ESTUDO DE MERCADO

# AGRONEGÓCIOS: PISCICULTURA

SEBRAE Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia

# EXPEDIENTE

**© 2017. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia**

**TODOS OS DIREITOS RESERVADOS**

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

**Informações e Contato**

Serviço de Apoio às Micro
e Pequenas Empresas Bahia

Unidade de Acesso a Mercados

Rua Horácio César, 64 Dois de Julho
CEP: 40.060-350 – SEBRAE/BA

(71) 3320-4494
contato.uam@ba.sebrae.com.br

**Presidente do Conselho Deliberativo Estadual**
Antonio Ricardo Alvarez Alban

**Diretor-Superintendente**
Adhvan Novais Furtado

**Diretor Técnico**
Lauro Alberto Chaves Ramos

**Diretor de Atendimento**
Franklin Santana Santos

**Unidade de Acesso a Mercados**

José Nilo Meira | *Gerente*

Alessandra Giovana F. da S. de O. Borges | *Gerente Adjunta*

Anderson dos Santos Teixeira | *Analista I*

Diogenes de Souza Silva | *Analista I*

Rodrigo Bouza | *Estagiário*

**Coordenador**
José Nilo Meira

**Fotografias e Imagens**
Banco de Imagens

# Sumário


Apresentação ..... 6

Introdução ..... 6

Possibilidade de novos negócios ..... 7

METODOLOGIA ..... 8

Objetivo ..... 8

Fase quantitativa ..... 10

Fase qualitativa ..... 13

Identificação dos perfis dos consumidores ..... 14

RESULTADOS ..... 15

Porte das empresas ..... 15

Atuação das empresas ..... 15

Escolha do local ..... 15

Tempo de mercado ..... 15

DIAGNÓSTICO DO SEGMENTO ..... 16

ANÁLISE SWOT ..... 16

Ações recomendadas ..... 17

COMPARATIVO EMPRESARIAL COM O ANO DE 2015 ..... 18

ENDIVIDAMENTO DO SEGMENTO ..... 18

Possui alguma dívida com instituição financeira formal ..... 18

Compreensão da dívida ..... 18

FORNECEDORES ..... 19

Produto essenciais ..... 19

Produto de apoio ..... 19

Serviços de apoio ..... 20

CLIENTES ..... 21

Canais de distribuição e vendas ..... 21

Perfil do consumidor de peixes no Brasil ..... 21

INVESTIMENTOS ..... 22
Para abertura da empresa serão necessários registros nos seguintes órgãos: ..... 22
Equipamentos básicos ..... 23
LEGISLAÇÃO ..... 24
METAS DE INVESTIMENTO E EXPANSÃO ..... 25
Crédito ..... 25
ESTRATÉGIAS DE MERCADO E COMERCIALIZAÇÃO ..... 27
AMBIENTE COMPETITIVO ..... 28
Concorrentes ..... 28
Quantidade de concorrentes daqui a 1 ano em relação a hoje ..... 28
Características dos produtos: um olhar sobre a concorrência ..... 28
CONHECENDO MAIS SOBRE A CADEIA: PRINCIPAIS MUNICÍPIOS PRODUTORES ..... 29
Volume de vendas e capacidade produtiva ..... 29
Perfil das empresas ..... 29
TENDÊNCIAS E INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS ..... 30
ESTRUTURAS E PROJETOS DE APOIO À PRODUÇÃO E AO SETOR ..... 31
TRILHAS DE ATENDIMENTO ..... 33
Referências bibliográficas ..... 35

# AGRONEGÓCIOS: PISCICULTURA

## Apresentação

Analisar o mercado de atuação é a melhor maneira de o empresário otimizar esforços e investir energia em ações que realmente farão a diferença no seu negócio. É preciso avaliar atentamente as características de comportamento do segmento, o que é feito interna e externamente e o que dá certo ou errado. Munido de informações relevantes, o empresário poderá se preparar para aproveitar as oportunidades e criar estratégias para enfrentar possíveis desafios. As informações contidas no estudo de mercado voltado a agronegócios, no segmento de piscicultura, buscam facilitar o entendimento e expor a percepção dos empresários do setor. Dessa forma, será possível ampliar a visão dos pequenos negócios da cadeia de piscicultura do Estado da Bahia e, por consequência, oferecer maior sustentação na tomada de decisões que impactam nos resultados operacionais.

## Introdução

A piscicultura é um ramo que engloba técnicas e procedimentos capazes de impulsionar e controlar a reprodução de peixes de água doce e salgada. É possível realizar essa atividade em qualquer ambiente que tenha a água como meio principal, ou seja, aquários, rios, tanques, entre outros.

É possível classificar os tipos de piscicultura de acordo com a forma como as espécies são criadas.

- **Criação extensiva**: as espécies são criadas em ambientes naturais, como açudes e lagos, e alimentam-se no próprio ecossistema. Nesse caso, os resultados atingidos não costumam ser muito satisfatórios e as espécies são pouco competitivas comercialmente. É indicada como atividade secundária.

- **Criação semiextensiva**: as espécies são criadas em ambientes desenvolvidos especialmente para este fim, e a alimentação é tratada com mais atenção, visando o melhor desenvolvimento do animal. É possível trabalhar com fertilização na água e alimentos naturais e artificiais.

- **Criação intensiva**: é onde o criador emprega maior nível técnico. Complementando o item anterior, na criação intensiva destaca-se o tratamento individual de cada espécie, ou seja, cada tanque tem sua própria espécie. A alimentação artificial é utilizada com bastante frequência.

As regiões Centro-Oeste, Norte e Nordeste, onde se localiza o Estado da Bahia, têm as seguintes espécies nativas:

- Pintado
- Matrinxã
- Piavuçu
- Piraputanga
- Piabanha
- Jatuarana
- Tambaqui
- Tambacu (pacu x tambaqui)
- Tambatinga (tambaqui x pirapitinga)

Os dados mais recentes em relação à piscicultura no Brasil indicam que a produção total do país no ano de 2015 foi de 483.241 toneladas, apresentando alta de 1,88% em relação ao ano anterior (IBGE,

Pesquisa da Pecuária Municipal 2013, 2014 e 2015). A Bahia é responsável por 2,4% da produção do país, alcançando, em 2015, a produção de 11.502 toneladas. De acordo com a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), de todas as empresas que atuam no setor de piscicultura no Brasil, apenas 7% são baianas.

A Associação Brasileira da Piscicultura avalia que o segmento deverá alcançar crescimento de 10% a 12% por ano a partir de 2017. Além disso, o relatório da FAO, intitulado "O Estado Mundial da Pesca e Aquicultura 2016 (Sofia)", aponta que o Brasil deve registrar um crescimento de 104% na produção de peixes em 2025.

Quanto à exportação, o Brasil está em 22º lugar no mundo: são cerca de 35 mil toneladas por ano. Já as importações alcançam apenas 400 toneladas/ano.

## Possibilidade de novos negócios

O mercado de piscicultura está em expansão. Segundo um estudo do banco Rabobank, a produção de peixe em cativeiro poderá alcançar 960 mil toneladas em 2022.

As espécies podem ser comercializadas para:

- o setor de gastronomia;
- o governo;
- o mercado internacional;
- supermercados/cliente final.

Apesar da pouca produção de peixe, o Estado da Bahia tem a cidade que mais consome peixe no Brasil, Salvador. Por isso, grande parte do que é consumido no estado (50%) vem de Santa Catarina e do Pará.

