



IMPACTOS DA PANDEMIA COVID-19 NAS ESTRATÉGIAS DE COMERCIALIZAÇÃO DO PESCADO NAS MICRORREGIÕES DO CURIMATAÚ E SERIDÓ PARAIBANOS

Rivanildo Diniz Santos¹, Marisa de Oliveira Apolinário²

RESUMO

A comercialização do pescado em mercados, feiras livres e peixarias apresenta uma grande importância socioeconômica no nordeste brasileiro, tendo em vista serem os locais mais frequentados tanto pela população de determinado município como por pessoas de localidades circunvizinhas, além da forma de apresentação do pescado disponibilizado para a venda. Entretanto, a pandemia COVID-19, mudou os hábitos de comercialização do pescado, fazendo com que novas estratégias de venda do produto fossem adotadas no sentido de minimizar as perdas ocasionadas no período. Neste sentido, este trabalho teve como objetivo estabelecer um panorama da comercialização do pescado no Curimataú e Seridó paraibanos, nas cidades de Cuité, Picuí e Barra de Santa Rosa por serem cidades pólos de comercialização nas microrregiões estudadas. Foram analisados dados acerca das espécies mais comercializadas, formas de apresentação do pescado, origem e estratégias de comercialização, durante a COVID-19, comparando com dados de comercialização antecedentes à pandemia. Os resultados possibilitaram detectar novas estratégias mercadológicas de venda de pescado, com ênfase no comércio através de “delivery”, destacando critérios de qualidade estabelecidos pelo consumidor no tocante à qualidade e ao preço do produto, bem como a utilização do marketing através das redes sociais para fidelizar o consumidor. Ressalta-se o perfil do consumidor diante deste novo cenário diante da COVID-19, o qual evidencia uma preferência por determinados pescados, destacando-se o filé de tilápia, bem como o preço atrativo do produto, em comparação com outras carnes, o que ocasionou mudanças no comércio varejista de pescado na região estudada antes e durante a pandemia COVID-19.

Palavras- chave: Comércio de pescado. COVID-19. Diagnose

¹Aluno do Curso de Licenciatura em Ciências Biológicas, Unidade Acadêmica de Biologia e Química, Centro de Educação e Saúde, UFCG, Cuité, PB, e-mail: rivanildodinizz@gmail.com

²Doutora, Professora do Curso de Licenciatura em Ciências Biológicas, Unidade Acadêmica de Biologia e Química, Centro de Educação e Saúde, Cuité, PB, e-mail: marisapoli@ufcg.edu.br



IMPACTS OF THE COVID-19 PANDEMIC ON FISH MARKETING STRATEGIES IN THE MICROREGIONS OF CURIMATAÚ AND SERIDÓ PARAÍBANOS

ABSTRACT

The commercialization of fish in markets, fairs and fishmongers is of great socioeconomic importance in the Brazilian northeast, given that they are the most frequented places both by the population of a given municipality and by people from surrounding localities, in addition to the form of presentation of the fish made available to the public for sale. However, the COVID-19 pandemic changed fish marketing habits, causing new strategies to sell the product to be adopted in order to minimize the losses caused in the period. In this sense, this work aimed to establish an overview of the commercialization of fish in Curimataú and Seridó in Paraíba, in the cities of Cuité, Picuí and Barra de Santa Rosa, as they are commercial hub cities in the micro-regions studied. Data on the most commercialized species, forms of fish presentation, origin and marketing strategies were analyzed during COVID-19, comparing with marketing data prior to the pandemic. The results made it possible to detect new marketing strategies for the sale of fish, with an emphasis on trade through "delivery", highlighting quality criteria established by the consumer regarding the quality and price of the product, as well as the use of marketing through social networks to retain the consumer. The consumer profile is highlighted in the face of this new scenario in the face of COVID-19, which shows a preference for certain fish, highlighting the tilapia fillet, as well as the attractive price of the product, compared to other meats, which caused changes in the fish retail trade in the studied region before and during the COVID-19 pandemic

Keywords: Fish trade. COVID-19. Diagnosis.