



# ASPECTOS DA CARCINICULTURA MUNDIAL E BRASILEIRA NO ANO DE 2024 E PERSPECTIVAS PARA 2025



## ITAMAR ROCHA

**N**o contexto internacional da produção e comercialização do camarão marinho cultivado, cuja espécie *Penaeus vannamei*, originada do Oceano Pacífico, foi introduzida no Continente Asiático, o berço do *Penaeus monodon*, através da China, apenas em 1999, mas se disseminou pela Tailândia, Indonésia (2002), Vietnã (2004), Índia (2005), de tal ordem, que já participa com 80% da produção mundial setorial.

Por outro lado, em face da crise mundial, de demanda e preços baixos, que se agravou na esteira da crise econômica mundial pós pandemia, foi criado o Fórum Global de Camarão, em cuja 2ª Conferência, realizada na Índia, em julho, 2024, o tema central foi as preocupações 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.

Na verdade, dentre as várias sugestões, originadas dessas discussões, se destacaram sempre, a necessidade de se associar o camarão marinho cultivado, aos benefícios e atrativos relacionados à agenda do “alimento azul”, chamando a atenção sobre a necessidade do camarão seguir o exemplo do salmão, como forma de se tornar uma das proteínas nobres e sustentáveis do futuro, aliás, trilhando o mesmo caminho, de forma que “o rosa, possa encontrar o laranja”.

Nesse contexto, dentre as sugestões para nortear uma campanha de marketing global, para incentivar o consumo de camarão, as que tiveram como destaques foram: (1) criar uma marca global; (2) destacar os benefícios

do camarão para a saúde; (3) ensinar os consumidores sobre a correta preparação da iguaria camarão; (5) transformar o camarão numa apetitosa experiência gastronômica; (6) “Destacar o Camarão” nos cardápios do setor de serviços de alimentação; (7) fazer do camarão, além do mero reconhecimento ou preferência gastronômica, uma marca de amor, de forma a evocar fortes conexões emocionais e lealdade por parte de seus consumidores; (8) contribuir para que o aumento do consumo, beneficie toda a cadeia produtiva do camarão e, (9) tornar a indústria do camarão mais forte e rentável.

Do ponto de vista internacional, não há dúvidas de que o desafio será a ampliação do consumo de camarão nos atuais mercados líderes nas importações setoriais, notadamente na China, EUA, EU e Japão, mas evidentemente, dispensando uma maior ►



## SITUAÇÃO DA PRODUÇÃO DE CAMARÃO CULTIVADO NO BRASIL EM 2024

Área de viveiros **35.000 HA** | Produção **210.000 TON**

Vendas (mercado local) **100%** | Camarão fresco **60%** | Camarão congelado **40%**

**3.500**  
produtores

**2.450** micro (70%)  
**525** pequeno (15%)  
**350** médio (10%)  
**175** grande (5%)

**150.000**  
empregos gerados

**Rs 6,3 BILHÕES**  
Receita total da cadeia produtiva em 2024



atenção e foco na abertura e ampliação do consumo nos mercados emergentes, 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, possuem condições favoráveis para se tornarem importantes consumidores.

No caso específico do Brasil, o papel do mercado interno, entre 2016 (60.000 t) e 2024 (210.000 t), foi crucial para a recuperação da produção e crescimento setorial (250%), considerando que o consumo interno do camarão marinho cultivado, saiu de 200 gramas em 2003, para 900 g em 2023 (450%), mesmo tendo presente que 60% de toda sua produção tem sido ofertada na forma de camarão fresco, com vida de prateleira de 4-6 dias, o que associado ao fato de que, das 5.500 ci-

dades brasileiras, 5.250 possuem menos de 100.000 habitantes (100 milhões de pessoas), que não são atendidas com camarão fresco (in natura).

Por isso, não temos dúvidas de que o aumento do consumo per capita de camarão pelo Brasil, precisa passar prioritariamente, pelo incremento da oferta de camarão processado e com valor agregado, com vida de prateleira de até 24 meses, embora, evidentemente, pela sua excepcional capacidade de crescimento, já demonstrada entre 1998 e 2003, notadamente com a crescente interiorização da sua produção, inevitavelmente, a médio prazo, será inevitável o retorno às exportações, sob pena de ocorrer um estrangulamento do mercado, ou mesmo, um colapso setorial.

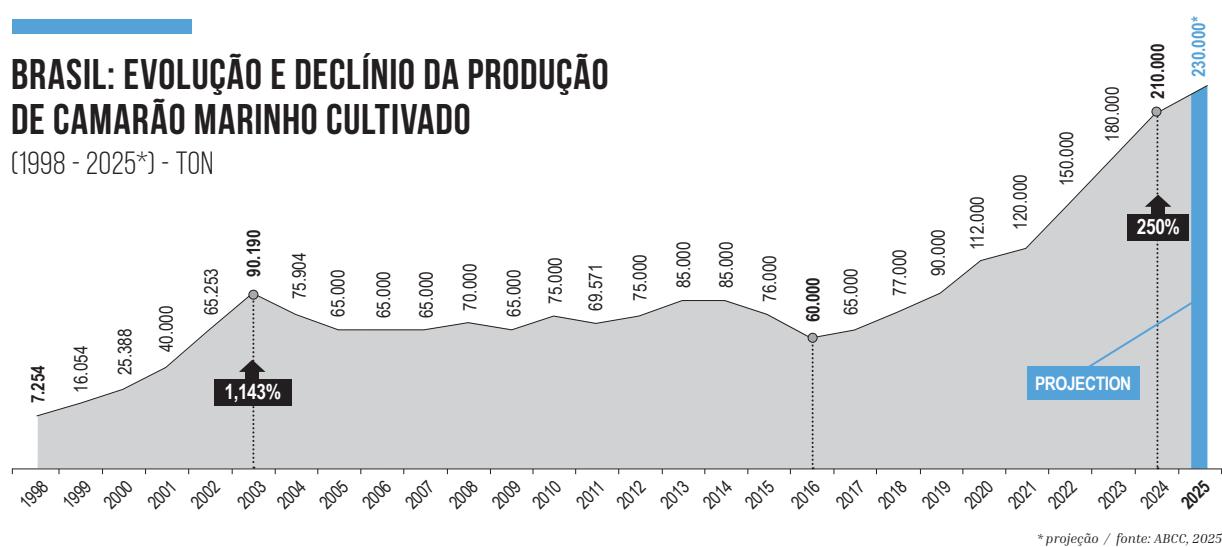
Já com relação ao contexto internacional, o objetivo prioritário da carnicultura brasileira, será até 2030,