Espécies mais consumidas na Bahia:

- Robalo
- Tainha
- Salmão
- Tambaqui
- Pacu
- Albacora
- Atum

**Produção**

Segundo informações de 2016 da Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO), o Brasil pode crescer 104% até 2025 na produção de pesca e aquicultura. A produção de peixe, especificamente, poderá atingir 16.2 milhões de toneladas em 2025.

# METODOLOGIA

Para atender aos objetivos do Estudo de Mercado, a metodologia foi dividida em três etapas, iniciando com uma fase de entrevistas quantitativas e seguindo para duas fases de entrevistas qualitativas. As entrevistas quantitativas forneceram uma visão mais abrangente do público a ser estudado, permitindo análises segmentadas por tipo de empresa (ME, MEI, EPP e, quando necessário, produtor rural) e por setor/segmento de atuação. É a técnica indicada para mensurar questões mais objetivas e permitir a criação de indicadores capazes de estabelecer comparativos entre diferentes perfis. As entrevistas qualitativas permitiram aprofundar questões mais sensíveis e explorar itens que requerem maior detalhamento.

## Objetivo

O objetivo da pesquisa é propor estratégias de mercado, comercialização e sugerir trilhas de atendimento para MEs, MEIs, EPPs e produtores rurais, que compõem a cadeia produtiva de 27 diferentes segmentos no Estado da Bahia.

Os objetivos específicos são:

- Levantar os principais produtos e/ou serviços e suas características.
- Evidenciar os principais nichos que compõem o mercado.
- Apontar as principais empresas e grupos participantes do mercado.
- Verificar a representatividade econômica do segmento (participação na economia local, estadual, nacional e mundial).
- Indicar os principais gargalos do segmento.
- Investigar cadeia produtiva, cadeia de valor, canais de distribuição e fornecedores de produtos.
- Descrever os clientes, suas características, comportamentos e critérios de compra.
- Identificar novos entrantes representativos para o mercado.
- Localizar produtos substitutos diretos e indiretos.
- Analisar as tendências e oportunidades futuras de mercado.
- Apresentar a densidade empresarial da Bahia.

### Setores e segmentos pesquisados

A pesquisa contemplará pequenos negócios pertencentes aos seguintes setores e segmentos:

### Setor: Agronegócio

Segmentos:

- Caprinocultura leiteira
- Produção de pólen
- Produção de própolis
- Produção de morango
- Produção de banana
- Produtos orgânicos
- Horticultura
- Piscicultura
- Chocolate gourmet (região de Ilhéus)

### Setor: Comércio e serviços

Segmentos:

- Varejo de alimentos: mercadinhos
- Varejo de alimentos: açougue
- Preparo e comércio de alimentos para consumo domiciliar
- Serviços de reparos residenciais (alvenaria, chaveiro, automação residencial, hidráulica, pintura etc.)
- Beleza e estética: salões de beleza e estética
- Reciclagem de resíduos
- Madeira e móveis planejados
- Reparação de veículos automotores

### Setor: Economia criativa

Segmentos:

- Produção audiovisual

### Setor: Indústria

Segmentos:

- Indústria da moda – gemas e joias
- Panificação
- Confecções
- Couro e calçados

### Setor: Encadeamento produtivo

Segmentos:

- Produção de energia fotovoltaica
- Hospitais (como âncoras)
- Produção de alimentos e bebidas
- Cadeia do turismo (sol e praia/religioso/eventos)
- Cadeia do leite

## Fase quantitativa

A primeira fase da pesquisa será composta de entrevistas quantitativas realizadas por telefone com questionário majoritariamente estruturado (contendo a maior parte das questões fechadas). As características dessa fase da pesquisa estão descritas a seguir.

**Amostra:** 1.000 casos.

**Público:** proprietários, gerentes ou responsáveis por ME, MEI, EPP e, quando for necessário, produtores rurais.

**Abrangência:** foi estabelecido como critério entrevistar responsáveis por pequenos negócios localizados em municípios em que há sede do Sebrae. Dessa forma, são considerados 27 municípios, incluindo a capital. São eles: Alagoinhas, Barreiras, Brumado, Camaçari, Euclides da Cunha, Eunápolis, Feira de Santana, Guanambi, Ilhéus, Ipiaú, Irecê, Itaberaba, Itabuna, Itapetinga, Jacobina, Jequié, Juazeiro, Lauro de Freitas, Paulo Afonso, Porto Seguro, Salvador, Santo Antônio de Jesus, Seabra, Senhor do Bonfim, Teixeira de Freitas, Valença e Vitória da Conquista.

**Duração da entrevista:** o questionário foi composto de perguntas abertas e fechadas, com um tempo de aplicação médio de 30 minutos.

### Metodologia amostral:

A amostra foi desenvolvida de forma proporcional à população de empresas de interesse, de acordo com as seguintes etapas:

1. A partir de uma listagem contendo mais de 300 mil microempresas (ME), microempreendores individuais (MEI) e empresas de pequeno porte (EPP) do Estado da Bahia, coletadas por meio da fonte Receita Federal. Foram selecionadas empresas que correspondessem aos 27 segmentos de atuação pesquisados e que estivessem instaladas nos 27 municípios de abrangência. Esse filtro gerou um universo de pesquisa de 117.969 empresas.

2. A amostra de 1.000 casos foi distribuída entre os 27 segmentos de negócio de forma proporcional ao universo de empresas em cada segmento, de acordo com os seguintes critérios:

| Tamanho do segmento | Tamanho da amostra |
|---|---|
| Menos de 1.000 empresas | 20 entrevistas |
| 1.000 a 4.999 empresas | 35 entrevistas |
| 5.000 a 9.999 empresas | 55 entrevistas |
| 10.000 empresas ou mais | 100 entrevistas |

De acordo com a metodologia apresentada, foi realizada a seguinte distribuição de casos, que será aplicada para a realização das entrevistas:

| Segmentos | Universo | Amostra |
|---|---|---|
| Varejo de alimentos: mercadinhos | 27385 | 100 |
| Beleza e estética: salões de beleza e estética | 24479 | 100 |
| Produção de alimentos e bebidas | 13769 | 100 |
| Confecções | 7969 | 55 |
| Preparo e comércio de alimentos para consumo domiciliar | 7303 | 55 |
| Produção audiovisual | 5539 | 55 |
| Cadeia do turismo (sol e praia/religioso/eventos) | 5428 | 55 |
| Reparação de veículos automotores | 4893 | 35 |
| Hospitais | 4143 | 35 |
| Serviços de reparos residenciais | 3147 | 35 |
| Madeira e móveis planejados | 3065 | 35 |
| Varejo de alimentos: açougue | 3032 | 35 |
| Cadeia do leite | 2208 | 35 |
| Indústria da moda – gemas e joias | 991 | 20 |
| Panificação | 958 | 20 |
| Reciclagem de resíduos | 845 | 20 |
| Couro e calçados | 713 | 20 |
| Produção de morango | 639 | 20 |
| Chocolate gourmet (região de Ilhéus) | 169 | 20 |
| Piscicultura | 123 | 20 |
| Horticultura | 40 | 20 |
| Produção de energia fotovoltaica | 21 | 20 |
| Produtos orgânicos | 23 | 20 |
| Produção de banana | 27 | 20 |
| Produção de pólen | 20 | 20 |
| Produção de própolis | 20 | 20 |
| Caprinocultura leiteira | 20 | 20 |
| | **117969** | **1000** |

3. Dentro de cada segmento de atuação, os casos foram selecionados de forma aleatória para participar da pesquisa.

4. Para os segmentos com baixa disponibilidade de contatos (menos de 200 contatos), foram realizadas pelo menos cinco tentativas de contato com cada empresa, com o objetivo de atingir a amostra planejada.

