



AVALIAÇÃO DO MERCADO DE PEIXES ORNAMENTAIS: REALIDADE E PERSPECTIVAS

MARKET ASSESSMENT OF ORNAMENTAL FISH: REALITY AND PERSPECTIVES

Rafael Martins de Araujo¹, Elizabeth Batista Martins¹; Rodolfo Batista Vieira Maia¹, Kellen de Souza Oliveira¹, Alessandra Gimenez Mascarenhas¹, Emmanuel Arnhold¹, Heloisa Helena de Carvalho Mello^{1*}

¹ Escola de Veterinária e Zootecnia, Universidade Federal de Goiás.

*e-mail: heloisamello@ufg.br

Citação: MARTINS DE ARAUJO, R.; MARTINS, E. B.; MAIA, R. B. V.; OLIVEIRA, K. S.; MASCARENHAS, A. G.; ARNHOLD, E.; MELLO, H. H. C. (2026). Avaliação do mercado de peixes ornamentais: realidade e perspectivas. Revista Brasileira de Engenharia de Pesca, 17(1), 663-676.

<https://doi.org/10.18817/repesca.v17i1.4440>

Recebido: 28 January 2026

Revisado: 01 September 2026

Aceito: 15 October 2026

Publicado: 18 October 2026



Copyright: © 2026 by the authors.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Resumo

Objetivou-se estudar a cadeia produtiva de peixes ornamentais abordando o comércio varejista, produtores e consumidor. A pesquisa foi realizada na região metropolitana de Goiânia-GO por meio de uma pesquisa tipo survey. Foram desenvolvidos três questionários com diferentes universos amostrais: comerciantes, consumidores e produtores. Foram analisadas as variáveis que caracterizavam a produção, comércio, cadeia de comercialização e o consumo de peixes ornamentais. Foram obtidas 82 respostas que se enquadram na categoria consumidores, 25 de lojistas e 32 de produtores, totalizando 139 respostas. Os produtores iniciaram a produção apenas por *hobbie* e, com a demanda, aumentaram a sua produção. Foi verificado que os lojistas, possuem pouco controle da qualidade da água, assim como os consumidores que, embora possuam conhecimento sobre os peixes ornamentais, não realizam avaliação da qualidade da água. Desta forma, constatou-se que, em sua maioria, o mercado de peixes ornamentais de Goiânia e região metropolitana não atende a todos os pressupostos de aquicultura e comércio sustentáveis que promovam e auxiliam no bem-estar dos peixes, sendo necessário campanhas de conscientização, organização e profissionalização desta cadeia produtiva.

Palavras-chaves: Cadeia produtiva; Produção; Piscicultura ornamental.

Abstract

The objective was to study the ornamental fish production chain approaching sellers, producers, and consumers. The research was conducted in the metropolitan region of Goiânia-

GO in a survey-type study. Three questionnaires were developed with different sample universes: consumers; sellers; and producers. Eighty-two responses were obtained from consumers, 25 from sellers, and 32 from producers, totaling 139 responses. Producers initially started production as a hobby and, with growing demand, increased their production. It was found that sellers have little control over water quality, as do consumers who, although knowledgeable about ornamental fish, do not assess water quality. Thus, it was found that, for the most part, the ornamental fish market in Goiania and its metropolitan region does not meet all the requirements of sustainable aquaculture and trade that promote and assist in the well-being of fish, making awareness campaigns, organization, and professionalization of this production chain necessary.

Keywords: Production chain; Production; Ornamental fish.



Introdução

Peixes ornamentais são organismos aquáticos vivos ou não, para fins decorativos e ilustrativos e aquariofilia refere-se a manter ou comercializar, para fins de lazer ou de entretenimento, indivíduos vivos em aquários, tanques, lagos ou reservatórios destinados para este fim (Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis [IBAMA], 2022). A piscicultura ornamental ou aquariofilia vem crescendo significativamente durante os últimos anos, em atendimento a demanda da sociedade por animais pets. No Brasil, os peixes ornamentais são considerados pet populares, com 22,3 milhões de unidades comercializadas em 2023 e receita de R\$ 167,6 milhões (Barreto et al., 2025). Dentro dos países produtores e exportadores como China, Alemanha, Singapura e Estados Unidos da América, grande variedade de espécies e raças vieram de peixes brasileiros (Santos et al., 2023). De acordo com Barreto et al. (2025), o Brasil atualmente exporta para Estados Unidos, Europa, Ásia, América do Sul e Arábia Saudita.

Os peixes ornamentais vêm se destacando dentro do mercado mundial, principalmente pela sua facilidade de produção em pequenas áreas, o que representa menores custos com investimentos e instalações. É notável que a criação de organismos aquáticos possui diversas vantagens econômicas que justificam sua prática em várias partes do mundo, incluindo os peixes ornamentais (Bassleer, 2015). No mercado de peixes ornamentais, pode-se caracterizar os sistemas de produção como sistema extensivo, semi-intensivo e intensivo, a variar das necessidades do produtor e da capacidade de produção (Zuanon, 2011). A escolha do sistema de produção é de fundamental importância para a lucratividade do empreendimento, uma vez que por meio do sistema adotado, deve-se determinar as espécies mais adequadas a serem criadas, a densidade de estocagem, o manejo alimentar, o manejo reprodutivo, as condições de qualidade da água (Salaro & Souto, 2003).

