180.000 t), não temos dúvidas que devido à falta de planejamento, de um lado, pela miopia do topo da cadeia produtiva e, de outro, pela expressiva e desorganizada participação dos micros e pequenos (85%) produtores, a alternativa de curto prazo, será aumentar a oferta de camarão processado e com valor agregado, nas vendas internas, mas que, de qualquer forma, a médio prazo, será inevitavelmente, o retorno às exportações, sob pena de estrangulamento do mercado e mesmo, de um colapso setorial.

Título da palestra: “Agregando valor ao camarão diretamente da fazenda”

Ações setoriais;

Ações individuais que possam INSPIRAR outros produtores.

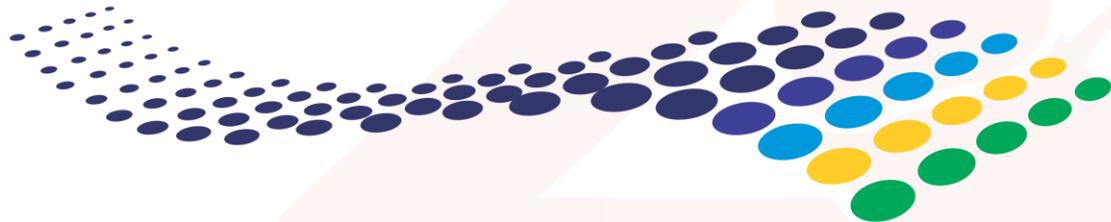
Possíveis caminhos para o carcinicultor no Sul do Brasil:

Agregação de valor na fazenda;

“Produtores sobreviventes se tornarem comerciantes também (atacadistas e varejistas)”;

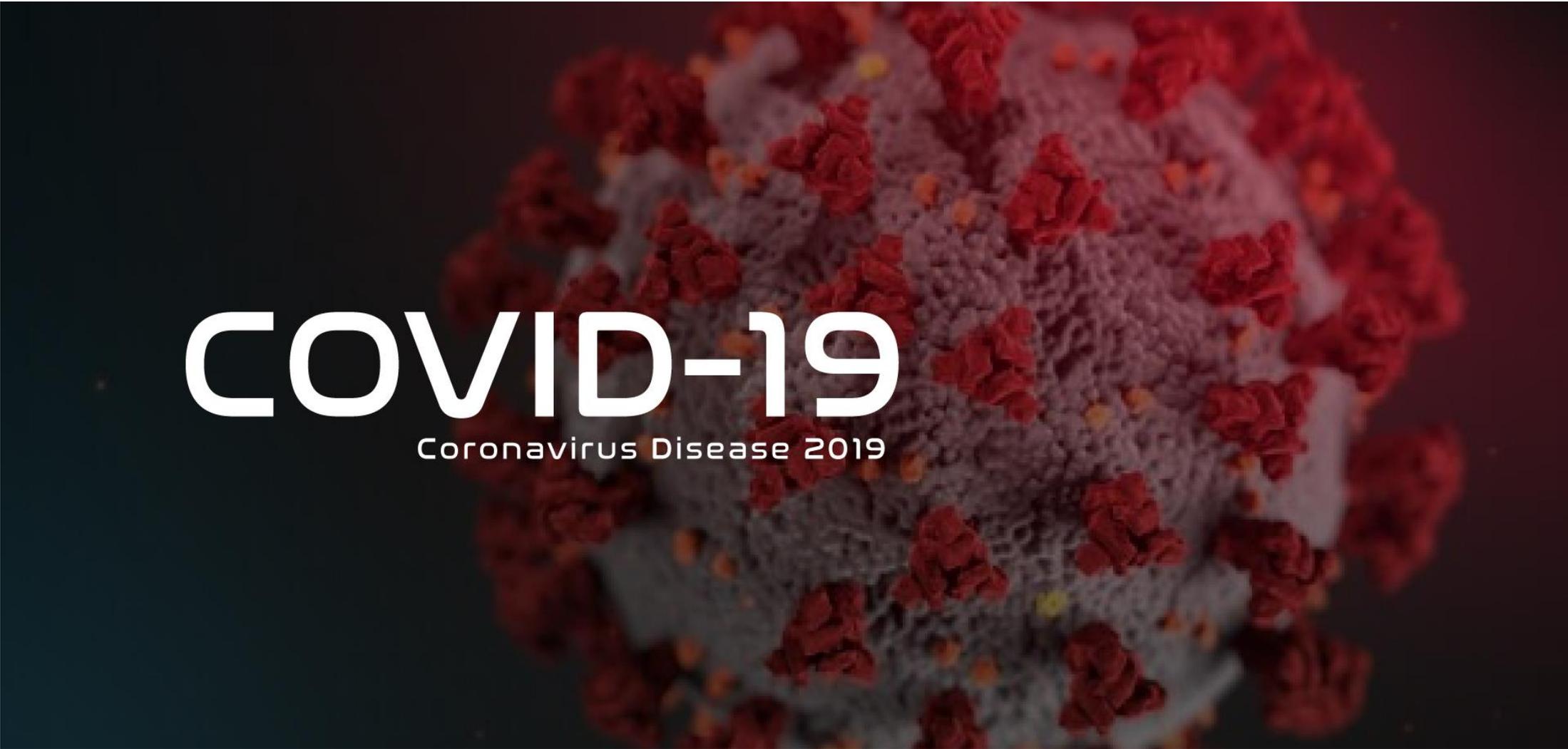
DO PONTO DE VISTA PRODUTIVO - Desenvolvimento de linhagens resistentes às adversidades climáticas e ambientais da região; ou implantação de cultivos biosseguros.