### Significância estatística:

A amostra da fase quantitativa garante uma margem de erro de 3,1% para mais ou para menos para estimativas com 95% de confiança, considerando a amostra total de 1.000 empresas pesquisadas.

Para cada uma das categorias de empresa pesquisadas (ME, MEI, EPP ou produtores rurais), foi possível obter estatísticas representativas de cada grupo. Considerando uma amostra mínima de 100 casos e que o universo de empresas em cada categoria seja muito vasto, é possível garantir que a margem de erro para estatísticas calculadas para cada categoria será inferior a 9,8% para mais ou para menos, com 95% de confiança.

Para cada um dos 27 segmentos pesquisados foi alocado uma amostra de, pelo menos, 20 casos conforme a disponibilidade verificada no universo de empresas de cada segmento. A amostra de pelo menos 20 casos por segmento é suficiente para fornecer uma análise exploratória dos mesmos, bem como uma comparação exploratória entre os diferentes segmentos.

Dessa forma, o número de empresários entrevistados na fase qualitativa é apresentado abaixo na tabela:

| Segmentos | Amostra |
|---|---|
| Varejo de alimentos: mercadinhos | 125 |
| Beleza e estética: salões de beleza e estética | 110 |
| Produção de alimentos e bebidas | 105 |
| Confecções | 56 |
| Preparo e comércio de alimentos para consumo domiciliar | 24 |
| Produção audiovisual | 18 |
| Cadeia do turismo (sol e praia/religioso/eventos) | 55 |
| Reparação de veículos automotores | 35 |
| Hospitais | 35 |
| Serviços de reparos residenciais | 35 |
| Madeira e móveis planejados | 35 |
| Varejo de alimentos: açougue | 35 |
| Cadeia do leite | 20 |
| Indústria da moda – gemas e joias | 20 |
| Panificação | 21 |

| | |
|---|---|
| Reciclagem de resíduos | 20 |
| Couro e calçados | 20 |
| Produção de morango | 20 |
| Chocolate gourmet (região de Ilhéus) | 20 |
| Piscicultura | 33 |
| Horticultura | 28 |
| Produção de energia fotovoltaica | 20 |
| Produtos orgânicos | 20 |
| Produção de banana | 30 |
| Produção de pólen | 20 |
| Produção de própolis | 20 |
| Caprinocultura leiteira | 20 |
| | **1000** |

## Fase qualitativa

A segunda fase da pesquisa foi composta por entrevistas em profundidade, realizadas por telefone. O questionário qualitativo foi elaborado a partir dos resultados da primeira etapa quantitativa e validado posteriormente com o Sebrae/BA, antes da sua aplicação. As características dessa fase da pesquisa estão descritas a seguir.

**Amostra:** 85 casos, sendo 3 por segmento e 4 entrevistas piloto para validação da guia de discussão.

**Público:** proprietários, gerentes, responsáveis por ME, MEI, EPP ou produtores rurais, quando couber.

**Abrangência:** Bahia (capital e interior), contendo os 27 segmentos citados anteriormente.

**Duração:** 75min a 90min.

### Critérios para filtro de recrutamento:

Os entrevistados foram selecionados a partir da pesquisa quantitativa e sua escolha foi orientada por critérios como:

- Tempo mínimo do negócio: 5 anos.
- Localização do negócio: serão priorizados os entrevistados que se encontram na região de maior concentração da atividade econômica em questão.
- Avaliação geral do cenário econômico e negócio: serão selecionados 3 entrevistados que apresentem, a partir da análise dos dados quantitativos, percepções diferenciadas a respeito do cenário para o desenvolvimento da atividade econômica de sua empresa.

**Significância estatística:**

Considera-se a amostra de 3 entrevistas por segmento suficiente para exploração de informações de cunho qualitativo, já que se trata da segunda fase da pesquisa (que já terá dados levantados) e de questionário exaustivo a ser feito com empresários que pertencem a um mesmo contexto. A intenção da pesquisa qualitativa é identificar tendências e percepções subjetivas a respeito do fenômeno investigado, dispensando grandes amostras e comprovação estatística.

Optou-se por entrevistas em profundidade devido a alguns fatores que caracterizam o presente estudo:

- Os respondentes da pesquisa são empresários ou gerentes de pequenos negócios de diferentes regiões do Estado da Bahia. Esse cenário inviabilizaria a reunião do público-alvo em um único local e horário. As entrevistas em profundidade podem ser agendadas no horário mais conveniente para o respondente e, sendo telefônicas, facilitam possíveis reagendamentos e retornos para esclarecimentos.

- O estudo em questão apresenta ampla variedade de objetivos, sendo que parte dos mesmos requerem maior detalhamento e relato de experiências por parte dos respondentes. Tais objetivos - como razões para maiores ou menores investimentos no negócio, percepção mais otimista ou pessimista do segmento, obstáculos e oportunidades identificadas para o desenvolvimento da empresa - não poderiam ser abarcados somente através da etapa quantitativa, exigindo uma metodologia exploratória. A pesquisa qualitativa, além de responder objetivos que não poderiam ser cobertos pela fase quantitativa, permitirá que o respondente detalhe e embase achados importantes da primeira fase de maneira mais consistente, de forma que seja possível compreender determinadas opiniões e orientar ações do Sebrae de maneira específica para cada segmento.

## Identificação dos perfis dos consumidores

A terceira fase da pesquisa foi composta por entrevistas em profundidade, realizadas por telefone, para identificação dos clientes dos empresários entrevistados, com o intuito de descobrir suas características, comportamentos e critérios de compra. O questionário qualitativo foi elaborado a partir dos resultados da primeira fase qualitativa.

Fonte: Shutterstock

# RESULTADOS

Os CNAEs das empresas entrevistadas estão divididos em dois grupos:

| CNAE | Descrição CNAE |
|---|---|
| 0321-3/01 | Piscicultura. |
| 0322-1/01 | Peixes - piscicultura; criação de peixes em água doce. |

## Porte das empresas

Em relação ao porte das empresas pesquisadas, elas estão divididas entre microempresa (ME) e produtor rural.

## Atuação das empresas

A atuação dessas empresas está dividida no mercado estadual e no mercado local, que são a própria cidade ou municípios próximos.

## Escolha do local

O principal motivo de escolha do local do estabelecimento está relacionado à herança da família e demandas locais.

## Tempo de mercado

O tempo de mercado reflete empresas que possuem de 10 a 20 anos de existência.

Fonte: Shutterstock

# DIAGNÓSTICO DO SEGMENTO

A seguir será apresentado o diagnóstico do segmento, que consiste na análise do ambiente interno (forças e fraquezas) e do ambiente externo (oportunidades e ameaças relacionadas ao segmento). Os itens internos são de responsabilidade e controle dos empresários. Já os aspectos externos não podem ser controlados pelo empreendedor. Essa análise facilita a visão do todo. Os empresários podem avaliar suas condições atuais e estabelecer estratégias para atuar no mercado em diversas situações.