A variação de perfis de consumidores dentro do aquarismo condiz com a diversidade de espécies a serem produzidas, havendo preferências que podem levar às escolhas desde peixes pequenos, com colorações chamativas e comportamento único, até peixes grandes com hábitos, coloração e formato de corpo distintos. Desta forma, a diversidade de peixes a serem usados no aquarismo é direcionada apenas pela demanda do público consumidor que deve ser atendida pelo produtor e lojista. O conhecimento do perfil do consumidor é, deste modo, um importante fator na cadeia produtiva de peixes ornamentais.

A grande variedade de espécies produzidas resulta em desafios de manejo, como atendimento de nutrição adequada, visto que as espécies apresentam diferentes hábitos alimentares e exigências nutricionais diferentes. Desta forma é necessário que os produtores, lojistas e consumidores possuam conhecimento sobre hábitos alimentares e de ambiência das espécies produzidas e adquiridas, para garantir o bem-estar dos animais pet.



O Brasil, apesar de ser reconhecido como exportador de peixes ornamentais, principalmente animais provenientes do extrativismo, possui poucas publicações científicas sobre este assunto. É possível verificar que existe uma lacuna de estudos a respeito desta atividade, principalmente em regiões onde não se tem hábito do cultivo de peixes ornamentais, como na região do Estado de Goiás, seja por produção, comercialização ou *hobbie*. Essas informações são importantes para a elaboração de planos de manejo visando promover o ordenamento das atividades que exploram comercialmente as populações de peixes ornamentais, além de gerar um estudo para promover a piscicultura ornamental no Estado de Goiás (Chapman et al., 1997).

De acordo com Rezende e Fjimoto (2021), um dos principais entraves da piscicultura ornamental no Brasil é a caracterização incipiente do setor produtivo e dos elos de comercialização, o que deixa o setor de peixes ornamentais na invisibilidade frente à sua importância econômica e social dentro do agronegócio da aquicultura no Brasil.

Desta forma, objetivou-se analisar o mercado de peixes ornamentais da região metropolitana de Goiânia, particularmente o segmento da produção, comércio varejista e consumidores, produzindo uma base de informações sobre a condição da atividade do aquarismo nesta região.

Material e Métodos

A pesquisa foi submetida e aprovada pelo do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade Federal de Goiás sob o protocolo número 1493026. Todos os participantes, antes de preencherem o formulário, assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). A pesquisa foi realizada na região metropolitana de Goiânia-GO por meio de questionários, contendo questões fechadas em uma pesquisa do tipo *survey*. Foram desenvolvidos três questionários com diferentes universos amostrais: consumidores que criam, já criaram ou nunca possuíram peixes ornamentais; lojistas que comercializam qualquer tipo de peixes ornamentais; produtores que comercializam qualquer tipo de peixes ornamentais.

A coleta dos dados foi realizada no período de novembro de 2020 a janeiro de 2021, por meio de um questionário online semiestruturado via *Google Docs* (Google®), abordando os seguintes tópicos: conhecimento sobre parâmetros de qualidade da água, local de compra, interesse dos consumidores.

Questionário para consumidores

Os questionários destinados aos consumidores foram compostos por 14 perguntas delineadas com o intuito de traçar o perfil do segmento de consumidores que compõe o mercado de peixes ornamentais em Goiânia. Foram considerados consumidores todos aqueles indivíduos que possuem ou já possuíram algum peixe ornamental. Esse questionário também ficou disponível para as pessoas que nunca tiveram qualquer peixe ornamental.



Questionário para lojistas

Os questionários destinados aos lojistas foram compostos por 19 perguntas delineadas com o intuito de traçar o perfil do segmento de lojistas que compõe o mercado de peixes ornamentais em Goiânia. Foram considerados lojistas todos aqueles estabelecimentos que comercializam peixes ornamentais, se enquadrando dentro de lojas de Pet shop, lojas agropecuárias, e lojas destinadas exclusivamente à venda de peixes ornamentais na cidade de Goiânia.

Questionário para produtores

Os questionários destinados aos produtores foram compostos de 16 perguntas delineadas com o objetivo de traçar o perfil do segmento de produtores que compõe o mercado de peixes ornamentais em Goiânia. Foram considerados produtores todas aquelas pessoas que produzem peixes ornamentais para venda, seja diretamente aos consumidores, aos lojistas ou qualquer outro grupo.