MAR DO
BRASIL



TRAPICHE

Petisqueria & Restaurante
Laguna-SC



COVID-19

Coronavirus Disease 2019

PRODUÇÃO (KG)





mar.dobrasil

Seguindo ▾

Enviar mensagem



206 publicações

8.835 seguidores

336 seguindo

Mar do Brasil

O MELHOR 🇧🇷 🇺🇸 DO MUNDO!

♻️ Produção Ecológica ♻️

👨‍🌾 Turismo Rural 👨‍🌾

🚚 Delivery de Camarão e Frutos do Mar 🚚

👉 Para mais... mais

🔗 eunomapa.com.br/fazenda-e-peixaria-mar-do-brasil + 1



Catálogo



Delivery



S. do Pescado...



Novidades



Fazendas



Dúvidas



Camarões

📱 PUBLICAÇÕES

🎬 REELS

🏷️ MARCADOS



Antes do Covid-19:

- Produção de camarões com peso médio de despesca de 10-12 g (80-100 peças/kg);
- Densidades de povoamento de 15 a 25 cam/m²;
- Despesca única para a indústria, atendendo o mercado regional;
 - Vendas no atacado;
- Dependência de uma longa cadeia de atravessadores;
- Preço tabelado (Tabela de preços do NE + R\$ 2-3,00/kg)
- Cuidado padrão com a qualidade do produto final.



Após a pandemia:

- Produção de camarões maiores e com maior valor comercial (15 a 25g);
- Densidades de povoamento de 5 a 15 cam/m²;
- Adoção de despescas parciais, especialmente com uso de tarrafas;
 - Busca pelo mercado local;
 - Vendas no varejo;
- Quebra da cadeia de atravessadores;
 - Melhores preços na porteira;
- Maiores cuidados com o produto final (gelo em abundância, embalagens, apresentação do produto).

Tendência de mudanças nos rumos da produção e comercialização de camarões marinhos em Santa Catarina.



Visualizações

3.825.038

Tempo de visualização

26433 h 15 min 6 s

Tempo médio de visualização

31 s



143 mil



849



Interações ⓘ

Interações com reels

198.654

♥ Curtidas

143.573

💬 Comentários

849

🔖 Salvamentos

2.423

📤 Compartilhamentos

51.809



toniottiandre Camarão de tanque não tem gosto

30 sem 112 curtidas Responder Ver tradução

Ver respostas (41)



trapiche.laguna @toniottiandre Verdade! Igual boi, frango ou porco de cativeiro, né? O negócio é caçar pra comer.

30 sem 1.016 curtidas Responder Ver tradução

Características da operação

Quantidades vendidas: 2 a 3kg são comercializadas para os consumidores finais, como também volumes maiores, de 100-200 kg para restaurantes e peixarias

A operação começa a partir das 05-06 h da manhã, quando por volta de 10-20kg de ração são lançados nas comportas de despesca dos viveiros selecionados

Não importa se o viveiro possui 2, 5, 10 ou 30 camarões por metro quadrado



Fazenda Mar do Brasil (Laguna/SC) recebendo um grupo de turistas da terceira idade para um café colonial, que inclui uma visita na propriedade e a possibilidade de tarrafejar e adquirir seus próprios camarões.



O produtor Clemilson de Andrade Francisco, mais conhecido como “Sorriso”, tarrafeando camarões para venda no varejo.

“Virada de chave” na Mar do Brasil

Safra 2019/2020 = 5% das vendas no varejo

Safra 2020/2021 = 50% das vendas no varejo

Safra 2021/2022 = 90% das vendas no varejo

Safra 2022/2023 = 95% das vendas no varejo

Safra 2023/2024 = **100% das vendas no varejo**

2



Preços de venda diferenciados

Safra 2021/2022 – Preços médios: R\$ 37,32/kg.

Safra 2022/2023 – Preços médios: R\$ 35,01/kg.

Safra 2023/2024 – Preços médios: R\$ 32,36/kg.

“Os carcinicultores catarinenses estão aprendendo a não vender mais camarão, mas sim, comercializar um produto diferenciado, que não existe no mercado. Vender uma experiência!”

