

## **ANÁLISE DO CONSUMO DOMÉSTICO DO PESCADO DE TILÁPIA NA CIDADE DE BOTUCATU/SP.**

Rosângela do Nascimento Fernandes, Caroline de Lima Francisco, Cínthia Rio Branco da Silva, Fabiana Bortolini de Queiroz, Fernanda Naomi Yamato. Ciências Biológicas – Zootecnia - Departamento de Gestão e Tecnologia Agroindustrial – Faculdade de Ciências Agrônômicas – Campus de Botucatu.

O Brasil possui 8,5 mil km de costa e uma Zona Econômica exclusiva de 3,5 milhões de km<sup>2</sup> para a pesca extrativa e para a maricultura, além de mais de 5 milhões de hectares de águas represadas passíveis de utilização para a aquicultura e para a pesca em águas continentais, as quais representam 12% de toda a água doce disponível no planeta. Possui ainda, abundância de terras para a construção de tanques escavados e ótimas condições climáticas para a criação de pescado, com a possibilidade de produção durante os 365 dias do ano, constituindo talvez a maior vantagem comparativa brasileira no agronegócio (Secretaria Especial de Aquicultura e Pesca, 2004). HILSDORF & PEREIRA (1999) citam que a produção de pescado brasileira em 1995, advindo da aquicultura foi ao redor de 27.250 toneladas, o que colocava o Brasil em trigésimo terceiro entre os principais países que praticam a aquicultura. De acordo com KUBITZA (2000), a produção anual de tilápia está entre 30 e 40 mil toneladas.

Apesar deste potencial de produção, extensa costa marítima e abundância de bacias hidrográficas que recortam o território nacional, apenas cerca de 10% da população incorpora o pescado em sua alimentação. O hábito de ingerir pescado varia entre as regiões, oscilando entre 21% no Norte e Nordeste e 2% na região Sul (INAN/ FIBGE/IPEA, 1990).

Mesmo assim, a contribuição do pescado como fonte de proteína animal, na alimentação humana, tem crescido no mundo inteiro, deste modo, sendo mais uma alternativa para uma alimentação saudável e nutritiva (GERMANO et al., 1998). Ainda segundo GERMANO et al. (1998), nos últimos anos, verificou-se o aumento da procura por uma alimentação mais saudável pelas populações de média e alta renda e a oferta de peixe de qualidade pode direcionar o consumo, em especial, por meio de novas formas de apresentação deste alimento.

Segundo MINOZZO (2005), a pouca expressividade do consumo de pescado no Brasil é devida a razões culturais e sócio-econômicas. Analisando mercados competitivos, HILSDORF & PEREIRA (2006) justificam que o aumento expressivo do consumo de frango se deve a redução do preço médio de R\$4,50/kg para R\$1,25/kg, nos últimos vinte anos. Esta redução do preço, aliada ao suporte tecnológico, que possibilitou um aumento da produção (217 mil toneladas em 1970, saltando para 4,17 milhões de toneladas em 1996), e a uma forte política de marketing, popularizando a carne de frango, permitiram que o frango competisse de igual para igual com a carne bovina, na mesa da família brasileira.

O sucesso da estratégia desenvolvida pela indústria avícola, infelizmente não serviu de base para os setores envolvidos na produção de pescado no Brasil. A pouca expressividade da produção do pescado, tanto aquele proveniente do extrativismo, como o do cultivo, contrapõe a uma tendência mundial de aumento do consumo de carne de peixe, representado por cerca de 1 bilhão de pessoas em todo o mundo, que têm o pescado como fonte principal de proteína animal. Deve-se salientar que o pescado representa a quinta commodity mundial, ficando atrás apenas do arroz, produtos florestais, leite e trigo (HILSDORF & PEREIRA, 2006).

Já para SOUZA (2002), o motivo que leva ao baixo consumo é em relação à falta de padronização do produto para o consumidor, o que acarreta dificuldades quanto às características de sabor, presença ou não de espinhas, forma de preparo e valor nutricional. Contudo, o Brasil ainda necessita da padronização da qualidade do produto e de maior volume de produção, pois o que existe atualmente está pulverizado entre um grande número de pequenos produtores (KUBITZA, 2000).