Análise Estatística

As relações entre variáveis foram analisadas pelo teste qui-quadrado, considerando 0,05 de significância. Os resultados também foram avaliados por meio de frequências e intervalos de confiança considerando 5% de significância. Os dados foram analisados usando o software R (R Core Team R, 2021).

Resultados e Discussão

Foram obtidas respostas de 82 indivíduos que se enquadram na categoria consumidores, 25 lojistas e 32 produtores, totalizando 139 respostas. Dentro do público consumidor verificou-se que há igualdade em relação a sexo dos indivíduos, demonstrando que dentro do aquarismo existe diversidade de público interessado independente de gênero (Tabela 1). Se enquadram como consumidores qualquer agente econômico responsável pelo ato de consumo de bens finais e serviços, nesse os peixes destinados à ornamentação.

A faixa etária do público consumidor foi compreendida entre 18 e 50 anos, com predominância de mais de 50% dos entrevistados na faixa de 18-30 anos, sendo, portanto, um *hobbie* de pessoas jovens (Tabela 1). A maior parte dos consumidores de peixes ornamentais concentra-se na região sudeste do Brasil (Rezende & Fujimoto, 2021), na região Centro-oeste essa prática ainda é pouco explorada, porém com o crescimento do mercado de peixes ornamentais, espera-se que essa situação se reverta. Neste sentido, para impulsionar o mercado pet de peixes ornamentais é importante que se realizem campanhas e divulgações direcionadas não apenas ao público jovem, mas também aos possíveis consumidores das demais faixas etárias, garantindo amplitude do público consumidor.

Em relação ao grau de escolaridade observou-se que 57,7% dos consumidores possuem Ensino Superior ou Pós-graduação (Tabela 1), o que pode justificar a correlação positiva verificada entre o nível de escolaridade e conhecimento sobre peixes ornamentais dos consumidores (Tabela 2). Desta forma, foi demonstrado que, quanto maior o grau de escolaridade do consumidor, há mais conhecimento sobre os peixes ornamentais. Os organismos aquáticos demandam



diferentes cuidados em relação aos animais de estimação convencionais como cães e gatos, a exemplo do manejo constante da qualidade da água, a necessidade de se entender as especificidades das espécies para um bom manejo e adequada aquisição de alimentos. As infecções parasitárias estão frequentemente associadas a práticas inadequadas de manejo, incluindo superlotação e baixa qualidade da água, impactando negativamente a saúde dos peixes e a indústria de aquarismo (Santos et al., 2025). Neste sentido, o grau de escolaridade é um importante fator na aquariofilia. Para que o mercado consumidor não seja restrito, é recomendado que sejam tomadas ações de conscientização e repasse de informação pelos lojistas aos consumidores no momento da aquisição dos peixes. Essas ações visam maior bem-estar, saúde e tempo de vida dos animais.

Tabela 1. Perfil dos consumidores de peixes ornamentais

Variáveis	Categorias	Frequência	IC 2,5% (%)	IC 97,5% (%)
Sexo	Masculino	41/82 (50%)	39,18	60,82
	Feminino	41/82 (50%)	39,18	60,82
Idade	18 até 30 anos	48/82 (58,6%)	41,29	75,78
	30 até 50 anos	25/82 (30,6%)	15,14	45,83
	Mais de 50 anos	9/82 (10,8%)	4,21	17,74
Salários mínimos	Menor que 2	26/82 (31,3%)	21,64	41,78
	De 2 até 5	36/82 (43,4%)	33,16	54,64
	De 5 até 10	13/82 (15,7%)	7,95	23,76
	Acima de 10	8/82 (9,6%)	2,49	14,58
Escolaridade	Sem escolaridade	3/82 (3,6%)	0	7,72
	Ensino fundamental	10/82 (12%)	5,11	19,28
	Ensino médio	22/82 (26,5%)	17,24	36,42
	Ensino superior	41/82 (50%)	39,18	60,82
	Pós-graduação	6/82 (7,7%)	1,68	12,95
Outros animais além de peixes	Sim	71/82 (85,5%)	77,72	93,02
	Não	11/82 (14,5%)	6,98	22,28
Conhecimento sobre peixes ornamentais	Sim	60/82 (71,9%)	62,23	81,67
	Não	12/82 (28,1%)	18,33	37,77
Local de aquisição dos peixes	Lojas especializadas	29/58 (50%)	37,13	62,87
	Pet shop ou lojas agropecuárias	23/58 (39,6%)	27,07	52,24
	Internet	6/58 (10,4%)	2,51	18,18
Alimento fornecido	Ração	49/62 (79,0%)	68,9	89,17
	Alimento vivo	0	0	0
	Ambos	14/62 (21,0%)	10,83	31,1
Locais em que vivem os peixes	Aquários	54/62 (86,9%)	62,23	81,67
	Lagos	8/62 (13,1%)	18,33	37,77
Conhecimento sobre qualidade da água	Possui	39/62 (62,3%)	50,13	74,46
	Não possui	23/62 (37,7%)	25,54	49,87
Verificação da qualidade da água	Verifica	27/62 (41,9%)	29,65	54,22
	Não verifica	35/62 (58,1%)	45,78	70,35