Missão cumprida com relação aos “planos B e C”

Restaurante – 47,81% do faturamento;

Beneficiamento/indústria – 38,48% do faturamento;

Fazenda – 13,71% do faturamento.

CAMISETA MAR DO BRASIL - AZUL



ATENÇÃO: Manter as proporções apresentadas nos layouts como TAMANHO "C"

CAMISETA MAR DO BRASIL - BRANCA



ATENÇÃO: Manter as proporções apresentadas nos layouts como TAMANHO "C"



SDesigner
COMUNICAÇÃO VISUAL
48 99187-6591

MAR DO
BRASIL

CATÁLOGO DE PRODUTOS

ATACADO

 **UDESC**

CONTATO:
☎ 48 99601 - 4090
📷 @mar.dobrasil

20
anos
FENACAM'24

ATACADO

CAMARÃO INTEIRO CONGELADO:

TAM XGG (46-48 PEÇAS)	R\$42,00/kg;
TAM EG PREMIUM (27-29 PEÇAS)	R\$55,00/kg.

CAMARÃO DESCASCADO:

TAM P	R\$65,00/kg;
TAM M	R\$67,00/kg;
TAM G	R\$69,00/kg;
TAM GG	R\$78,00/kg;
TAM XGG	R\$88,00/kg;
TAM EG	R\$105,00/kg;
TAM EG PREMIUM	R\$115,00/kg.

CAMARÃO DESCASCADO EVISCERADO:

TAM M	R\$76,00/kg;
TAM G	R\$79,00/kg;
TAM GG	R\$87,00/kg;
TAM XGG	R\$94,00/kg;
TAM EG	R\$117,00/kg;
TAM EG PREMIUM	R\$120,00/kg.



CLASSIFICAÇÃO:

P - acima de 120 peças/kg;
M - 85 - 120 peças/kg;
G - 65 - 84 peças/kg;
GG - 50 - 64 peças/kg;
XGG - 40 - 49 peças/kg;
EG - 30 - 39 peças/kg;
EG PREMIUM- 20 - 29 peça/kg.

CAMARÃO DESCASCADO EVISCERADO:

TAM M	R\$76,00/kg;
TAM G	R\$79,00/kg;
TAM GG	R\$87,00/kg;
TAM XGG	R\$94,00/kg;
TAM EG	R\$117,00/kg;
TAM EG PREMIUM	R\$120,00/kg.



CLASSIFICAÇÃO:

P - acima de 120 peças/kg;
M - 85 - 120 peças/kg;
G - 65 - 84 peças/kg;
GG - 50 - 64 peças/kg;
XGG - 40 - 49 peças/kg;
EG - 30 - 39 peças/kg;
EG PREMIUM- 20 - 29 peça/kg.

➔ Encaminhada

previsão p/ terça a tarde 🕒

conforme viagem 🚚 ✅

chegando 🍷🍷🍷🍷🍷🍷🍷

na ksa de

100 peças —> \$25,50

90 peças —> \$26,50

75 peças —> \$27,50

70 peças —> \$28,50

60 peças —> \$30,50

55 peças —> \$31,50

a disposição 👍

18:42

1kg (inteiro): **R\$ 31,50**

1kg (descascado e eviscerado) [Rendimento de 54% - 1,85:1]: **R\$ 58,27**

Mão-de-obra (+gelo, +embalagem e +congelamento): **R\$ 8,00**

Custo total: **R\$ 66,27/kg**

Preço de venda: **R\$ 87,00/kg**

Lucro bruto: **R\$ 20,73/kg**

Lucratividade: **31,3%**







[Home](#)[Shrimp](#)[Reviews](#)[Value\(s\)](#)[FAQ](#)[Wholesale](#)[About Us](#)[Contact Us](#)[Blog](#)[Account](#)[Cart - 0](#)

