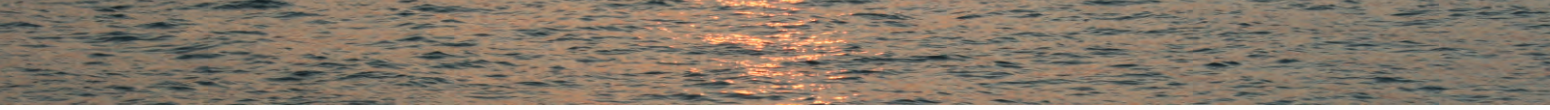
Manual

de Manipulação e Comercialização de Produtos Pesqueiros da Bacia Amazônica

Nelson Avdalov

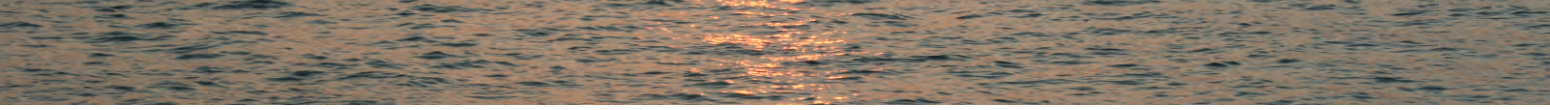


Manual de Manipulação e Comercialização de Produtos Pesqueiros da Bacia Amazônica

Projeto "Desenvolvimento do Acesso ao Mercado
dos Produtos
Pesqueiros e Aquícolas da Amazônia"
(CFC/FSCFT/28)

Nelson Avdalov
2013

Tradução do espanhol ao português:
Carolina Ipar Meneses



Indice página

Introdução 1

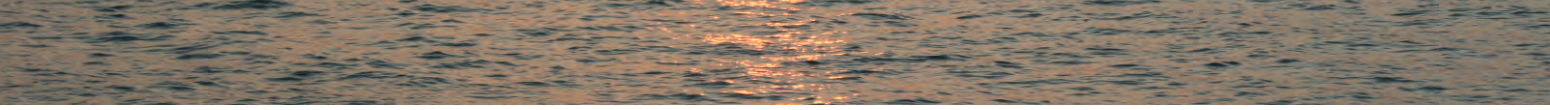
Principais espécies selecionadas pelo projecto 5

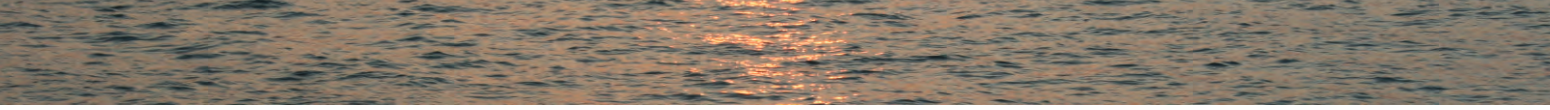
Manipulação e requerimentos de qualidade 11
A importância do gelo 12
Como utilizar o gelo 15
A manipulação e o processamento dos produtos pesqueiros 17
A logística de transporte 20
Embalagens, etiquetagem e rotulagem 23

A comercialização 28
Melhorar a capacidade e o volume da oferta 30
Melhorar a qualidade da oferta 31
Construindo a imagem da associação e de seus produtos 35
O mercado 37
O mercado e seus segmentos 38
O "marketing mix" 40
O produto 40
O preço 42
Praça (distribuição) 43
A promoção 44
O papel das mulheres na produção e comercialização de produtos pesqueiros 46

Registro das atividades de comercialização 47

Bibliografia 51





Introdução

O rio Amazonas nasce no alto da cordilheira dos Andes, a mais de 5.000 metros de altura. Até sua desembocadura no Oceano Atlântico, percorre cerca de sete mil quilômetros, tornando-se o maior do mundo e sua bacia é de cerca de 7.050.000 Km², o equivalente a quase 40% do continente sul americano. O sistema fluvial da Amazônia tem mais de 1000 rios afluentes, dos quais mais de 25 excedem os 1000 km de comprimento.

As fortes chuvas estacionais que ocorrem em sua bacia originam grandes enchentes no rio e em seus afluentes. O rio Amazonas transporta no seu leito uma quantidade de água maior que os rios Mississipi, Nilo y Yangtze juntos, e sua bacia é também a maior do mundo.