Fatores importantes para adquirir peixes	Coloração	Sim	63/82 (76,8%)	67,7	85,96
		Não	19/82 (23,8%)	14,04	32,3
	Tamanho	Sim	32/82 (39%)	28,47	49,58
		Não	50/82 (61%)	50,42	71,53
	Forma do corpo	Sim	40/82 (47,5%)	36,75	58,37
		Não	42/82 (52,5%)	41,6	63,25
	Valor	Sim	27/82 (32,9%)	22,76	43,1
		Não	55/82 (67,1%)	56,9	77,24
	Raridade	Sim	16/82 (18,9%)	9,92	26,66
		Não	66/82 (81,1%)	73,34	90,08
Peixes ornamentais de interesse	Betta	Sim	58/80 (70,7%)	60,88	80,58
		Não	22/80 (29,3%)	19,42	39,12
	Cascudo	Sim	45/80 (54,9%)	44,11	65,65
		Não	35/82 (45,1%)	34,35	55,89
	Espada	Sim	25/80 (31,7%)	21,64	41,78
		Não	55/80 (68,2%)	58,22	78,36
	Guppy	Sim	50/80 (61%)	50,42	71,53
		Não	30/80 (39%)	28,47	49,58
	Kinguio	Sim	33/80 (40,2%)	29,63	50,86
		Não	47/80 (59,8%)	49,14	70,37
	Molinésia	Sim	26/80 (30,5%)	20,52	40,45
		Não	54/80 (69,5%)	59,55	79,48

IC – Intervalo de confiança.

Em relação à característica dos animais verificada no momento da aquisição, a coloração e formato do corpo dos peixes são os fatores mais importantes para maioria do público entrevistado (Tabela 1). Dois fatores são considerados os principais responsáveis pela regulação da cor corporal: aditivos alimentares (pigmentos) e condições do ambiente de criação, ou seja, cor do tanque e iluminação (Lau et al, 2023). Desta forma, os produtores e lojistas devem se atentar ao fornecimento de rações com pigmentantes que influenciam na coloração corporal dos peixes assim como a ambiência fornecida. Diversos aditivos têm sido estudados e relacionados à melhora da coloração corporal, sendo o principal, os carotenoides (Costa & Miranda-Filho, 2000).

Tabela 2. Correlação entre nível de escolaridade e conhecimento sobre peixes ornamentais dos consumidores

		Conhecimento sobre peixes ornamentais		Valor P
		Possui	Não possui	
Escolaridade	Sem escolaridade	1/3 (33,3%)	2/3 (66,7%)	0,0014
	Nível fundamental	3/10 (30%)	7/10 (70%)	
	Nível médio	14/22 (63,6%)	8/22 (36,4%)	
	Nível superior	35/41 (85,4%)	6/41 (14,6%)	
	Pós-graduação	6/6 (100%)	0	



Os consumidores, em sua maioria, não fazem a verificação sob os parâmetros da qualidade da água, resultando em muitos casos aos óbitos dos peixes e por consequência, o abandono do aquarismo por esses indivíduos. Ao comparar a relação existente entre qualidade da água e a renda dos participantes, pode-se observar que aqueles indivíduos que possuem mais renda fazem mais controle de qualidade da água que as pessoas com menos renda, devido a facilidade de adquirir utensílios e kits destinados à verificação da qualidade da água (Tabela 3) (Coe et al., 2011).

Tabela 3. Correlação entre a renda e a verificação da qualidade da água pelos consumidores.

		Verificação da Qualidade da água		Valor P
		Faz	Não faz	
Renda (Salários mínimos)	2 ou menos	3/18 (16,7%)	15/18 (85,7%)	0,012
	De 2 até 5	15/26 (42,3%)	11/26 (57,7%)	
	De 5 até 10	6/11 (54,5%)	5/11 (45,5%)	
	Acima de 10	6/7 (85,7%)	1/7 (14,3%)	

Verificou-se correlação positiva entre o sexo do consumidor e o local de compra dos peixes ornamentais. Consumidores do sexo masculino adquirem os peixes em lojas de aquarismo em sua maioria, e do sexo feminino em Pet shop ou lojas agropecuárias (Tabela 4). Em relação à renda do consumidor, verificou-se que consumidores com maior renda adquirem os peixes em lojas de aquarismo e que a internet é o local de menor aquisição dos peixes, independente da renda do consumidor (Tabela 4).