## ANÁLISE SWOT

### Ambiente interno

| Forças | Fraquezas |
|---|---|
| • Região com características propícias para o cultivo de peixes.<br>• Ampla diversidade de espécies para produzir.<br>• Diversos modelos e equipamentos de produção, muitos deles com custo acessível.<br>• Produtores organizados em cooperativas e associações. | • Falta de mão de obra capacitada.<br>• O setor ainda carece de gestão. Embora muitos profissionais sejam experts na produção das espécies, é necessário ter conhecimento de venda e gestão para desenvolver o negócio e dar lucro. |

### Ambiente externo

| Oportunidades | Ameaças |
|---|---|
| • Exportação.<br>• Venda direta para o consumidor final.<br>• Venda para o governo, participante de licitações.<br>• Venda para indústrias de transformação, que podem criar novos produtos.<br>• Aumento do consumo de pescado. | • Questões fitossanitárias.<br>• Crise hídrica.<br>• Problemas ambientais.<br>• Crise econômica, que afeta o poder de compra da população.<br>• O mercado nacional ainda tem certa resistência ao consumo de peixes criados em cativeiro, e isso pode impactar o volume de vendas.<br>• A clandestinidade, que significa vender pescado sem a fiscalização e a autorização necessárias, também é um problema para os empresários e produtores do setor.<br>• Dificuldade em obter licenciamento ambiental por conta da alta burocracia. |

## Ações recomendadas

- Para fortalecer o setor, faça parte das associações, cooperativas e outras instituições setoriais. Esses órgãos podem auxiliar todo o setor a se desenvolver e obter mais incentivos do governo. Um exemplo é o Bahia Pesca.

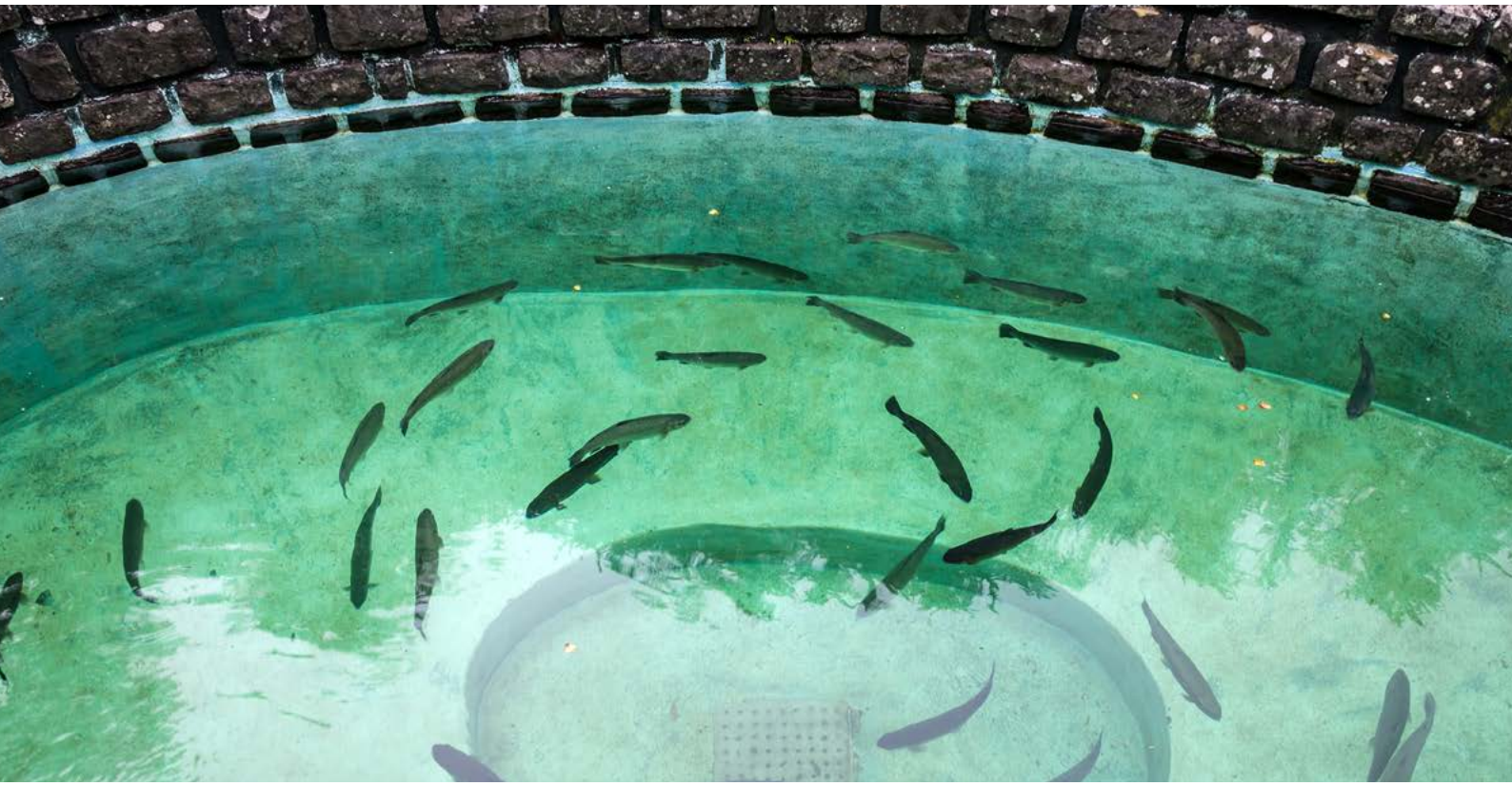
- Conheça o programa do Sebrae "Rede Nacional Comércio Brasil", que tem como objetivo aproximar MPE de novos canais de comercialização, facilitando o acesso das mesmas ao mercado e incentivando o relacionamento sustentável entre elas. É possível identificar as empresas ofertantes e compradoras desse mercado.

- Mantenha-se informado sobre os programas existentes que incentivam a aquisição de produtos agropecuários, como peixes. O Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) é um deles. Além disso, vale a pena ficar atento às licitações abertas e se o seu negócio se enquadra nas necessidades delas.

- Além do processo produtivo, é importante que o empreendedor conheça o funcionamento do mercado e os aspectos que podem contribuir para a melhoria do negócio. Confira a publicação do Sebrae Ideias de Negócios para Piscicultura.

- Confira o material do Sebrae que dá dicas e orientações para quem deseja montar uma empresa de criação de peixes.

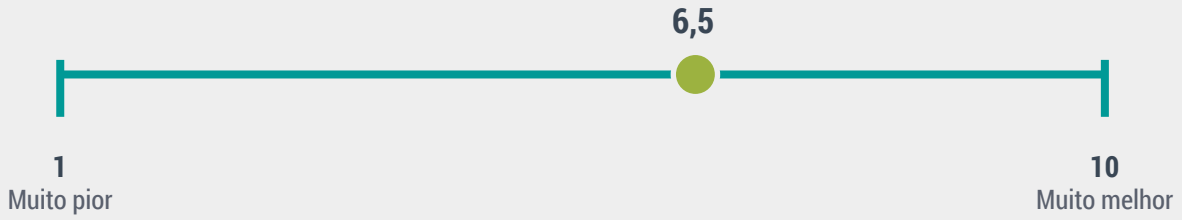
Empreendedor, lembre-se de empregar as forças para aproveitar melhor as oportunidades do mercado e minimizar o impacto das ameaças.