Ready To Harvest 2024



5 Pounds -Fresh Harvested Large
Peeled and Deveined Sun Shrimp -
Packed in 1 Pound Tray

~~\$225.00~~ \$185.00



5 Pounds of Freshly Harvested Jumbo
Sun Shrimp - Peeled and Deveined -
Packed in 1 Pound Tray

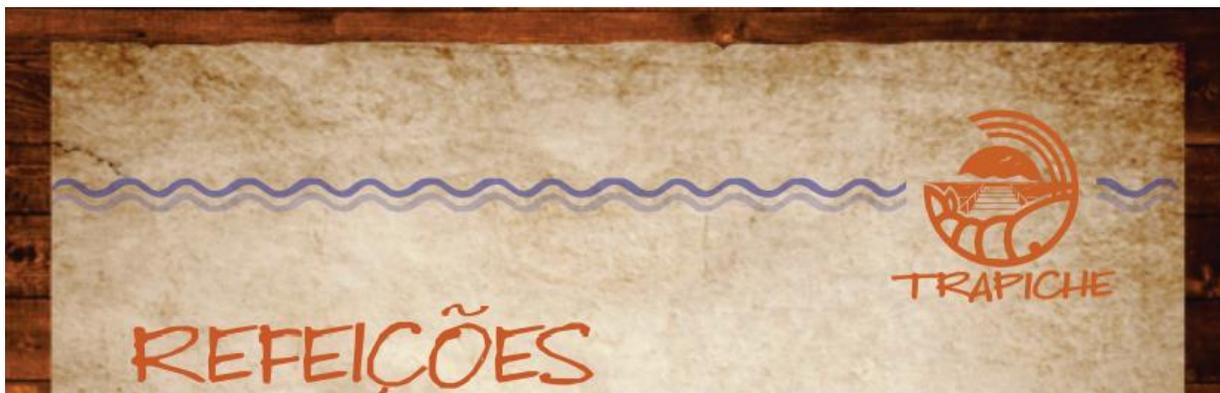
~~\$275.00~~ \$225.00



5 Pounds of Fresh Harvested Large
Sun Shrimp Tails - Packed in 1 Pound
Tray

~~\$250.00~~ \$175.00

[Rewards](#)



A porcentagem ideal de CMV para um restaurante varia de acordo com o tipo de negócio, mas a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) indica que deve ficar entre 25% e 40%. Um CMV alto pode significar que a mercadoria está cara, que os ingredientes estão sendo desperdiçados ou que há desvio de produtos no estoque. Já um CMV baixo pode indicar que os ingredientes são muito baratos e de qualidade inferior.

7,00/kg

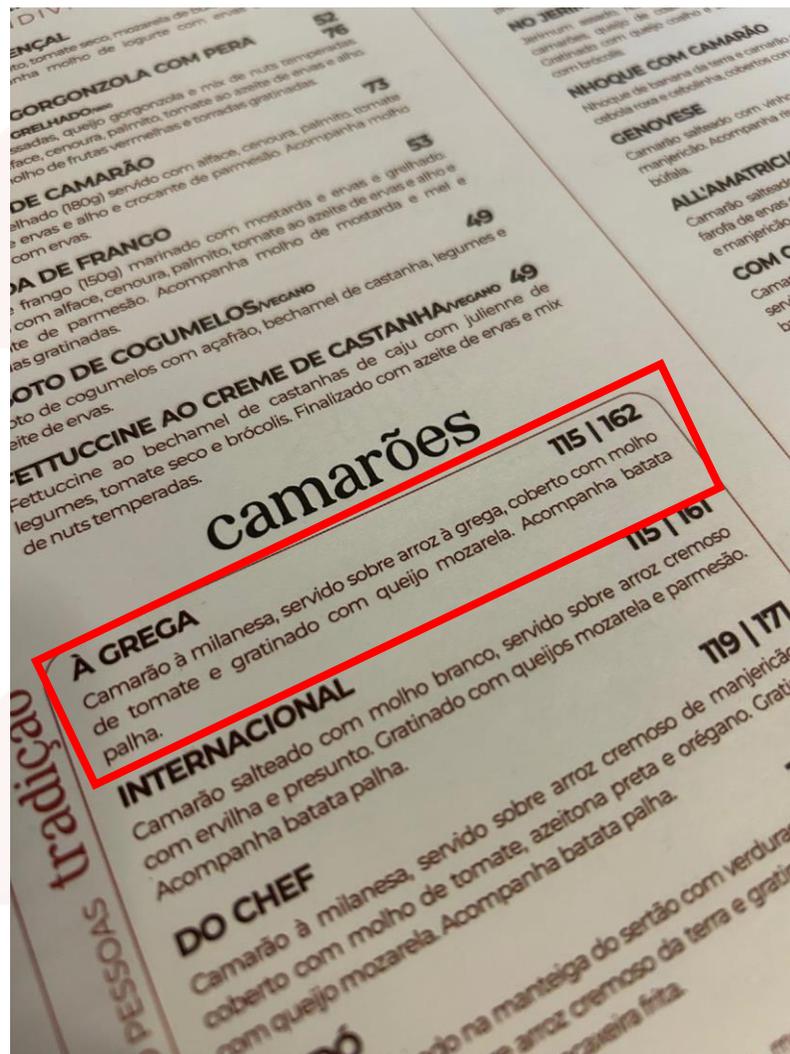
)g

- Camarão à moda da casa (serve 3 pessoas).....R\$ 199
 (Arroz cremoso com ervilhas, presunto e muçarela, envoltos com camarão. Coberto com camarão especial empanado na panko e batata palha)
- Camarão à parmegianaR\$ 179
 (Camarão à milanesa ao molho de tomate, gratinado com muçarela)

Custo da camarao no prato: **R\$ 34,80**

26,98% CMV (somente do camarão***)

33,98% CMV



Preço de compra (ATACADO): R\$ 87,00/kg

Quantidade utilizada no prato: 250g

Custo da camarão no prato: R\$ 21,75

18,91% CMV (somente do camarão***)

25,91% CMV





TRAPICHE
Petisqueria & Restaurante
Laguna-SC







Elvis Palma

Restaurante Trapiche (Laguna/SC)

Aberto aos sábados, domingos e feriados

Público médio: 500-700 pessoas por final de semana

Capacidade: 300 lugares nos três decks na beira d'água (ou do viveiro!)