Tabela 4. Correlação entre o sexo e a renda e o local de compra dos peixes ornamentais dos consumidores

		Local de Compra			Valor P
		Lojas de aquarismo	Internet	Pet shop ou lojas agropecuárias	
Sexo	Masculino	22/30 (73,3%)	3/30 (10%)	5/30 (16,7%)	0,0005
	Feminino	7/28 (25%)	3/28 (10,7%)	18/28 (64,3%)	
Salários mínimos	Menor que 2	3/16 (18,8%)	2/16 (12,5%)	11/16 (68,8%)	0,0548
	De 2 até 5	13/24 (54,2%)	2/24 (8,3%)	9/24 (37,5%)	
	De 5 até 10	7/11 (63,6%)	2/11 (9,1%)	3/11 (27,3%)	
	Acima de 10	6/7 (85,7%)	1/7 (14,3%)	0	

Foram obtidas 25 respostas relacionadas ao questionário direcionado aos lojistas. Se enquadram como lojistas todos aqueles indivíduos que são proprietários de loja comercial e trabalham com comércio realizado em lojas, neste caso as lojas que comercializam peixes ornamentais, ainda que não seja o principal produto de venda, e outros produtos relacionados ao aquarismo. Os lojistas localizados no estado de Goiás estão concentrados na cidade de Goiânia e regiões metropolitanas,



trabalhando como tipos de comércio varejista, atacado ou mesmo entreposto, realizando comércios de forma municipal, estadual, nacional e internacional. As lojas que comercializam peixes ornamentais podem ser: lojas de *pet shops*, lojas agropecuárias e lojas de aquarismo.

O perfil da maioria dos lojistas se enquadrou como de pequeno porte, poucos se classificaram como de médio porte e nenhum como de grande porte (Tabela 5). Esses resultados refletem na maior comercialização no âmbito municipal, e na comercialização no varejo, de modo que a maioria das lojas encontradas em Goiânia e região metropolitana que fazem esse tipo de comercialização são lojas de *pet shops* e agropecuárias.

As lojas que vendem peixes ornamentais precisam atender as exigências da legislação para poderem comercializar esses animais, sendo necessário segundo a Portaria nº 1.581, de 21 de dezembro de 1989: Inscrição Estadual; Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas; registro da empresa junto ao Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis. Grande parte dos lojistas adquirem os espécimes de pisciculturas ornamentais, juntamente com uma reprodução própria (Tabela 5).

Tabela 5. Perfil de lojistas de peixes ornamentais

Variáveis	Categorias		Frequência	IC 2,5% (%)	IC 97,5% (%)	
Porte da empresa	Pequena		19/25 (76%)	59,26	92,74	
	Média		6/25 (24%)	7,26	40,74	
Escolaridade	Nível fundamental		6/25 (24%)	7,26	40,74	
	Nível médio		14/25 (56%)	36,54	75,46	
	Nível superior		5/25 (20%)	4,32	35,68	
Tempo de existência da empresa	Menos de 1 ano		5/25 (20%)	4,32	35,68	
	De 1 até 5 anos		14/25 (56%)	36,54	75,46	
	Mais de 5 anos		6/25 (24%)	7,26	40,74	
Outras lojas de aquarismo	Possui		3/25 (12%)	0	24,74	
	Não possui		22/25 (80%)	75,26	100	
Tipo de comercialização	Municipal		19/25 (76%)	59,26	92,74	
	Estadual		4/25 (16%)	1,63	30,37	
	Nacional		1/25 (4%)	0	11,68	
	Internacional		1/25 (4%)	0	11,68	
Atividades da empresa	Atacadista	Possui	7/25 (28%)	10,4	45,6	
		Não Possui	18/25 (72%)	54,54	89,6	
	Varejista	Possui	25/25 (100%)	100	100	
		Não Possui	0	0	0	
	Entreposto	Possui	1/25 (4%)	0	11,68	
		Não Possui	24/25 (96%)	88,32	100	
	Origem dos peixes	Piscicultura	Possui	21/25 (84%)	69,63	45,6
			Não Possui	4/25 (16%)	1,63	30,37
Produção própria		Possui	10/25 (40%)	20,8	59,2	
		Não possui	15/25 (60%)	40,8	79,2	



	Extrativismo	Possui	1/25 (4%)	0	11,68
		Não possui	24/25 (96%)	88,32	100
Rações comercializadas	Ração nacional	Possui	23/25 (92%)	81,37	100
		Não possui	2/25 (8%)	0	18,63
	Ração internacional	Possui	14/25 (56%)	36,54	75,46
		Não possui	11/25 (44%)	24,54	63,46
	Alimento vivo	Possui	2/25 (8%)	0	18,63
		Não possui	23/25 (92%)	81,37	100
Registro de taxa de mortalidade	Possui		6/25 (24%)	7,26	40,74
	Não possui		19/25 (76%)	59,26	92,74
Origem da água	Poço artesiano	Possui	4/25 (16%)	1,63	3,37
		Não possui	21/25 (84%)	69,63	98,37
	Poço semi-artesiano	Possui	5/25 (20%)	4,62	35,68
		Não possui	20/25 (80%)	64,32	95,68
	Rios e nascentes	Possui	3/25 (12%)	0	24,74
		Não possui	22/25 (88%)	75,26	100
	Água tratada	Possui	14/25 (56%)	36,54	75,46
		Não possui	11/25 (44%)	24,54	63,46
Monitoramento da qualidade da água	Faz		15/25 (62,5%)	43,13	81,87
	Não faz		9/25 (37,5%)	18,13	56,87
Biometria dos peixes	Faz		10/25 (40%)	20,8	59,2
	Não faz		15/25 (60%)	40,8	79,2
Consultoria a clientes	Faz		14/25 (58,33%)	38,61	78,06
	Não faz		11/25 (41,67%)	21,94	61,39
Responsável técnico	Possui		5/25 (20%)	4,32	35,68
	Não possui		20/25 (80%)	64,32	95,68
Treinamento com funcionários	Faz		17/25 (68%)	49,71	86,29
	Não faz		8/25 (32%)	13,71	50,29
Comercialização de outros produtos de peixes	Faz		22/25 (88%)	75,26	100
	Não faz		3/25 (12%)	0	24,74