Fonte: Shutterstock

# COMPARATIVO EMPRESARIAL COM O ANO DE 2015

A média das notas dos empresários em relação ao desempenho do setor como um todo, em comparação com 2015, foi de 6,5, o que indica uma leve melhora. A escala do questionamento foi de 1 a 10, sendo 1-muito pior e 10-muito melhor. Segundo opiniões dos empresários entrevistados, o negócio está muito melhor se comparado a 2015, atribuindo nota 10 em uma escala de 1 a 10.




**A palavra do empresário**

*"Na nossa região existem várias empresas que trabalham com a pesca. Temos um acordo comum e um necessita do outro. Se temos um peixe que o outro não tem, passamos para o outro e vice-versa. Concorrência só existe na hora que tem falta de produto. Se tem produto em abundância, não existe concorrência."*

# ENDIVIDAMENTO DO SEGMENTO

Quando o assunto é o endividamento do segmento, empresários que buscaram crédito junto a instituições financeiras comentam ter feito isso com a finalidade de comprar matéria-prima/insumos.

## Possui alguma dívida com instituição financeira formal

Todas as empresas pesquisadas possuem alguma dívida com instituição financeira formal atualmente. O principal motivo para obtenção do crédito foi a compra de matéria-prima e insumos.

## Compreensão da dívida

Parte dos empresários (50%) afirma que a situação da dívida é preocupante, mas que tem controle sobre a saúde financeira da empresa. A outra metade dos entrevistados comentou que possui dívida atualmente e afirma que a situação financeira da empresa é regular em negócios como os seus.

# FORNECEDORES

## Produto essenciais

- Bomba d'água
- Compressor
- Máquina para alimentar
- Misturador de alimentos
- Roçadeiras
- Freezer
- Caixas de isopor
- Balanças
- Redes fixas, de arrasto, tarrafas e peneiras
- Termômetros
- Gaiolas para tanques rede

### Fornecedores nacionais e regionais

Os empresários comentam que há uma média de dois fornecedores desses produtos. Todos os fornecedores utilizados são da mesma cidade dos entrevistados.

### Satisfação com fornecedores

A média de satisfação é de 4,5 em uma escala de 1 a 5, sendo 1-totalmente insatisfeito e 5-totalmente satisfeito. Esse resultado demonstra bom índice de satisfação dos empresários em relação aos fornecedores.

## Produto de apoio

Os produtos de apoio não são os protagonistas do negócio, mas dão suporte à venda ou à produção do produto principal. Também são incorporados ao serviço final, para aumentar o lucro do negócio. Os produtos de apoio destacados pelos empresários do segmento piscicultura são:

- material de limpeza;
- embalagens plásticas;
- produtos veterinários, como antibióticos e removedores de fosfato;
- uniforme.

### Fornecedores nacionais e regionais

Os empresários comentam que há uma média de dois fornecedores desses produtos. Todos os fornecedores utilizados são da mesma cidade dos entrevistados.

### Satisfação com fornecedores

A média de satisfação é de 4,6 em uma escala de 1 a 5, sendo 1-totalmente insatisfeito e 5- totalmente satisfeito. Esse resultado demonstra bom índice de satisfação dos empresários em relação aos fornecedores.

## Serviços de apoio

Os principais serviços de apoio destacados para a atividade são:

- contabilidade;
- serviço de telefonia;
- serviços veterinários;
- aluguel da estrutura.

### Fornecedores nacionais e locais

A maioria dos empresários conta com fornecedores no Estado da Bahia e os demais estão distribuídos nacionalmente.

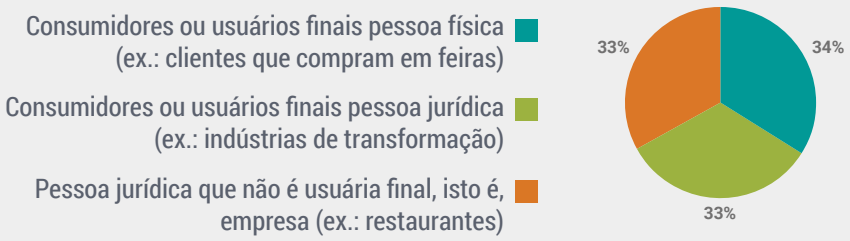
### Satisfação com fornecedores

A média de satisfação é de 3,6 em uma escala de 1 a 5, sendo 1-totalmente insatisfeito e 5-totalmente satisfeito. Esse resultado demonstra uma satisfação razoavelmente boa em relação aos fornecedores.

Fonte: Shutterstock

# CLIENTES

A divisão dos clientes dos pequenos negócios de piscicultura ocorre da seguinte forma:




## Canais de distribuição e vendas

O principal canal de vendas é o varejo local ou regional. Além disso, parte das empresas entrevistadas comercializa seus produtos no atacado.

Conforme apontado na análise SWOT desse estudo, a pouca estrutura de distribuição e a falta de selos de inspeção sanitária fazem com que grande parte dos produtos seja vendida em feiras livres e peixarias, onde o retorno é muito baixo. Nos casos onde a produção é legalizada, os empresários têm mais oportunidades de distribuição em bares, restaurantes, lanchonetes, hotéis, pousadas etc. Dessa forma, também é possível ao empreendedor maior lucro, já que os públicos desses canais possuem maior poder aquisitivo, demandando espécies mais nobres.

**Palavra do empresário**

"*Nossos clientes são variados. Hotéis, barracas de praia, restaurantes, quiosques.*"

## Perfil do consumidor de peixes no Brasil

Um artigo divulgado em 2016, intitulado "Perfil do consumo de peixes pela população brasileira", aponta as seguintes características:

- O consumo de carne de peixe pelo brasileiro, quando comparado a países da Europa, é classificado como baixo, já que fora do Brasil o consumo *per capita* chega a ser o dobro.
- Contudo, em alguns Estados do Norte do país o peixe chega a representar 70% do consumo total de carnes. Além disso, nessas regiões os consumidores costumam comer pescado cerca de três vezes por semana.
- Quanto à preferência pela variedade de peixes, a pesquisa demonstrou que, normalmente, os consumidores optam pelas espécies mais comuns em suas regiões.
- Quase metade dos entrevistados (49,7%) afirma que está disposta a pagar entre R$ 15,00 e R$ 20,00 pelo quilo do peixe.

# INVESTIMENTOS

Para investir numa empresa de criação de peixes, os empresários precisam cumprir algumas exigências iniciais e estar atentos às legislações que dão suporte no desenvolvimento das atividades do setor.