O volume de água transportado para o Oceano Atlântico é enorme, alcançando 300.000 m^3 por segundo na estação chuvosa. O clima da Região Amazônica é quente e úmido e não há uma estação seca. A temperatura média situa-se entre os 25 e 26 ºC. Por essa razão, sua vegetação é muito exuberante, embora a maior parte dos seus solos não é adequada para a agricultura.

Enquanto a bacia do rio envolve oito países, o rio Amazonas atravessa somente três desses países: Peru, Colômbia, e Brasil. As principais cidades e portos são: Iquitos (no Peru com 450.000 habitantes), Letícia (na Colômbia com 30.000 habitantes) e Manaus (no Brasil com 1.700.000 habitantes).

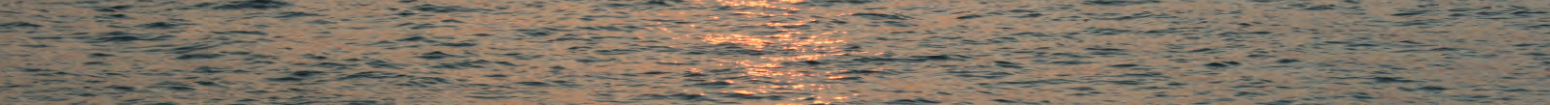
Uma característica da região é que uma grande fração da população é indígena, ou descendente de indígena, representando a maior parte da população.
Nessa enorme região a pesca e a aquicultura são vitais para a segurança alimentar dos seus moradores, já que as duas atividades são fonte tanto de alimento de alto valor proteico, como de renda.

Da mesma forma que no resto do mundo a pesca atingiu seu limite de sustentabilidade. Portanto, a criação de peixes é a melhor alternativa para garantir estes dois elementos essenciais: a segurança alimentar e o rendimento dos pescadores.

É conhecido o fato da demanda no mercado mundial de produtos pesqueiros e aquícola continuar aumentando. A região Amazônica é uma das regiões do mundo com as melhores condições e o maior potencial para desenvolver a criação de peixes.

Estimou-se que, que no rio Amazonas existem mais de 3.000 diferentes espécies de peixes. Depois de atravessá-lo em uma de suas expedições, o famoso oceanógrafo Jacques Yves Cousteau chegou a assegurar que "há mais espécies de peixes no Amazonas que no Oceano Atlântico".

Neste contexto, INFOPESCA, juntamente com o Fundo Comum para os Produtos Básicos (CFC) e a Organização das Nações Unidas para a Agricultura e a Alimentação (FAO), está desenvolvendo o Projeto "Desenvolvimento do acesso ao mercado dos produtos pesqueiros e aquícolas da Amazônia" (Projeto CFC/FSCFT/28).



Para executar o projeto em cada um dos países beneficiários e para contar com o apoio institucional e logístico, acordos de cooperação foram estabelecidos tanto com os organismos nacionais oficiais competentes, como com as diferentes comunidades de pescadores e aquicultores.

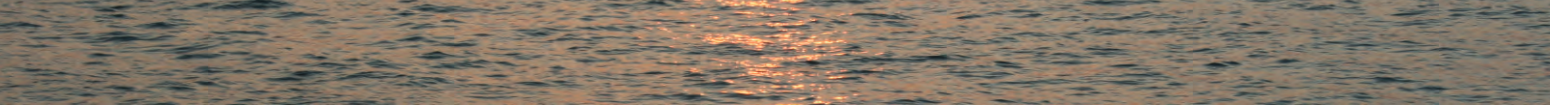
Assim, no Brasil, se constituiu um acordo com o Ministério da Pesca e Aquicultura e com a Federação de Aquicultores Familiares do Estado do Amazonas. Por outro lado se trabalhou em estreita cooperação com a SEPA/SEPROR, do governo do Estado do Amazonas. Na Colômbia, o trabalho foi feito com o Instituto Colombiano de Desenvolvimento Agropecuário (INCODER) e com a Associação de Pescadores do rio Amazonas (ASOPESCAM). No Peru, foi com o Ministério da Produção (PRODUCE) e com a Associação de Aquicultores da Região de Loreto.

O principal objetivo deste projeto foi incentivar e promover a comercialização de produtos pesqueiros amazônicos, assim como atingir e desenvolver um fluxo constante destes produtos com um elevado padrão de qualidade para as regiões localizadas fora do espaço hidrográfico amazônico.
Foram feitas tentativas de estimular o desenvolvimento da comercialização dos produtos pesqueiros e aquícolas amazônicos, por meio de uma produção aquicola que não afete negativamente o meio ambiente.