O manejo interno dos animais da loja é uma das atividades mais importantes para evitar mortalidade dentro do plantel de peixes. Contudo, quase 40% dos lojistas entrevistados não realizam manejos básicos como verificação da qualidade da água, 60% não realizam biometrias para acompanhamento dos animais, 32% não conduzem treinamentos de manejo com a equipe e 80% não contam com responsável técnico especializado na área, refletindo ainda o amadorismo para com a venda desses animais (Tabela 5).

Uma única empresa de médio porte realizava o extrativismo das espécies, possui o entreposto e faz a venda de forma internacional (Tabela 6).



Tabela 6. Correlação entre porte da empresa dos lojistas e tipo de comercialização.

	Tipo de Comercialização					Valor P
	Categoria	Municipal	Estadual	Nacional	Internacional	
Porte da empresa	Pequena	17/19 (89,5%)	2/19 (10,5%)	0	0	0,0212
	Média	2/6 (33,3%)	2/6 (33,3%)	1/6 (16,7%)	1/6 (16,7%)	

Foi observada correlação positiva entre escolaridade dos lojistas e a realização do controle da qualidade da água (Tabela 7).

Tabela 7. Correlação entre a escolaridade dos lojistas e aferição da qualidade da água

		Verificação da qualidade da Água		Valor P
		Faz	Não faz	
Escolaridade	Nível fundamental	1/6 (16,7%)	5/6 (83,3%)	0,0275
	Nível médio	10/13 (76,9%)	3/13 (23,1%)	
	Nível superior	4/5 (80%)	1/5 (20%)	

No cenário atual da piscicultura ornamental a maior parte dos produtores participantes foram composta por homens, quanto a idade dos produtores, eles estão concentrados entre 18 e 30 anos, mostrando que pessoas jovens estão adquirindo interesse em produzir peixes ornamentais (Tabela 8). Considera-se como um fator, a atividade ser de baixo custo e podendo ser montado em zonas urbanas (Coe et al., 2011).

Foi verificado que 45% dos entrevistados possuem matrizes e produzem os próprios alevinos, contudo ainda fazem a aquisição de outras espécies de pisciculturas mais especializadas (Tabela 8). Grande parte dos colaboradores da pesquisa possuíam entre menos de 1 ano e 5 anos de atividade, sugerindo ser uma atividade em ascensão na região de Goiânia, isso reflete no amadorismo dos produtores, sendo que, a maior fonte de conhecimento é a internet, responsável pela baixa adesão a assistência técnica.

Tabela 8. Perfil de produtores de peixes ornamentais

Variáveis	Categorias	Frequência	IC 2,5% (%)	IC 97,5% (%)
Sexo	Masculino	25/32 (78,1%)	62,7	92,14
	Feminino	7/32 (21,9%)	7,86	37,3
Idade	18 até 30 anos	16/32 (48,5%)	34,02	69,21
	30 até 50 anos	15/32 (45,5%)	24,56	59,31
	Mais de 50 anos	2/32 (6,1%)	0	15,1
Salários mínimos	Menor que 2	5/32 (15,2%)	3,18	29,08
	De 2 até 5	23/32 (69,7%)	51,29	84,2
	De 5 até 10	3/32 (9,1%)	0	20,09
	Acima de 10	2/32 (6,1%)	0	15,1