## Para abertura da empresa, serão necessários registros nos seguintes órgãos:

- Secretaria da Receita Federal (para obtenção do CNPJ).
- Junta Comercial.
- Receita Estadual (obtenção da Inscrição Estadual, caso a empresa seja sujeita ao ICMS, que é solicitado para empresas do setor de comércio, transporte ou indústria).
- Prefeitura Municipal (será obtido o alvará de funcionamento). Na prefeitura também é feita a consulta local e a emissão das certidões de uso do solo e número oficial. O empreendimento em zona rural precisa obter a certidão de dispensa dessas duas certidões.
- Licença sanitária - em âmbito federal, a fiscalização é função da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Em âmbito estadual e municipal, cabe à Secretaria Estadual e Municipal de Saúde.
- Para a piscicultura, quando realizada em locais considerados da União, é necessário emitir uma autorização do poder público. As autorizações (carteira de aquicultor, outorga para uso de água, licenciamento ambiental etc.) são regidas por legislações específicas. Para uso de espaços físicos em corpos de água em terrenos da União, são dispostas as normas regulamentadoras: Decreto nº 4.895, de 25 de novembro de 2003; Instrução Normativa Interministerial nº 6, de 31 de maio de 2004; Instrução Normativa Interministerial nº 7, de 28 de abril de 2005; e Instrução Normativa Interministerial nº 1, de 10 de outubro de 2007. As instituições envolvidas no processão são: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa); Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama); Organizações Estaduais do Meio Ambiente (Oemass); Marinha do Brasil; Agência Nacional de Águas (ANA) e Superintendências do Patrimônio da União do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão (SPU/MPOG).
- Caso sejam escavados tanques, é necessário buscar assistência no órgão estadual de agricultura, obter o licenciamento ambiental e a outorga de água. Para direcionamento, é concedida a resolução Conama nº 413, de 26 de junho de 2009, que dispõe sobre o licenciamento ambiental da aquicultura.
- Secretaria da Fazenda e Sindicato Patronal (a empresa é obrigada a recolher a Contribuição Sindical Patronal, de acordo com a constituição, até o dia 31 de janeiro de cada ano).
- Cadastro na Caixa Econômica Federal (participação do sistema Conectividade Social – INSS/FGTS).
- Autorização do Corpo de Bombeiros.
- Alguns Estados possuem outras normas legais, por isso, entre em contato com os serviços de inspeção federal e estadual e obtenha mais informações.
- Para essa etapa é importante que o empreendedor esteja atento ao Código do Consumidor, disposto na Lei nº 8.078, de 11/9/1990.

## Equipamentos básicos

Os equipamentos básicos para o início da empresa de criação de peixes, segundo material do Sebrae (2015), são:

a. barco-trator de 66 cv - R$ 4.500,00;

b. veículo de carga de 3 a 4 toneladas - R$ 35.000,00;

c. bomba d'água - R$ 1.500,00;

d. compressor - R$ 1.200,00;

e. máquina para alimentar - R$ 2.200,00;

f. máquina de moer - R$ 900,00;

g. misturador de alimentos - R$ 1.020,00;

h. aerador de 2HP - R$ 2.800,00;

i. roçadeiras - R$ 800,00;

j. carrinhos de mão, foice, pá e picaretas - R$ 500,00;

k. freezer - R$ 1.100,00;

l. caixas de isopor - R$ 300,00;

m. balanças- R$ 1.200,00;

n. caixas de fibra - R$ 2.300,00;

o. redes fixas, de arrasto, tarrafas e peneiras - R$ 1.800,00;

p. termômetros - R$ 180,00;

q. gaiolas para tanques rede - R$ 400,00 x 10 = R$4.000,00.

Fonte: Shutterstock

# LEGISLAÇÃO

- O empreendimento deve estar registrado no SIF – Serviço de Inspeção Federal.
- Também deve estar sob responsabilidade técnica de um médico veterinário.
- A Lei nº. 6.938, de 30/08/81 dispõe sobre a avaliação e a seleção de locais para projetos de piscicultura e a Lei nº. 6.902/81 trata da Política Nacional do Meio Ambiente.
- A Lei nº. 7.661/98 institui o Plano Nacional de Gerenciamento Costeiro, estabelecendo estações ecológicas e áreas de proteção ambiental.
- A Lei nº. 9.605, de 12/02/1998, estabelece sanções penais e administrativas para condutas e atividades que prejudicam o meio ambiente.
- A Resolução Conama nº. 004, de 18/09/85, dispõe sobre reservas e áreas de preservação permanente.
- A Lei nº. 4.771, de 15/09/65 (Código Florestal), revogada pela Lei nº 12.651, de 25 de maio de 2012, dispõe sobre a construção de empreendimentos para piscicultura.
- Resolução Conama nº. 20, de 18/06/86, indica a classificação das águas doces, salobras e salinas, com a finalidade de estabelecer seus usos e qualidade.
- Resolução Conama nº. 237, de 19/12/1997, dispõe sobre Licenciamento Ambiental.
- Decreto nº. 76.986, de 06/01/1976, revogado pelo Decreto nº 6.296, de 2007, que regulamenta a Lei n.º 6.198, dispõe sobre a inspeção e a fiscalização obrigatórias dos produtos destinados à alimentação animal.
- Instrução Normativa no 001/SARC/MAPA, de 13/02/03, estabelece a recomendação de Boas Práticas de Armazenagem para rações (BPA).
- Lei nº. 9.433, de 08/01/1997, estabelece a Política Nacional de Recursos Hídricos e cria o Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos.

Fonte: Shutterstock

# METAS DE INVESTIMENTO E EXPANSÃO

Os empresários comentaram que estão planejando grandes investimentos em ampliação da capacidade de produção e aumento do espaço físico.

**A palavra dos empresários**

*"O Banco do Nordeste é nosso aliado. Há muitos anos foi feito um financiamento direto para embarcações e para a cooperativa. Para o prédio aqui, somente esta vez. Aqui a gente não procura muito porque tem o período de alta e de baixa, e a gente não se arrisca muito com a cadeia bancária porque não temos um faturamento homogêneo."*

## Crédito

Sobre o meio de obter recursos para realizar os investimentos planejados, metade pretende buscar crédito e a outra metade das empresas afirma que não pretende buscar crédito junto a bancos ou financeiras.

Fonte: Shutterstock

# ESTRATÉGIAS DE MERCADO E COMERCIALIZAÇÃO

# ESTRATÉGIAS DE MERCADO E COMERCIALIZAÇÃO

A cadeia produtiva de Piscicultura se estrutura da seguinte maneira:

- Insumos: refere-se a todo material necessário para o início da produção, como viveiros, gaiolas ou tanques-rede, por exemplo. A água também é um insumo essencial nesse tipo de atividade, já que o animal precisa dela para se desenvolver. É necessário ter água em quantidade e qualidade, para melhor desempenho. Oxigênio e alimento também são essenciais.

- Produção: envolve a atividade de criação de alevinos e propriedades de engorda, que resultarão no desenvolvimento da espécie em si.

- Industrialização: etapa que envolve empresas de processamento e onde as cooperativas e associações se envolvem bastante. Em resumo, é onde empresários adquirem as espécies produzidas e as preparam ou as transformam em um produto comercializável.

- Comercialização: venda ao mercado consumidor, podendo ser por atacado ou varejo. É comum, em alguns casos, que o próprio produtor faça a venda direta do produto, em feiras, por exemplo.

Fonte: Shutterstock

# AMBIENTE COMPETITIVO

## Concorrentes

Os empresários pesquisados têm a mesma opinião em relação aos concorrentes e novos entrantes do segmento. Todos acreditam que há mais concorrentes atualmente, se comparado ao ano de 2015.

De acordo com dados do RAIS, entre 2013 e 2015 o número de empresas que atuam no mercado de piscicultura cresceu 44,5%, e isso pode confirmar a sensação dos entrevistados com relação ao aumento da concorrência.

Os empresários relatam leve melhora na situação do mercado porque, mesmo com a instabilidade econômica do país, os consumidores estão optando por alimentos mais saudáveis e aumentando o consumo de peixe. Além disso, como nesse ramo existem muitas cooperativas e associações, os produtores se ajudam. Unidos, acabam mais fortes para lidar com possíveis entraves do setor.

## Quantidade de concorrentes daqui a 1 ano em relação a hoje

Em relação ao futuro da concorrência, todos acreditam que daqui a 1 ano haverá mais concorrência no mercado.