Para conseguir uma melhor compreensão do mercado dos produtos pesqueiros desta importante região da America Latina, sete estudos de mercado foram realizados nas grandes cidades: Lima e Iquitos no Peru; Bogotá na Colômbia; Manaus, Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo no Brasil.

Os estudos de mercado assim como o conhecimento da região têm permitido a identificação e a seleção de algumas espécies que foram especialmente promovidas: pirarucu ou paiche (*Arapaima gigas*); surubim ou doncella (*Pseudoplatystoma spp*); aruanã, arhuana ou baiano (*Osteoglossidae*); tucunaré, pavón, samapi, ou peacook bass (*Cichla spp*) e cuiú cuiú, bacu ou sierra (*Doradidae*). Note-se que o potencial amazônico não se limita às espécies selecionadas.

O projeto dedicou uma atenção especial aos pescadores, aquicultores e comerciantes em questões que incluem a correta e adequada manipulação e o processamento dos pescados e produtos derivados.
Foram considerados aspetos tais como o uso de gelo desde a captura ou despesca, até a venda varejista, os aspetos higiênicos sanitários, de empacotamento e embalagens, assim como o conhecimento da legislação sanitária vigente em cada um dos países, tudo isso tendo em vista estimular o comércio para lugares fora da região amazônica.



Principais espécies selecionadas pelo projeto

Paiche, Pirarucú (*Arapaima gigas*)

O Pirarucu é o maior peixe de escama, já que pode alcançar até três metros de comprimento e 200 kg de peso. Tem um corpo alongado, circular e está coberto de grandes e grossas escamas. É uma espécie de presente e futuro comercial na região amazônica. É uma espécie rústica e factível de ser criada em cativeiro em todas as fases de sua vida, com resistência às doenças e baixa necessidade de oxigênio. Quando é criado atinge rendimentos em peso de ate 10 quilogramas em um ano.

Processamento do pirarucu na indústria

Tem uma alta demanda do mercado e um bom valor comercial. A carne é de cor clara, muito saborosa e requerida. Muitas vezes ele é salgado e vendido em rolos, sendo muito procurado e apreciado pelos consumidores locais. A carne do pirarucu é considerada uma das mais delicadas entre os peixes amazônicos. Alguns de seus subprodutos, como as escamas, cabeça, língua e pele, têm seu próprio valor comercial.

Pirarucu salgado para a venda no mercado

Surubim (*Pseudoplatystoma spp)*

Os surubins são um gênero de peixes siluriformes, sendo muito apreciados por seu grande valor gastronômico. Sua carne tem um sabor excelente e uma textura firme e característica. Em muitos países se apreciam especialmente os filés defumados. O grande tamanho que alcança tem despertado um grande interesse por esta espécie nos piscicultores.

Surubins frescos no mercado

Duas espécies se destacam das demais: o *Pseudoplatystoma coruscans* (Agassiz, 1829) conhecido como surubim pintado; e o *Pseudoplatystoma fasciatum* (Linneo, 1766) também chamado surubim cachara.

Esses peixes são grandes predadores e se alimentam principalmente de exemplares juvenis de outras espécies. Como outros siluriformes têm a pele lisa e mostram três diferentes pares de bigodes: dois ao longo do queixo e um de comprimento considerável ao longo do maxilar. Durante o dia, habita em áreas de água profunda e de pouco movimento, entrando à noite para se alimentar em riachos e igarapés.

As duas espécies apresentam uma similaridade na sua conformação externa, mas são facilmente distinguidas pelos seus desenhos em diferentes tons de cinza, que cada uma delas apresenta em sua pele.

Aruanã, Arhuana, Baiano (Osteoglossidae)

Aruanã fresco na peixaria

É uma espécie de grande tamanho, que atinge cerca de um metro de comprimento e cerca de 5 kg de peso.

É uma espécie com um potencial importante na aqüicultura e com excelentes recursos sensoriais, com uma carne delicada que a faz apetecível e altamente valorizada para o consumo humano.

Aruanã, uma espécie de grande potencial para a aqüicultura

Tucunaré, Pavón, Samapi, Peacook bass (*Cichla spp)*

Tucunaré fresco para la venda

Os tucunarés formam parte de um grupo de espécies de grande tamanho que atingem os 50 centímetros de comprimento e são muito apreciados pelos moradores da Amazônia. Eles têm padrões coloridos que são muito variáveis. É um peixe muito voraz, altamente valorizado para a pesca esportiva. Em Manaus é um dos peixes mais apreciados, chegando em alguns momentos a representar 19% da produção total.

