

Para onde vai a tilápia *

A produção de pescado em cativeiro tem pela frente um ano de ajustes. O mercado interno beira a saturação, e o real valorizado atrapalha as exportações, mas há formas de contornar os obstáculos.

Fábio Rosa Sussel

Zootecnista - Pesquisador Científico - Apta Médio Paranapanema
Programa de Piscicultura Continental do Instituto de Pesca
e-mail: sussel@aptaregional.sp.gov.br

O Brasil dispõe de tecnologia para desenvolver um bom programa de produção de tilápias. O consumo *per capita* nacional está abaixo da metade do recomendado pelo organismo das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO). Há formas de aumentar o consumo interno de pescado, mas essa discussão não é o propósito deste artigo. O que se observa, do ponto de vista da economia da atividade, é que a produção nacional pode se voltar mais para o mercado externo.

Antes de investir na criação de tilápias é preciso conhecer o mercado consumidor. Cada opção de escoamento da produção tem suas peculiaridades tanto na forma de apresentação do produto (peixe vivo, congelado, resfriado ou processado) quanto no preço e nos riscos.

Os preços são mais elevados no mercado nacional, mas o volume comercializado é relativamente pequeno e existe acentuada sazonalidade na demanda do produto. O mercado internacional tem preços menores, porém comercializa em grandes quantidades e tem demanda distribuída ao longo do ano.

Ainda há espaço para crescimento da produção de tilápia para o mercado interno, mas não por muito tempo. O mercado doméstico é bem abastecido por peixes provenientes da pesca extrativista, sejam de água doce ou salgada. O espaço para a tilápia logo atingirá seu limite. E ao se aproximar da saturação, os preços começarão a cair e poderão inviabilizar a atividade, considerados os custos de produção atuais.

*Artigo publicado originalmente no *Anuário da Pecuária Brasileira 2007* (ANUALPEC 2007) - Instituto FNP - e no site do Instituto de Pesca, em agosto de 2007

A produção nacional de tilápias caminha a passos largos para um modelo empresarial, deixando de ser uma atividade secundária. Em alguns empreendimentos, a tilapicultura é a única fonte de recursos da empresa. O Brasil conta com 11 frigoríficos abatendo peixe cultivado e grandes criatórios produzindo volumes elevados.

Se o mercado doméstico se aproxima do limite, o contrário ocorre com a capacidade e com as condições de produção. Há muito espaço para expansão no Brasil. A demanda mundial é grande, mas a exportação de pescado esbarra em dois obstáculos: a taxa cambial e a concorrência de outros países produtores.

O problema da taxa cambial

A valorização do real põe em risco a exportação de filé de tilápia. O custo de produção é conhecido, bem como o preço que será pago pelo produto, mas este valor é dado em dólares. E não há previsão segura do comportamento da taxa de câmbio. Representantes de frigoríficos dizem que, no segundo semestre de 2006, os valores da exportação de filé chegavam no limite (despesa igual à receita) quando o dólar estava em R\$ 2,19. A exportação só fica em situação confortável com o dólar acima de R\$ 2,30.

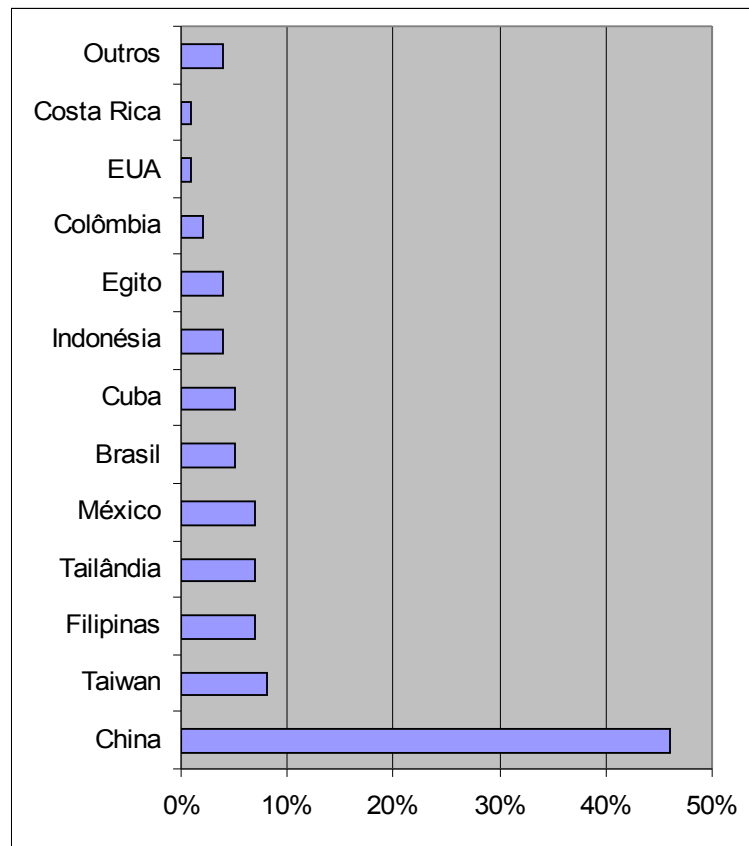
O problema é que o valor médio da moeda dos Estados Unidos foi de R\$ 2,18 em 2006. Algumas empresas exportadoras de filé trabalharam no vermelho boa parte do ano passado, na expectativa de garantir o mercado para quando houvesse uma desvalorização do real. Mas isso não ocorreu e nem há perspectiva de que venha ocorrer neste ano.