realizar as exportações de pelo menos 40% da sua produção 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 aumentar o percentual do camarão processado, dos atuais 40% para 80%, de forma que, sua produção projetada, de 500.000 t (2030), seja exportada, pelo menos, 40% (200.000 t), o que reduzirá a pressão sobre o mercado interno, que por sua vez, deverá ser abastecido com 20% de camarão fresco e 80% com camarão processado, com valor agregado, cujo aumento da vida de prateleira, permitirá a ampla interiorização

## BRASIL: EVOLUÇÃO E DECLÍNIO DA PRODUÇÃO DE CAMARÃO MARINHO CULTIVADO

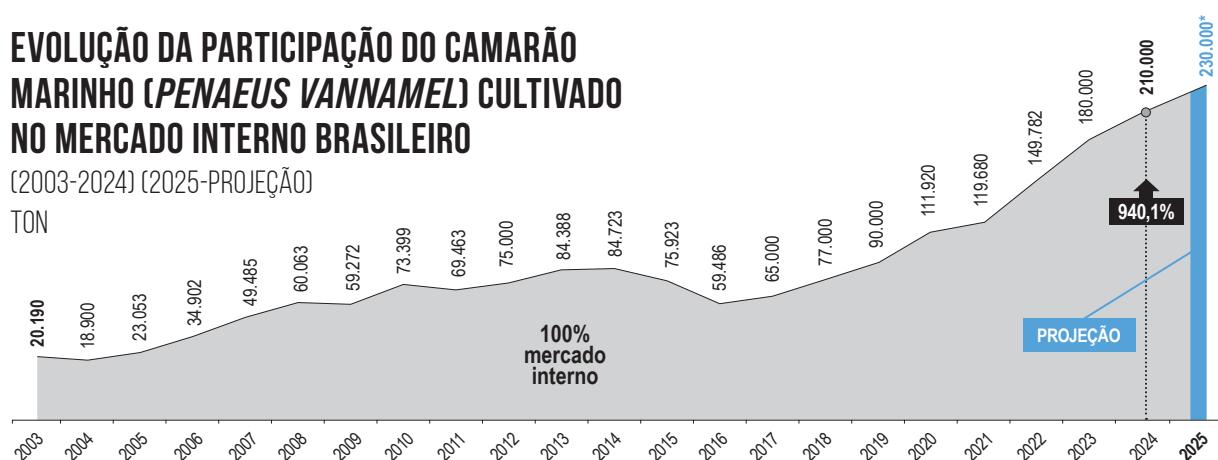
(1998 - 2025\*) - TON



## EVOLUÇÃO DA PARTICIPAÇÃO DO CAMARÃO MARINHO (*PENAEUS VANNAMEI*) CULTIVADO NO MERCADO INTERNO BRASILEIRO

(2003-2024) (2025-PROJEÇÃO)

TON



da sua distribuição e do seu consumo.

Na verdade, quando se considera que a carcinicultura marinha, apresenta reais perspectivas de se constituir uma nova e sólida ordem econômica do setor primário brasileiro e, mesmo estando 100% focada no atendimento do mercado interno, certamente que em breve, pela impossibilidade deingerência e controle da sua produção, terá que voltar ao mercado internacional, cujo histórico de exitosa participação, começou a se materializar no final dos anos 90 e início dos anos 2.000, quando de um lado, a sua produção de camarão cultivado, evoluiu de 3.600 t (1997) para 90.190 t (2003) e, de outro, suas exportações, passaram de 400 t / US\$ 2,8 milhões em 1998 para 58.455 t / US\$ 226,0 milhões em 2003.

Portanto, sem querer ser pretenso em competir com o Equador, ou qualquer outro país, mas com base

num intenso vivenciamento e conhecimento das potencialidades brasileiras e mundiais, bem como, diante das vantagens comparativas e competitivas que o Brasil possui em todas suas macroregiões, para a produção de camarão marinho cultivado, não temos dúvidas de que brevemente será despertada a atenção de investidores internacionais, de forma que, num curíssimo prazo, o Brasil passará a receber uma maior atenção dos Governos Estaduais e dos seus mais de 300 municípios, que estão enxergando a carcinicultura marinha, nos seus interiores, como uma nova ordem econômica, que não depende de investimentos estruturadores, nem de chuvas, mas apenas da concessão de licenciamentos ambientais e incentivos para atrair os abundantes capitais internacionais, estabelecendo uma ordem econômica, suficientemente solida e atrativa, para reverter o êxodo rural. ■



**Itamar Rocha**, Engº de Pesca, CONFEA 1805055020 (1ª Turma do Brasil - UFRPE-1974), presidente da ABCC, diretor do DEAGRO/FIESPE, conselheiro do CONAPE e da CSPA