Cuiú Cuiú , Bacu, Sierra (*Doradidae*)

Os membros desta família são muito robustos. Ao longo do corpo são rodeados por uma série de placas ósseas fortes que por sua vez levam uma série de espinhas ao longo da linha média.
Trata-se de espécies de grande tamanho que podem atingir 90 cm de comprimento.

É muito popular nos mercados locais. Tem uma carne firme muito característica, avermelhada, muito procurada por chefs especializados.

Exemplar de Cuiú Cuiú, onde se observam as características placas afiadas

Manipulação e requisitos de qualidade

As possibilidades e o potencial comercial das espécies pesqueiras e aquícolas da Amazônia são enormes. No entanto os problemas das grandes distâncias, das poucas vias de comunicação, da falta de infraestruturas adequadas para a manipulação e o processamento e da falta de capacitação, fazem que, muitas vezes, não se possa cumprir com as condições mínimas de qualidade para chegar aos mercados mais rentáveis.

Quanto melhor for a qualidade, maior é a durabilidade do peixe, a qual representa a possibilidade de atingir maiores distâncias e melhores mercados e dessa forma obter lucros mais elevados

A importância do gelo

(*Sistema de refrigeração portátil que permite e facilita o comércio*)

O gelo é usado na preservação do peixe para diversos fins: redução da temperatura, preservação da umidade e lavagem da sujidade e do muco superficial.

Surubins frescos e eviscerados conservados em gelo

Diminuição da temperatura Ao baixar a temperatura para valores próximos a 0 ° C se diminui ou se retarda o crescimento dos microrganismos e da atividade enzimática, que são os dois fenômenos responsáveis pela deterioração e putrefação.

Conservação da Umidade A água de fusão do gelo durante a refrigeração, impede e previne a desidratação superficial do peixe e mantém a umidade da superfície.

Efeito de lavado Enquanto o gelo "derrete", um efeito adicional muito vantajoso ocorre: a água de fusão vai lavando constantemente a superfície do peixe, e assim, arrastando o muco superficial carregado de bactérias da decomposição e da sujidade que pode ter o peixe.

Depósito de gelo em uma das fábricas instalada pelo Projeto

O gelo tem algumas propriedades que o tornam muito vantajoso:

(a) O gelo tem uma grande capacidade de esfriamento O calor latente de difusão do gelo é de cerca de 80 Kcal. / Kg. Isto significa que, para esfriar 1 Kg de peixe, é necessária uma quantidade relativamente pequena de gelo. Grande parte da capacidade de esfriamento do gelo muitas vezes é perdida especialmente em climas tropicais, porque o gelo se derrete quando exposto à temperatura ambiente. A redução do consumo de gelo se consegue pela escolha adequada do tipo de embalagens, pela sua capacidade isolante da temperatura do meio ambiente.

O gelo prolonga a duração do armazenamento, mantendo a qualidade e facilitando o comércio

(b) O gelo, se derrete sempre na mesma temperatura: "tem um controle sobre si mesmo" No derretimento do gelo, ele muda seu estado físico (de sólido para líquido) a uma temperatura constante (0 °C). Esta é uma grande vantagem adicional.

(c) O gelo é um sistema de refrigeração portátil. Pode ser facilmente armazenado, transportado e usado na hora e no lugar desejado.

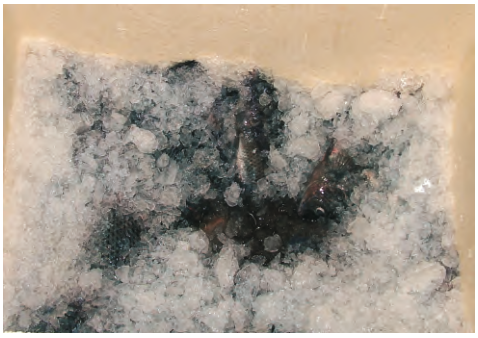
(d) A matéria prima para a produção de gelo encontra-se amplamente disponível. Embora seja cada vez mais difícil encontrar água limpa e pura, ainda é possível considerá-la como um recurso amplamente disponível na região.

(e) O gelo é um método relativamente barato para preservar o peixe. Isso acontece quando é produzido corretamente (evitando desperdício de energia na fábrica de gelo), armazenado (evitando perdas) e usado (sem desperdício).