Houve exportadoras de filé fresco que não se dispuseram a operar com prejuízo. Uma dessas exportou, em 2005, mais de 80% da produção. Contudo, em dezembro de 2006, as vendas para o exterior não passaram de 13% do total produzido. O real valorizado reduz a competitividade do setor no mercado internacional.

Características da concorrência internacional

O Brasil é o sexto maior produtor mundial de tilápia (Figura 1). Está atrás da China, de Formosa (Taiwan), das Filipinas, da Tailândia e do México. Os países asiáticos não são concorrentes diretos do Brasil, pois atuam em mercados diferentes. Eles vendem tilápia inteira de 300 a 500 gramas ou filés congelados com qualidade *standard*. São produtos com valor de mercado bem inferior ao do filé fresco, que precisam ser produzidos a baixo custo. Esses países reduzem extremamente os gastos com a alimentação dos peixes, mediante o aproveitamento de sobras de culturas agrícolas. Também fazem consórcios com lavouras, como a do arroz inundado (rizipiscicultura).

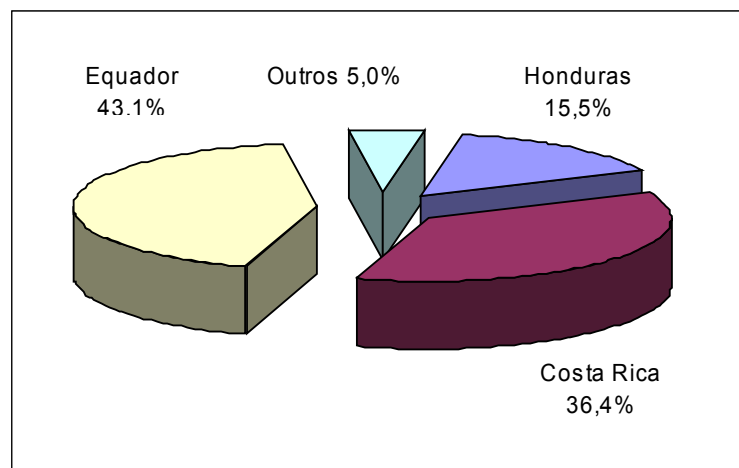
Figura 1. Estimativa da produção mundial de tilápia



Fonte: *Infopesca*, Costa Rica, 2006

Os concorrentes diretos do Brasil, produtores de filé fresco de qualidade superior, são Equador, Costa Rica e Honduras. O Brasil ocupa o quarto lugar em volume de exportações para os Estados Unidos, que atualmente é o maior comprador mundial (Figura 2).

Figura 2. Principais fornecedores de filé fresco para os Estados Unidos



Fonte: *Infopesca*, Costa Rica, 2006

As características do mercado mundial de tilápia são as seguintes:

- Os países asiáticos são os maiores produtores e exportadores. Produzem tilápia de pequeno porte e qualidade inferior e exportam filé ou peixe inteiro congelado. Produzem proteína animal a baixo custo. Não concorrem diretamente com o Brasil;
- As exigências do mercado europeu dificultam as exportações para o Velho Continente. Além disso, existe uma espécie (*Pangassius*) com mercado estabelecido;
- O Equador desfruta de uma estrutura produtiva (frigoríficos, tanques escavados, etc.) herdada da indústria do camarão. O país também conta com mão-de-obra barata, e a incidência de impostos é muito menor que a do Brasil.

O caminho das pedras

As dificuldades de mercado não podem ser vistas como obstáculos irremovíveis. Atravessar águas profundas não é difícil para quem sabe onde estão as pedras que quase chegam à superfície. No mercado interno, por exemplo, há nichos pouco explorados. São oportunidades como:

- Voltar-se para o abastecimento das cadeias de *fast food* e restaurantes especializados;
- Produzir filé congelado em grandes volumes e com preço competitivo para distribuição em supermercados;
- Desenvolvimento, por parte dos frigoríficos, de tecnologias para melhor aproveitamento dos subprodutos do peixe filetado (couro, vísceras, escamas e a carne que fica junto à espinha dorsal). A receita obtida com a venda dos subprodutos poderá tornar mais viável a operação.

A piscicultura nacional precisa ganhar eficiência em termos de índices zootécnicos. O custo de produção pode ser significativamente reduzido com a adoção de manejos alimentares mais adequados. Isso levará à melhora da conversão alimentar e da sobrevivência. Com custo de produção mais baixo, seria viável atuar no mercado de exportações mesmo com o real valorizado. E com preços mais baixos no varejo, haveria um estímulo ao crescimento do mercado interno.

O processo de ajuste que a produção de tilápias atravessará neste 2007 ajudará a consolidar a atividade no Brasil. E a indústria filetadora terá de definir e explorar melhor seus mercados. A demanda mundial por peixe é crescente e a tilápia tem ampla aceitação. As condições privilegiadas do País, em termos de potencial hídrico e clima, favorecem a produção. Transformar tais características em vantagens competitivas requer a melhoria das técnicas de cultivo e de processamento.