Consumo de camarões: em média, 80 quilos de camarões descascados e **eviscerados** por final de semana

Extrapolando estes dados para um ano, são consumidos 4,0 t./ano de camarões descascados ou 8 t./ano de camarões inteiros.



Aquaponia como ferramenta de Educação Ambiental





VOCÊ SABE OQUE É AQUAPONIA?

Você sabia que é possível plantar e criar peixes juntos? Nesse sistema, os peixes e as plantas trabalham em parceria: os resíduos dos peixes viram um "adubo natural" para as plantas, que, em troca, purificam a água para os peixes. É um ciclo sustentável e inteligente que protege o meio ambiente!

SABIA QUE TEMOS UM SISTEMA DESSE AQUI NA MAR DO BRASIL / RESTAURANTE TRAPICHE?

Caso queira conhecer é só perguntar a um de nossos colaboradores. Nesse sistema produzimos a maioria dos alfaces, ervas aromáticas, morango e PANC's utilizadas em nossa cozinha.

MAS, A FINAL, OQUE SÃO PANC'S?

PANC's são Plantas Alimentícias Não Convencionais. Elas são plantas comestíveis, cheias de nutrientes, mas que nem sempre conhecemos. Aqui utilizamos principalmente as flores comestíveis, essas que vem na decoração dos seus deliciosos pratos!

**PORTANTO SIM!
VOCÊ PODE EXPERIMENTAR
E TER UMA NOVA EXPERIÊNCIA!**



Figura 44 – ODS que o sistema de aquaponia proposto e executado contribuiu



Fonte: adaptado de <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>

Obrigado pela visita!
Esperamos vocês para
mais diversões.
Valeu!



Reservas:
48 99113-3354
SEXTA A DOMINGO



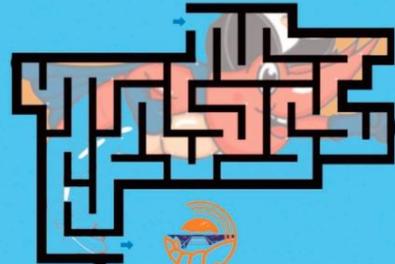
CAPUTERA - LAGUNA - SC • [@trapiche.laguna](https://www.instagram.com/trapiche.laguna)