(f) O gelo é uma substância inócua. Se é produzida em condições de higiene e usando água potável. o gelo resulta ser uma substância segura e não configura um perigo para os consumidores ou manipuladores.

Como usar o gelo

Recomenda-se que o gelo seja usado em uma proporção de 1:1 (uma parte de gelo por uma parte de peixe) e tem que ser substituído à medida que se derrete. Pode ser usado diretamente ou previamente misturado com água, assim se obtém um amplo contato entre o peixe e a água esfriada. A proporção recomendada para este tipo refrigeração é uma parte de água, uma de gelo e uma de pescado de maneira que este fique imerso no banho de gelo.



O gelo que será usado para refrigerar peixe nunca deve estar em contato com superfícies contaminadas como chãos, paredes ou utensílios que não tenham as condições de higiene adequadas

Um aspecto importante é a forma da utilização do gelo. Este deve ser colocado abaixo e acima dos peixes, de modo de alcançar a maior superfície de contato possível.

Desta forma, conseguimos uma rápida refrigeração do peixe, alcançando uma temperatura ótima e desejada de 0 °C.

O gelo não deve estar em contato com superfícies sujas

A manipulação e o processamento de produtos pesqueiros

A manipulação do peixe começa no momento da despesca ou da captura. Rapidamente, ele deve ser lavado e refrigerado com bastante gelo. É recomendável fazer isso quando o peixe ainda está vivo.

O lugar onde o peixe é recebido deve estar preparado e todas as superfícies que entram em contato com o peixe devem estar absolutamente limpas.
Sob nenhuma circunstância deve se deixar o peixe ao sol, já que de deste jeito aceleramos rapidamente a sua deterioração. Além disso, o peixe deve ser acondicionado em caixas, classificado por espécie e tamanho.

A maneira errada de armazenar peixe

O transporte, seja por rio, seja por terra ou aéreo, deve ser feito em recipientes adequados, grandes ou pequenos, mas sempre fechados, isolados ou refrigerados. Assim, o peixe pode ser transportado para uma fábrica, para um centro de distribuição ou diretamente para a venda no varejo.

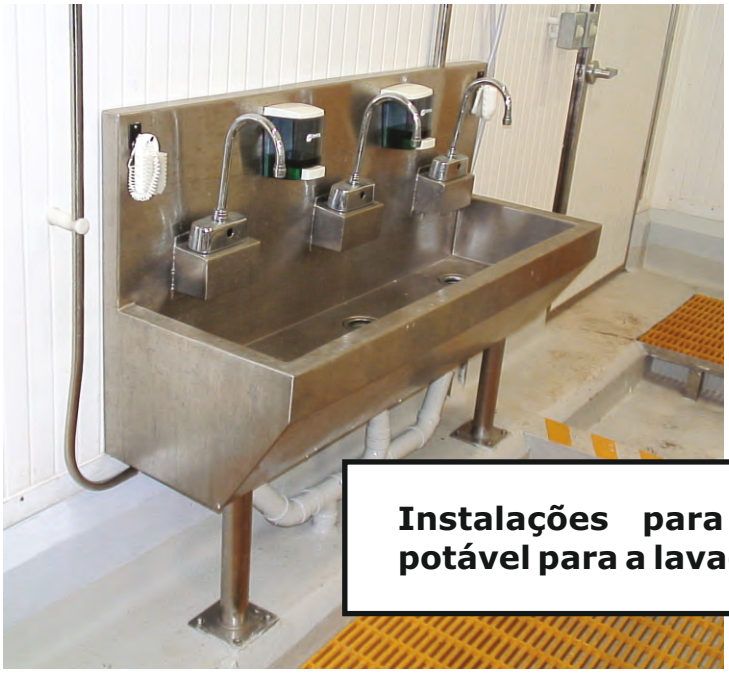
A manutenção da baixa temperatura, do cuidado e do isolamento deve ser mantida durante toda a cadeia de elaboração e de distribuição para assegurar que os consumidores recebam um produto fresco, saudável e da melhor qualidade.

Existem vários fatores importantes a serem considerados:

A água

A água utilizada no processamento do peixe deve ser sempre potável. Caso contrário, existe um risco de contaminação do peixe. Eventualmente, e sob supervisão técnica, a água poderá ser clorada, já que o cloro é um poderoso desinfetante. A quantidade de cloro a ser utilizada depende do uso que se dará à água, mas nunca deve se passar os limites máximos permitidos.