Segundo VALENTI (2000), o pescado brasileiro de água doce é comercializado predominantemente in natura, fresco, eviscerado e muito pouco na forma de filé ou industrializado. Nas regiões centro-oeste, sudeste e sul do país, o principal canal de comercialização dos peixes produzidos em cativeiro ainda são os pesqueiros particulares (90%), e apenas 10% passam por algum processo de industrialização. Entretanto, as perspectivas atuais apontam para um aumento na comercialização de pescados in natura na forma de filé resfriado ou congelado e aumento no consumo de produtos industrializados, pois atualmente a sociedade dispõe de pouco tempo destinado ao preparo

de refeições. Por outro lado, o pescado é o produto de origem animal que mais rápido se deteriora, reduzindo o tempo necessário à distribuição e a venda (VALENTI et al., 2000).

As tilápias constituem-se o segundo grupo de peixes de maior importância na aquicultura mundial (LOVSHIN, 1998), sendo de baixo nível trófico (onívora) e destacam-se em cultivos por apresentar crescimento rápido, rusticidade (HAYASHI et al., 1999). Esta espécie apresenta, ainda, os requisitos típicos dos peixes preferidos pelo mercado consumidor, tais como carne branca de textura firme, sabor delicado e fácil filetagem, não tendo espinha em "Y" nem odor desagradável (SOUZA, 2002), sendo atualmente a segunda espécie mais cultivada mundialmente (JORY et al., 2000).

Para se pensar em uma indústria competitiva de tilápia, tanto no mercado interno como na exportação, os empresários do setor precisam modernizar seu gerenciamento, controlar os aspectos financeiros e otimizar o uso dos recursos de produção. Também é necessário um melhor planejamento na escolha do local e na definição das estratégias de produção mais adequadas para produzi-las a preço competitivo, comparado ao de outros peixes e carnes disponíveis no mercado (MINOZZO, 2005). O uso de sistemas que combinem o aproveitamento do alimento natural disponível com rações granuladas suplementares deverá ser o caminho para a produção anual contínua de tilápias com qualidade, a um custo inigualável, em volumes suficientes para o mercado interno e externo (KUBITZA, 2000).

O presente trabalho de pesquisa, teve como objetivo analisar o consumo doméstico do pescado de tilápia na cidade de Botucatu/SP. Foram levados em consideração os entraves que poderiam estar relacionados ao baixo consumo, tais como: preço de venda, forma de apresentação e comercialização do produto, tipo de processamento, marcas mais comercializadas e questões relativas a certificações de qualidade do produto. Para isso, foram coletadas informações primárias na forma de entrevistas aos consumidores finais e distribuidores de pescado de tilápia na cidade de Botucatu/SP.

As entrevistas aos consumidores foram guiadas por um questionário constando local da entrevista, nome, idade, profissão, se possui o hábito de consumir peixes e justificativa. Foram realizadas entrevistas em estabelecimentos comerciais.

Em relação ao comércio, as entrevistas foram direcionadas aos proprietários, no caso das peixarias, gerentes e/ou responsáveis pelo setor de peixes, em se tratando de supermercados. Para estes, o questionário foi elaborado constando local, nome, cargo ocupado, tempo de atividade, as dificuldades enfrentadas na comercialização de tilápia e os tipos de peixes mais comercializados.

Foram entrevistadas 100 pessoas acima de 18 anos, todos residentes em Botucatu.

Entre os entrevistados, pode-se constatar que a tilápia é a espécie de maior preferência de consumo, e a frequência de consumo está entre 1 a 3 vezes ao mês. Isso é um indicador de que existe um potencial mercado para a comercialização da tilápia.

A forma de apresentação de maior preferência foi o peixe fresco, pela facilidade de pesca na região e disponibilidade de pescadores sendo que a marca de produtos processados não é relevante para a maioria dos entrevistados. O pintado e o dourado foram citados também nas entrevistas como sendo algumas espécies de água doce servidas nas refeições.

A análise dos resultados aponta que fatores como hábito alimentar (prefere outra carne/não apreciar a carne de peixe), preço, falta de costume, questões relativas à qualidade do produto (procedência), são os principais impeditivos do consumo, restringindo assim seu crescimento.

Dentre os fatores relevantes do baixo consumo, foi destacado o preço. Na literatura sobre o assunto, autores citam que o baixo consumo de peixe está bastante relacionado ao hábito alimentar da população, que tradicionalmente prefere consumir carne bovina. No entanto, este baixo consumo deve ser analisado em um contexto mais amplo. Primeiramente, a questão da evolução dos preços do pescado pago pelo consumidor deve ser considerado como um fator importante. Levando-se em consideração o consumo nas Regiões Sudeste e Sul, verifica-se que a maior porcentagem de consumo é de peixe de origem marinha e este peixe chega à mesa do consumidor num preço superior ao da carne bovina, e muito acima ao do frango, que é seu potencial substituto.