Escolaridade	Ensino fundamental		2/32 (6,1%)	0	15,1
	Ensino médio		12/32 (36,4%)	15,8	48,71
	Ensino superior		19/32 (57,6%)	44,14	78,44
Local de produção	Zona rural		8/32 (25,8%)	10,4	41,21
	Zona urbana		24/32 (74,2%)	58,79	89,56
Origem dos alevinos	Coletados	Sim	5/32 (16,1%)	3,18	29,08
	Coletados	Não	27/32 (83,8%)	70,92	96,82
	Comprados	Sim	24/32 (74,2%)	58,79	89,6
	Comprados	Não	8/32 (25,8%)	10,4	41,21
	Cultivados	Sim	15/32 (45,2%)	27,64	62,68
	Cultivados	Não	17/32 (54,8%)	37,32	72,36
Origem da água	Poços artesanais	Sim	8/32 (25,8%)	10,4	41,21
	Poços artesanais	Não	24/32 (74,2%)	58,79	89,6
	Rios, lagos ou açudes	Sim	9/32 (29,1%)	13,05	45,01
	Rios, lagos ou açudes	Não	23/32 (70,9%)	54,99	86,95
	Água tratada	Sim	16/32 (50%)	30,79	65,98
	Água tratada	Não	16/32 (50%)	30,79	65,98
Tempo de atividade	Menos de 1 ano		16/32 (51,6%)	34,02	69,21
	De 1 até 5 anos		9/32 (29,2%)	13,05	45,01
	Mais do que 5 anos		7/32 (19,2%)	5,45	33,26
Motivos para iniciar a produção	Principal fonte de renda		5/32 (16,1%)	3,18	29,08
	Renda extra		10/32 (32,5%)	15,8	48,71
	Hobbies		17/32 (51,4%)	34,02	69,21
Sistema de produção	Tanque escavado	Sim	4/32 (12,9%)	1,1	24,7
	Tanque escavado	Não	28/32 (87,1%)	75,3	98,9
	Tanque de alvenaria	Sim	4/32 (12,9%)	1,1	24,7
	Tanque de alvenaria	Não	28/32 (87,1%)	75,3	98,9
	Aquários/caixa d'água	Sim	29/32 (90,3%)	79,9	100
	Aquários/caixa d'água	Não	3/32 (9,7%)	0	20,09
Destino dos peixes	Lojas	Sim	8/32 (25,8%)	10,4	41,21
	Lojas	Não	24/32 (74,2%)	58,79	89,6
	Varejo	Sim	21/32 (67,7%)	51,29	84,2
	Varejo	Não	11/32 (32,3%)	15,8	48,71
	Competição	Sim	7/32 (19,4%)	5,45	33,26
	Competição	Não	25/32 (80,6%)	66,74	94,55
	Exportação	Sim	1/32 (3,3%)	0	9,48
	Exportação	Não	31/32 (96,7%)	90,55	100
	Entrepasto	Sim	1/32 (3,3%)	0	9,48
Número de espécies produzidas	Entrepasto	Não	31/32 (96,7%)	90,55	100
	1		11/32 (32,2%)	18,64	52,33
	2		11/32 (32,2%)	15,8	48,71
	3		6/32 (16,2%)	3,18	29,08
	4		1/32 (6,1%)	0	9,45
Busca por conhecimento	5 ou mais		4/32 (12,3%)	1,1	24,7
	Fez		31/32 (96,8%)	90,55	100
	Não fez		1/32 (3,2%)	0	9,45



Fonte de conhecimento	Internet	Sim	22/32 (67,7%)	51,29	84,2
	Internet	Não	10/32 (32,3%)	15,8	48,71
	Cursos	Sim	10/32 (32,3%)	15,8	48,71
	Cursos	Não	22/32 (67,7%)	51,29	84,2
	Livros	Sim	8/32 (25,8%)	10,4	41,21
	Livros	Não	24/32 (74,2%)	58,79	89,6
Assistência técnica	Sim		2/32 (6,4%)	0	15,1
	Não		30/32 (93,6%)	84,9	100

Foi verificado que 51,4% dos produtores iniciaram a atividade de produção por *hobbie*, sendo a maior parte da produção em aquários/caixa d'água, produzem até duas espécies e possuem como destino final o varejo (Tabela 8). Também foi verificado que 93,6% dos produtores não recebem assistência técnica para a produção.

A produção, comercialização e a compra de peixes ornamentais em Goiânia e regiões metropolitanas, estão interligadas e vem crescendo ano após ano, tanto o aumento de produtores e lojas que distribuem, como também o interesse dos consumidores em adquiri-los. Desta forma é possível inferir que a cadeia produtiva de peixes ornamentais necessita de ações que resultem na profissionalização da atividade, como maior rigor técnico na produção, manejo da qualidade da água, atendimento por técnicos especializados, divulgação de informação técnica e científica para todos os elos (produtores, lojistas e consumidores). A profissionalização do setor poderá garantir aumento da produtividade e inserção do Brasil na aquariofilia mundial.