## Características dos produtos: um olhar sobre a concorrência

A concorrência no mercado de piscicultura existe, porém, não é vista de forma negativa, já que em muitos casos os produtores colaboram um com o outro e acabam se empenhando para o desenvolvimento do setor na região, que beneficiará todos os envolvidos na cadeia. Em regiões onde a concorrência é maior, o mercado tende a ser mais promissor e há uma tendência natural de ter mais negociação e preços mais acessíveis.

# CONHECENDO MAIS SOBRE A CADEIA: PRINCIPAIS MUNICÍPIOS PRODUTORES

As empresas pesquisadas estão situadas nas cidades de Salvador e Porto Seguro, ambas regiões litorâneas do Estado da Bahia.

## Volume de vendas e capacidade produtiva

As empresas de piscicultura possuem, em média, 10 funcionários, não contam com filiais e comercializam cerca de 52,5 toneladas ao mês. Têm capacidade média de produção de 100 toneladas/mês, logo, cerca de 40 toneladas de capacidade produtiva fica ociosa todo mês, o que totaliza 480 toneladas por ano. O investimento previsto para o próximo ano tem teto máximo de 100 mil e mínimo de 20 mil reais.

## Perfil das empresas

De acordo com dados de 2015 do RAIS, o número de empresas que atuam na criação de peixes em água doce é consideravelmente maior que o de empresas que atuam na criação de peixes em água salgada e salobra. Confira alguns números e características desse tipo de negócio no Estado da Bahia:

- Existem apenas 6 criações de peixes em água salgada e salobra no Estado. Todos contam com 5 a 9 funcionários.
- Existem 283 empresas que criam peixes em água doce no Estado. A maioria (29%) possui de 10 a 19 funcionários. As demais têm de 50 a 99 funcionários (24%), de 20 a 49 funcionários (17%), de 5 a 9 funcionários (16%) e de 1 a 4 funcionários (14%).
- Todas as empresas que criam peixes em água salgada e salobra estão localizadas no município de Canavieiras/BA.
- As cidades de Glória/BA e Ituberá/BA são as que concentram o maior número de empresas que atuam na criação de peixes em água doce. Juntas, elas correspondem a 48% do total.
- A maioria dos funcionários das empresas baianas de piscicultura tem como escolaridade o ensino médio completo.
- A grande maioria dos funcionários é do gênero masculino, representando aproximadamente 80% do total.
- Os funcionários das empresas que criam peixes em água salgada ganham menos que os colaboradores das empresas que criam peixes em água doce. Enquanto os primeiros ganham de 0,5 a 1 salário mínimo, os da segunda ganham, na maioria (59%), de 1,01 a 1,5 salário mínimo.

# TENDÊNCIAS E INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS

A alimentação saudável está crescendo no país e os consumidores tendem a buscar alimentos cada vez mais saudáveis e naturais. Os peixes e demais animais aquáticos estão entre eles e oferecem diversos benefícios e nutrientes:

- são de fácil digestão;
- ricos em ácidos graxos poli-insaturados, como ômega 3 e 6;
- excelentes fontes de vitaminas e minerais.

### Inovações tecnológicas:

As inovações tecnológicas servem para melhorar o desempenho da atividade e facilitar a vida dos produtores rurais. É importante ficar atento às novidades e verificar como elas podem ser implementadas nas empresas de piscicultura. Conheça algumas:

- A utilização de identificação eletrônica já é uma realidade no mercado de piscicultura. Ela serve para criar espécies com base no perfil genético dos animais, podendo traçar o grau de parentesco dos peixes e, consequentemente, evitar cruzamentos consanguíneos. A técnica consiste em aplicar um dispositivo eletrônico na pele do animal, que pode ser lido por meio de um scanner.
- Outra técnica existente é a biometria, que consiste na utilização de amostras de peixes com o objetivo de medir informações relevantes ao produtor, como peso, tamanho e saúde dos animais. Esse procedimento acaba fornecendo dados e informações ao produtor, capazes de auxiliá-lo nos ajustes do processo, fazendo com que a quantidade de alimentos fornecidos seja feita de forma mais pontual e correta. Para realizar a biometria é recomendado o uso de redes de arrasto com fios trançados, e não de nylon, que podem machucar os peixes.
- A ferramenta "Piscitech", desenvolvida no Amazonas, é utilizada para controlar a temperatura, o oxigênio e a qualidade da água nos tanques de piscicultura, resultando em maior produtividade e melhores peixes. O equipamento é capaz de controlar o tanque e enviar informações para um controlador específico, que altera as características de oxigênio e temperatura.
- A Embrapa Pesca e Aquicultura tem como objetivo auxiliar os produtores da área a se desenvolverem, e costuma divulgar ações e tecnologias que vão ao encontro disso. Acesse o portal e mantenha-se informado para conhecer as inovações do mercado.

# ESTRUTURAS E PROJETOS DE APOIO À PRODUÇÃO E AO SETOR

- Desenbahia – Agência de Fomento do Estado da Bahia. Apoia as empresas atuando como repassador financeiro do BNDES no Estado.
- A Secretaria de Desenvolvimento Econômico (SDE) apoia o desenvolvimento do setor de serviços para fortalecer sua posição estratégica na região Nordeste, estimulando os encadeamentos produtivos oportunizados pelos grandes investimentos em curso, com uma ação direcionada às micro e pequenas empresas.
- O Banco do Nordeste oferece uma linha específica para micro e pequenas empresas. Com a intenção de apoiar o desenvolvimento dos pequenos negócios e da região, são oferecidos alguns produtos:

  a. capital de giro: soluções financeiras para o dia a dia do negócio;

  b. financiamentos: as menores taxas e os maiores prazos do mercado;

  c. crédito comercial: trata da antecipação de recursos para aumentar o saldo em caixa;

  d. crédito para facilitar: soluções financeiras para o dia a dia da empresa;

  e. investimentos: tratam de aplicações e maior rentabilidade;

  f. seguridade e serviços: a segurança do banco a favor da empresa;

  g. fórum permanente MPE: contribui para o melhor atendimento às MPE.

Fonte: Shutterstock

# TRILHAS DE ATENDIMENTO

# TRILHAS DE ATENDIMENTO

Com base nas ações necessárias ao desenvolvimento do segmento de piscicultura, foi estabelecido o conjunto de soluções Sebrae para cada um dos grupos prioritários selecionados.