Revista TRAPICHE KIDS

ANO I - Nº 01 / 1ª EDIÇÃO



Vá voando até Trapiche Laguna comer os melhores pratos kids



Camarãozinho



Tilapinha



Filezinho



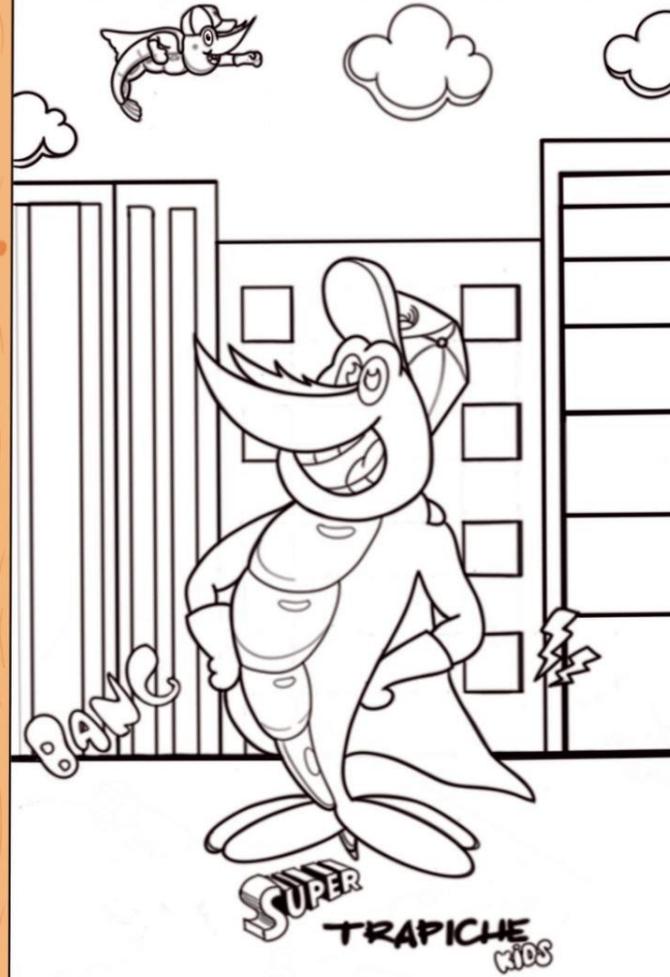
Franguinho

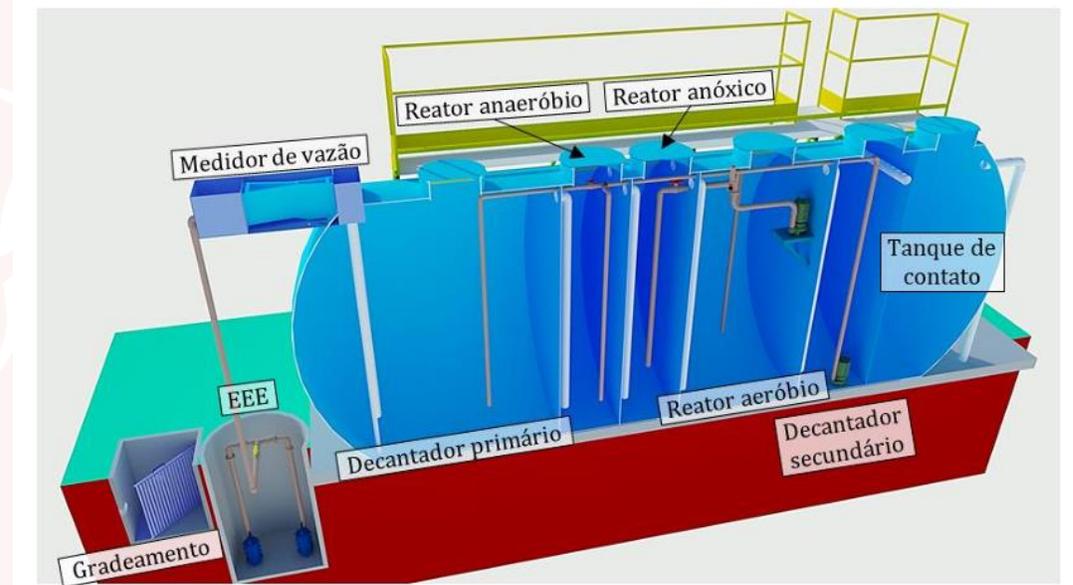
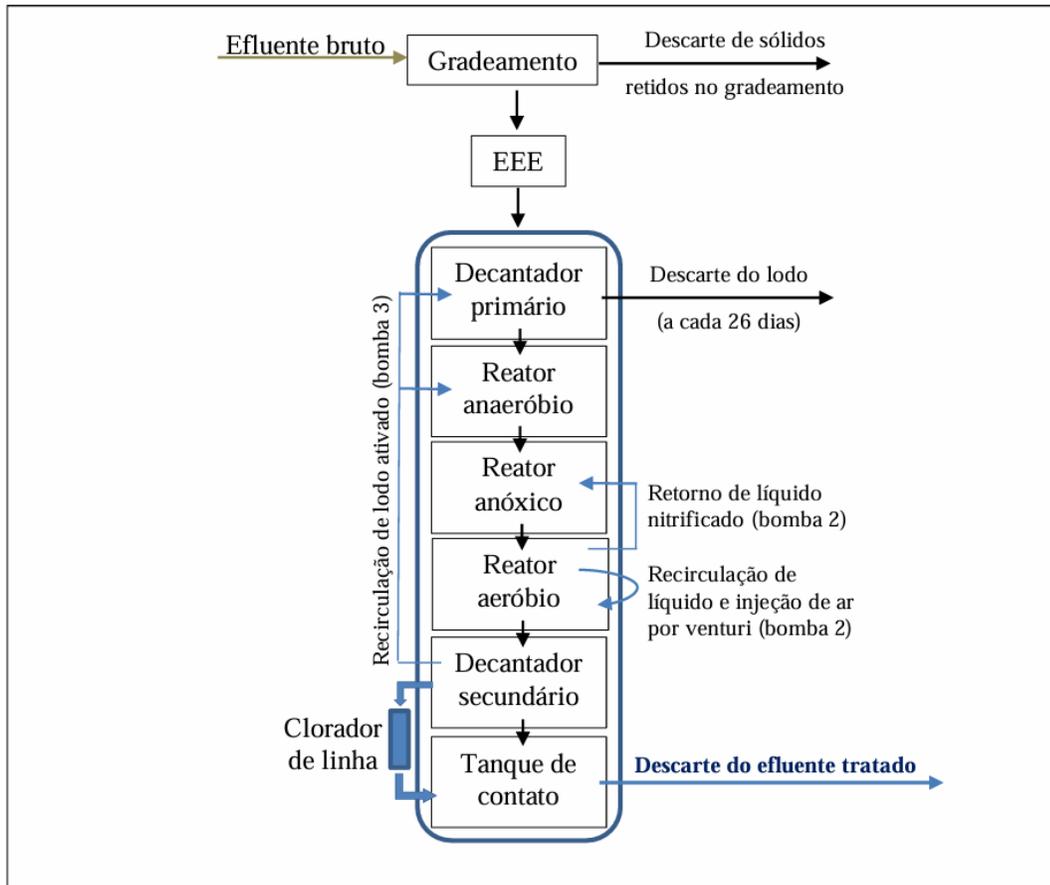