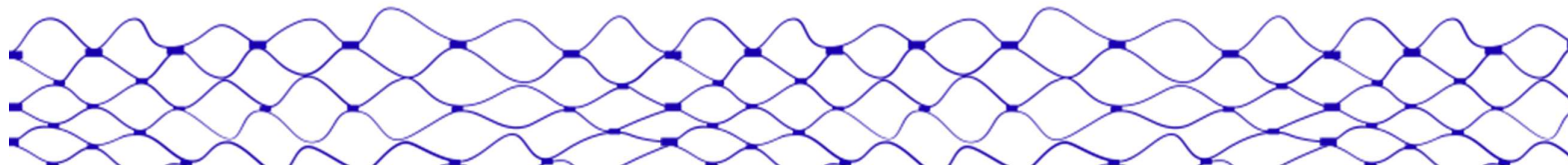
Conclusões

Os produtores que trabalham nessa região demonstram ainda serem, em sua maioria, pessoas mais jovens, que estão começando a produzir no ramo da piscicultura ornamental, embora por falta de incentivo externo, ainda não produzam com o objetivo de ser sua principal fonte de renda. A mesma situação anterior também é a realidade para os lojistas, que, embora já atuem até no comércio internacional, ainda não possuem muita divulgação desse ramo para a população. Os consumidores de peixes ornamentais, ainda são um número pequeno com relação aos outros animais pets. Os lojistas que vendem esses peixes, não realizam todas as condições necessárias para o bem-estar, pois a maioria se trata de lojas pet shop e lojas agropecuárias, situação que não é observada nas lojas que trabalham apenas com a aquariofilia. Já os consumidores, pouco ou quase nenhum cuidam da água ou mesmo têm conhecimento sobre seus peixes.

Referências Bibliográficas

BARRETO, L.M., SANTOS F.W.M., CARVALHO, J.G., & MARTIM, J. (2025). Panorama do comércio internacional de organismos aquáticos ornamentais. *Remunon*. 19(1): 1-21. Disponível em: <https://doi.org/10.61164/h5a93456>

BASSLEER, G. (2015). The global ornamental aquarium industry: Facts and figures. [Internet]. OFI Journal. 24-26. Disponível em:



https://www.bassleer.com/ornamentalfishexporters/wp-content/uploads/sites/3/2016/11/GlobalAquariumFisIndustryPart1OFI-Journal-77_10.pdf

- CHAPMAN, F. A., FITZ-COY, S. A., THUNBERG, E. M., ADAMS, C. M. (1997). United States of America trade in ornamental fish. J. World Aquac. Soc.; 28 (1): 1-10. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1749-7345.1997.tb00955.x>
- COE, C. M., FREITAS, M. C., ARAÚJO, R. C. P. (2011). Diagnóstico da cadeia produtiva de peixes ornamentais no município de Fortaleza, Ceará. Magistra; 23(3):107-114. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/27055>
- COSTA D. P., MIRANDA-FILHO, K. C. (2000). The use of carotenoid pigments as food additives for aquatic organisms and their functional roles. Rev. Aquac; 12(3): 1567-1578. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/raq.12398>
- Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis. (2022). Portaria Nº 102, De 20 De Setembro De 2022. Estabelece normas, critérios e padrões para exportação e importação de peixes de águas continentais, marinhas e estuarinas, com finalidade ornamental e de aquariofilia. Diário Oficial da União. Setembro 21 Seção 1. Português.
- LAU, C. C., MOHD, N. S. A., TAN, M. P., YIK, S. Y., WONG, L. L., PEER, Y. V., SORGELOOS, P., DANISH-DANIEL, M. (2023). Pigmentation enhancement techniques during ornamental fish production. Rev. Fish Biol. Fish.; 33(4): 1027-1048. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11160-023-09777-4>
- R Core Team R: A language and environment for statistical computing. (2021). R Foundation for Statistical Computing, Vienna, Austria. Disponível em: <https://www.R-project.org/>
- REZENDE, F. P., FUJIMOTO, R. Y. (2021). Peixes ornamentais no Brasil: mercado, legislação, sistemas de produção e sanidade. In: Peixes Ornamentais no Brasil. 1 ed. Brasília, DF: Embrapa; 2021. P. 297. Português. Disponível em: <https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/handle/doc/1133452>
- SALARO AL, SOUTO EF.(2003). Povoamento de viveiros. Brasília: SENAR, 2003. p. 44.
- SANTOS, A.C., ROTA, C.B., SILVA, L. DE J. DE S., MENEGHETTI, G. A., PINHEIRO, J. O. C. (2023). Pesca ornamental: desafios para a consolidação de um sistema sustentável de produção de peixes ornamentais em comunidades ribeirinhas do Amazonas. Ver. Terceira Margem Amazônia 2023; 8(19):177-193, Disponível em: <http://www.alice.cnptia.embrapa.br/alice/handle/doc/1153765>
- SANTOS, E. L., SIMÕES, W. T. D. S. C., MENEZES, A. M., COELHO FILHO, P. A. (2025). Panorama mundial da parasitologia de peixes ornamentais: uma revisão sistemática. Cad. Pedagóg. 2025; 22(12): e21115-e21115. DOI: <https://doi.org/10.54033/cadpedv22n12-321>
- ZUANON, J. A. S., SALARO, A. L., FURUYA, W. M. (2011). Produção e nutrição de peixes ornamentais. Rev. Bras. Zootec; 40(1):165-174. Disponível em: <https://www.sbz.org.br/revista/artigos/66271.pdf>

