



ESTRATEGIAS DE INOVAÇÃO NA INDÚSTRIA DE PESCADO NO BRASIL

Letícia Fernanda Baptiston¹; Christiano França da Cunha²; Dariane Beatriz Schoffen Enke³; Celso da Costa Carrer⁴

¹Agente de Inovação Local Rural – SEBRAE/Araraquara – Bolsista Sebrae;

²Faculdade de Ciências Aplicadas – Universidade Estadual de Campinas;

³Faculdade de Ciências Agrárias do Vale do Ribeira – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”;

⁴Faculdade de Zootecnia e Engenharia de Alimentos – Universidade de São Paulo.

O consumo de pescado no estado de São Paulo ocorre em média 65,4 vezes ao ano. Ações de marketing são fundamentais para ampliar o consumo neste estado, considerando as preferências do consumidor. Neste sentido, este estudo ressalta que a oferta do filé de pescado embalado, pode ampliar o consumo anual de pescado passando para 75,88 vezes ao ano, ofertando assim, maior conveniência e praticidade aos clientes. Portanto, é fundamental realizar inovações em marketing, para ofertar novos produtos, com novas embalagens, para diferentes públicos e assim, agregar maior valor na venda. Mas, para que esta agregação de valor ocorra é essencial compreender o público consumidor, bem como, fomentar a inovação pelo emprego de políticas públicas e da aproximação do setor público, privado e as Universidades. Sendo assim essas potenciais boas práticas podem fomentar este setor agroindustrial no Brasil, como foi implementado no Chile, que foca na criação de valor, e emprega estratégias de inovação em marketing, visando desenvolver produtos diferenciados e sofisticados, com vistas a atender as exigências do mercado interno e externo. Isto ocorre devido a uma cultura de inovação, sinergia entre todos os atores da cadeia agroindustrial e políticas públicas que fomentam a exportação, processos organizados e regulamentados, e políticas tributárias que ampliam a competitividade. Também existem programas como o “Pró-Chile”, que possui fundos voltados para o mercado internacional, o “Transforma Alimentos”, que fomenta a agricultura 4.0 e o “Corfo”, que promove ações com a participação de empresas e Universidades. Há ainda o “*Packaging*”, que busca incentivar a inovação e o desenvolvimento tecnológico de embalagens associadas com a economia circular, focando as exigências e ao apelo visual das embalagens aos consumidores, promovendo assim, a segurança dos produtos e maior funcionalidade dessas embalagens, desenvolvidos a partir de novos materiais e insumos. Para ampliar a competitividade do setor produtivo de pescado no Brasil algumas boas práticas seriam necessárias tais como fomentar a inovação; desenvolver políticas públicas; promover a aproximação entre Universidades, empresa e setor público, para assim criar e ofertar mais valor; e também desenvolver e/ou melhorar produtos que atendam melhor o mercado interno e externo.

Palavras chaves: Ecossistema de inovação, marketing, políticas públicas

Apoio Financeiro: FAPESP n° 2020/01135-0