caça palavras

B	R	M	E	C	I	O	S	T	A
E	R	B	V	O	O	A	Z	N	P
W	C	R	B	M	E	H	U	A	E
I	A	S	E	I	Z	M	B	P	D
P	M	S	E	D	F	R	C	N	A
A	A	O	I	A	U	E	P	M	L
R	R	D	T	O	B	O	L	A	I
Q	A	E	U	B	C	Y	H	W	N
U	O	I	T	C	R	L	A	S	H
E	T	R	A	P	I	C	H	E	O
O	I	G	L	H	E	R	K	J	P

BOLA CAMARÃO COMIDA PARQUE PEDALINHO TRAPICHE





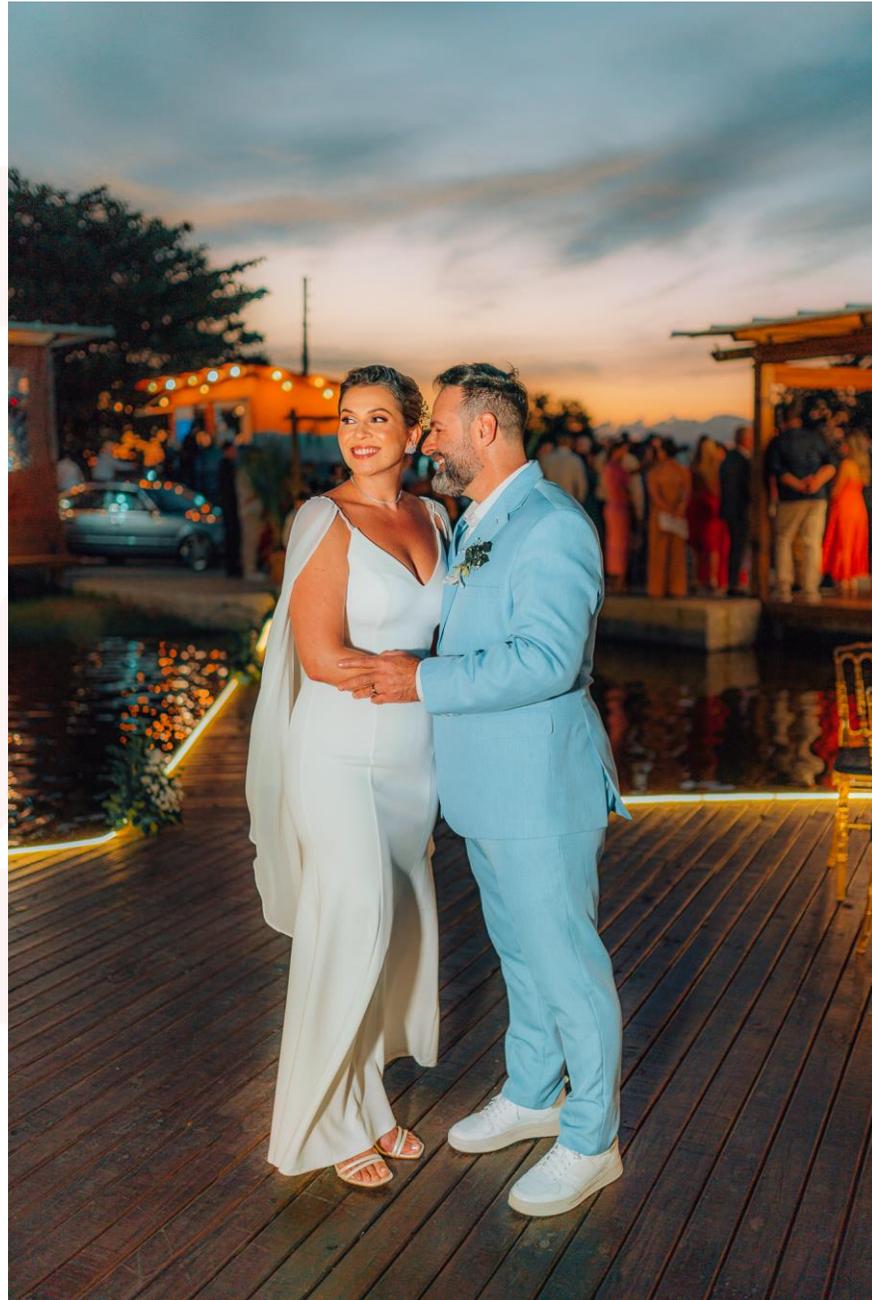












Identificação Geográfica



Conceito de IG

O registro de Indicação Geográfica (IG) é conferido a produtos ou serviços que são característicos do seu local de origem, o que lhes atribui reputação, valor intrínseco e identidade própria, além de os distinguir em relação aos seus similares disponíveis no mercado. São produtos que apresentam uma qualidade única em função de recursos naturais como solo, vegetação, clima e saber fazer (know-how ou savoir-faire)

O Instituto Nacional de Propriedade Industrial - INPI é a instituição que concede o registro legal de IG no país.