| Trilhas de atendimento Sebrae/BA | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Nome do segmento** | O caso deste segmento é ilustrado por empresas que atuam no segmento piscicultura | | | |
| **Setor: segmento** | **Correlação de foco entre portes e mercado** | | | |
| Agronegócios: Piscicultura | | B2C (entre empresa e consumidor, utilizando *e-commerce*) | B2B (entre empresas) | B2G (entre empresa e governo) |
| | MEI (Microempreendedor Individual) | Não possui | x | Não possui |
| | ME (Microempresa) | Não possui | x | Não possui |
| | EPP (Empresa de Pequeno Porte) | Não possui | x | Não possui |
| | PR (Produtor Rural) | Não possui | x | Não possui |

| Premissas básicas para acesso ao mercado | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Premissas básicas** | **Desafios** | **Soluções empresariais** | **Soluções Sebrae** | **Classificação (Essencial ou Recomendável)** |
| Logística (armazenamento, distribuição, capacidade de produção e atendimento) | Dependência do clima na produção. | Criar associações e/ou cooperativas ou participar das já existentes. Elas podem dar mais força aos criadores, inclusive para solucionar problemas climáticos. | Curso Redes Associativas – Praticando o associativismo No Campo.<br>Curso Juntos somos fortes Agronegócios – Telessala | Essencial |
| | Baixo índice de cooperativismo. | | | |
| Política de comercialização | Burocracia com relação a licenças ambientais. | Buscar orientações legais do segmento, aliadas a questões de planejamento e estratégias. | Oficina Gerenciar No Campo.<br>Curso Comercializar No Campo.<br>Curso Planejamento Estratégico Na Medida.<br>Curso Estratégias Empresariais – Módulo I Sebrae Mais. | Essencial |
| | Falta de qualificação. | Procurar profissionais qualificados ou oferecer capacitações para eles, com o objetivo de profissionalizá-los e mantê-los por perto. | Oficina Diálogo Empresarial – Retenção de talentos Na Medida.<br>Curso QT Rural Fase II – Gestão da Qualidade Rural. | Essencial |
| Tecnologia | Investir em tecnologia para aumentar a produtividade. | Fazer pesquisas de mercado, visando conhecer as tecnologias usadas por outros negócios, que podem ser úteis e viáveis. | Pesquisa de Mercado. | Essencial |

| Mercado | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Acesso a mercado** | **Desafios** | **Soluções empresariais** | **Soluções Sebrae** | **Classificação (Essencial ou Recomendável)** |
| Venda pessoal | Prospectar e fidelizar clientes. | Entender o público-alvo e criar estratégias que possam manter os clientes fiéis. | Da Ideia ao Resultado – 12 Passos para Inovação.<br>Mapeamento e Melhoria de Processos.<br>Curso Marketing Na Medida. | Recomendável |
| Propaganda e publicidade | Divulgar o negócio e criar mais relacionamento com os clientes. | Investir em estratégias de divulgação. | | Recomendável |

| Inovação e Diferenciação | | |
|---|---|---|
| **Inovação** | **Soluções empresariais** | **Soluções Sebrae** |
| Novos produtos e técnicas | Participar de feiras e cursos práticos para conhecer as novidades do mercado. | Acesso a feiras.<br>Inteligência em geiras. |
| | Pesquisar técnicas de manejo e equipamentos que possam melhorar a qualidade da criação de peixes. | Gestão da Inovação – Inovar para Competir.<br>Cartilha Inovação como Estratégia Competitiva da Micro e Pequena Empresa. |

## Referências bibliográficas


AQUICULTURA tem potencial para dobrar produção em cinco anos. Portal Brasil. 2015. Disponível em:< http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2015/06/aquicultura-tem-potencial-para-dobrar-producao-em-cinco-anos>. Acesso em: 20 dez. 2017.

APOSTILA de piscicultura. Pescar. Disponível em:< http://www.pescar.com.br/piscicultor/apostila.htm>. Acesso em: 20 dez. 2017.

BANCO DO NORDESTE. **Micro e Pequenas Empresas**. 2016. Disponível em: <http://www.bnb.gov.br/mpe>. Acesso em: 24 ago. 2016.

BRITO, Vanessa. **Gestão é o maior gargalo da piscicultura**. Agência Sebrae de Notícias. 2015. Disponível em:<http://www.mt.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/MT/gestao-e-o-maior-gargalo-da-piscicultura,daf21f6a76b7d410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 20 dez. 2017.

CLANDESTINIDADE, licenciamento ambiental e contaminação por salmonela são debatidos em Palmas. Cleber Toledo. 2015. Disponível em:< http://www.clebertoledo.com.br/negocios/2015/10/07/72896-clandestinidade-licenciamento-ambiental-e-contaminacao-por-salmonela-sao-debatidos-em-palmas>. Acesso em: 20 dez. 2016.

CONCEITO.DE. **Conceito de piscicultura**. [201-?]. Disponível em: <http://conceito.de/piscicultura>. Acesso em: 30 set. 2016.

CONSUMO estimula piscicultura no Brasil. Canal Rural. 2016. Disponível em:< http://www.canalrural.com.br/videos/mercado-e-cia/consumo-estimula-piscicultura-brasil-76148>. Acesso em: 20 dez. 2017.

EMBRAPA mostra tecnologias para piscicultura na agrobrasília. Embrapa. 2014. Disponível em:< https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/1728213/embrapa-mostra-tecnologias-para-piscicultura-na-agrobrasilia>. Acesso em: 20 dez. 2017.

FILHO, Jomar Carvalho. **Piscicultura cresce 1,88% em 2015, apesar da produção de tilápia no período ter crescido 9,7% em relação a 2014**. Panorama da Aquicultura. 2016. Disponível em:< http://www.panoramadaaquicultura.com.br/novosite/?p=6342>. Acesso em: 20 dez. 2017.

FIRETTI, Ricardo; GARCIA, Sheila Merlo; SALES, Dalton Skajko. Planejamento estratégico e verificação de riscos na piscicultura. **Pesquisa & Tecnologia**, [São Paulo], v. 4, n. 2, p.1-10, jul./dez. 2007. Disponível em: <http://www.aptaregional.sp.gov.br/acesse-os-artigos-pesquisa-e-tecnologia/edicao-2007/2007-julho-dezembro/529-planejamento-estrategico-e-verificacao-de-riscos-na-piscicultura/file.html>. Acesso em: 30 set. 2016.

MARTINS, Antonio Castilho. **Como montar um negócio para criação de peixes**. Brasília, [DF]: Sebrae, [201?]. 49 p. (Ideias de negócios). Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-um-negocio-para-criacao-de-peixes,81287a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 30 set. 2016.

MEDEIROS, Francisco das Chagas de; MORAES, Adair José de. **Manual como Iniciar Piscicultura com Espécies Regionais**. Brasília, DF: Sebrae, 2013. 80 p. Disponível em: <http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/b7c92dacee0fbaec6c77bbb438c6ab64/$File/4510.pdf>. Acesso em: 30 set. 2016.

META do Brasil é produzir 3 milhões de toneladas anuais de pescado até 2020. Globo Rural. 2015. Disponível em:< http://revistagloborural.globo.com/Noticias/Criacao/Peixe/noticia/2015/07/meta-do-brasil-e-produzir-3-milhoes-de-toneladas-anuais-de-pescado-ate-2020-ty.html>. Acesso em: 20 dez. 2017.

PORTAL DO AGRONEGÓCIO. **Tipos de piscicultura**. 2012. Disponível em: <http://www.portaldoagronegocio.com.br/noticia/tipos-de-piscicultura-28485>. Acesso em: 30 set. 2016.

SEBRAE. Piscicultura traz boas oportunidades para os produtores rurais. 2016. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/piscicultura-traz-boas-oportunidades-para-os-produtores-rurais,63c81a5b6e00f410VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 20 set. 2016.

SEBRAE. Como montar um negócio para criação de peixes. 2015. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-um-negocio-para-criacao-de-peixes,81287a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 29 set. 2016.

Secretaria de Desenvolvimento Econômico. **A Bahia em números**. 2016. Disponível em http://www.sde.ba.gov.br/Pagina.aspx?pagina=abahiaemnumeros

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Piscicultura traz boas oportunidades para os produtores rurais**. 2015. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/piscicultura-traz-boas-oportunidades-para-os-produtores-rurais,63c81a5b6e00f410VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 30 set. 2016.