Outro fator destacado nas entrevistas refere-se à procedência do pescado. O Brasil apresenta grande potencial para o desenvolvimento da piscicultura, mas enfrenta o desafio de utilizá-la de forma sustentável e que possibilite a produção de pescado com a qualidade exigida pelos mercados interno e externo. Neste contexto, torna-se imprescindível o controle de qualidade cada vez mais rigoroso e a garantia, ao consumidor, do acesso às informações sobre todas as etapas envolvidas na produção, desde o local de criação até o ponto de venda. (GERMANO et al., 1998).

Outro fator mencionado nas entrevistas, de menor destaque, refere-se à não disponibilidade do pescado de forma regular e padronizada. Esse fator está relacionado à sazonalidade da oferta e é citado em estudos sobre a questão. O setor de transformação engloba as atividades de corte, filetagem, salga, secagem, defumação, cozimento, congelamento e enlatamento da matéria-prima. Seus problemas são, em geral, a carência de abastecimento regular e constante de matéria-prima, a falta de investimento na melhoria das instalações e equipamentos, a baixa rentabilidade e a necessidade de racionalizar e modernizar a produção (UNIÃO EUROPÉIA/COMISSÃO DA PESCA, 1996).

Conclui-se, pelas entrevistas, que a causa do baixo consumo de tilápia é determinado pelo somatório de inúmeros fatores em conjunto, destacando-se preço, hábito e procedência. Tais fatores estão de acordo com outros estudos da comercialização de pescado. Pode-se ainda constatar, que existe uma desorganização estrutural do setor. A sazonalidade da oferta de tilápia, por exemplo, pode ser enfrentada com a disponibilidade do produto congelado. A carência de marketing e de informações sobre o produto, assim como uma indústria produtora deficiente, contribuem para que esta comercialização fique comprometida. Faz-se necessário um diagnóstico mais aprofundado e abrangente da preferência do consumidor, para que o setor possa se desenvolver de forma sustentável.

### **Referências Bibliográficas:**

GERMANO, P.M.L.; GERMANO, M.I.S.; OLIVEIRA, C.A.F. Aspectos da qualidade do pescado de relevância em saúde pública. **Revista Higiene Alimentar**, v.12, n.53, p.30-37, 1998.

HAYASHI, C. *et al.* Uso de diferentes graus de moagem dos ingredientes em dietas para a tilápia do Nilo (*Oreochromis niloticus* L.) na fase de crescimento. *Acta Scientiarum*, Maringá, v.21, n.3, p.733-737, 1999.

HILSDORF, A.; PEREIRA, J.L. Perfil de consumo de pescado em restaurantes industriais da região do Vale do Paraíba. **Panorama da Aqüicultura**, v.9, n.53, p.31-35, 1999.

INAN/ FIBGE/ ÍPEA. **Pesquisa nacional sobre saúde e nutrição**. (PNSN). BRASÍLIA, 1990.

JORY, D.E.; ALCESTE, C.; CABRERA, T.R. Mercado y comercialización de tilapia en los Estados Unidos de Norteamérica. **Panorama Acuicola**, v.5, n.5, p.50-53, 2000.

KUBITZA, F. **Tilápia: tecnologia e planejamento na produção comercial**. Jundiaí, 2000. p. 285.

LOVSHIN, L. L. Red tilapia or Nile tilapia: Which in the best culture fish? In: SIMPÓSIO SOBRE MANEJO E NUTRIÇÃO DE PEIXES; 1998; Piracicaba. *Anais...*Piracicaba: CBNA; 1998. p.179-198.

MINOZZO, M. G. **Elaboração de patê cremoso a partir de filé de Tilápia-do-Nilo (*Oreochromis niloticus*) e sua caracterização físico-química, microbiológica e sensorial**. Curitiba, 2005, Dissertação ( Mestrado), Universidade Federal do Paraná.

SOUZA, M. L. R. Comparação de Seis Métodos de Filetagem, em Relação ao Rendimento de Filé e de Subprodutos do Processamento da Tilápia-do-Nilo (*Oreochromis niloticus*). **Revista Brasileira de Zootecnia**. Vol.31, n° 3, Viçosa , Junho de 2002.

UNIÃO EUROPÉIA/COMISSÃO DA PESCA. **O mercado comunitário dos produtos da pesca**. Trabalho apresentado no Seminário da Comissão com o Parlamento Europeu sobre a Política Comum da Pesca. Quimper, maio 1996.

VALENTI, W.C.; POLI, C.R.; PEREIRA, J.A. **Aqüicultura no Brasil: bases para desenvolvimento sustentável**. Ministério da Ciência e Tecnologia. Brasília, 2000. 399p.