É com grande alegria que convidamos você para o evento de reconhecimento oficial da área geográfica de Laguna como região de Indicação de Procedência do Camarão Laguna.

Quando?

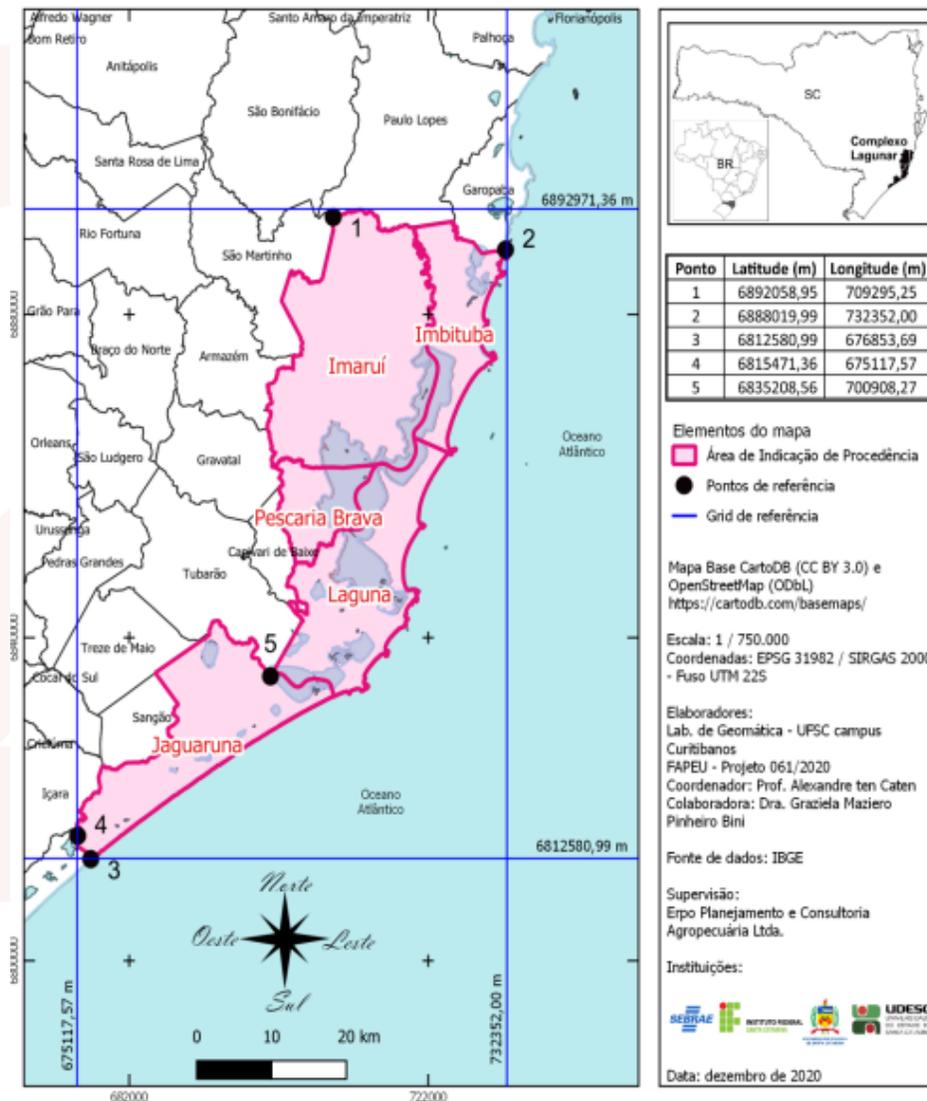
21/10/2023 às 10h30

Onde?

Mercado Público de Laguna

Após a cerimônia, todos os presentes terão a oportunidade de participar de uma incrível degustação de camarão. Sua presença é fundamental para tornar este evento ainda mais especial.

Área Geográfica Delimitada para a Produção do Camarão Laguna



O Brasil conta hoje com 115 IG's, algumas já na área do pescado.

CAMARÃO LAGUNA



CULTIVADO EM LAGUNA · CULTIVADO EM LAGUNA · CULTIVADO EM LAGUNA · CULTIVADO EM LAGUNA · CULTIVADO EM LAGUNA



“A ideia não é
vender camarão,
e sim, uma
experiência!”



 **UDESC**