Pode se estimar a quantidade de água necessária para uma fábrica de processamento pesqueiro numa proporção de 10 para 1, ou seja: 10 litros de água por cada Kg de peixe processado.



Instalações para abastecimento de água potável para a lavagem das mãos

Os trabalhadores que manipulam o peixe

Sempre que os produtos pesqueiros são processados como qualquer outro alimento, os trabalhadores devem ter boas condições de saúde, de forma a não permitir a contaminação dos produtos, fazendo com que sejam veículos de doenças a outras pessoas. Também não devem ter feridas.

Sempre e inevitavelmente devem ser utilizadas roupas limpas e apropriadas, as mãos devem ser lavadas no início do dia e sempre que se ingressa no processamento, com muita água potável e sabão.

A lavagem das mãos deve ser feita com cuidado, a partir do antebraço até a ponta dos dedos e é conveniente usar uma escova para a limpeza das unhas. Uma vez lavadas as mãos com sabão, estas devem ser enxaguadas com abundante água potável

As pessoas que trabalham no processamento do peixe devem manter as unhas curtas e sem esmalte e, quando se usa luvas durante o processamento, as mesmas devem estar limpas e devem ser lavadas com a mesma técnica usada para mãos. É absolutamente proibido comer, beber, fumar e cuspir durante a manipulação do peixe já que isso permitiria a poluição do produto.

Vestimenta e higiene são essenciais para garantir a qualidade

Materiais e equipamentos que são utilizados no processamento

Todos os materiais e equipamentos, assim como os utensílios usados para a manipulação dos produtos pesqueiros, devem ser de materiais higiênicos, laváveis e sempre devem estar muito limpos. No final de cada dia de trabalho, deve se proceder à limpeza e desinfecção de todos os materiais e equipamentos de trabalho e os mesmos devem ser armazenados ou guardados em um lugar que não permita sua contaminação.

Todos os materiais e equipamentos devem ser construídos de materiais adequados

Logística de transporte

O transporte do peixe e dos produtos pesqueiros deve ser efetuado em veículos fechados, para evitar a contaminação e não causar mudanças de temperatura com as já sabidas consequências nefastas para o produto.
Da mesma forma que os locais de processamento de peixe, as caixas e meios de transporte devem estar constituídos por materiais fáceis de limpar e a limpeza deve ser feita de forma frequente.

O peixe fresco deve sempre ser transportado com gelo para manter a sua temperatura de 0° C. Se o veículo tiver equipamento de refrigeração, ele deve ser mantido a 0° C.

A principal dificuldade no transporte de pequenos envios de peixe refrigerado é garantir que chegue ao seu destino com a temperatura adequada. Em outras palavras: no final da viagem deve ficar gelo suficiente para garantir o frescor. Os fatores determinantes da durabilidade e da qualidade do peixe fresco são o tempo e a temperatura. No entanto, não podem ser ignorados outros aspectos tais como a limpeza e a condição geral do veículo, sendo portanto muito importantes:

- As condições externas do transporte
- O estado das fechaduras e das travas de segurança
- A temperatura no momento da carga e da descarga
- As condições internas de limpeza, os odores, etc.

Os meios de transporte, como navios, caminhões ou qualquer outro, dedicados à coleta de peixes em lugares remotos ou afastados, devem considerar levar a quantidade de gelo suficiente para o peixe a transportar.

A rapidez de entrega do peixe e dos produtos pesqueiros em boas condições, e a regularidade nos embarques constituem boas razões para que os produtores controlem o transporte de seus produtos ao mercado.

O gelo não deve estar em contato com superfícies sujas

Embalagem, etiquetagem e rotulagem

As funções primordiais e básicas da embalagem são de proteger o produto, evitar a contaminação, armazenar, preservar e identificar os produtos pesqueiros, facilitando o transporte, a manipulação e a comercialização.

É chamada de "embalagem primária" a que está em contacto direto com o produto e "embalagem secundária" a caixa que é utilizada para conter e manter as embalagens primárias.

A embalagem primária tem um fator decisivo na comercialização, pois ela pode fazer com que o produto seja mais "atraente", facilitando a sua comercialização, especialmente quando a embalagem não deixa ver o conteúdo

Quando o peixe fresco é colocado em caixas, seja na despesca, a bordo ou nas etapas da distribuição e da comercialização, são utilizadas caixas reutilizáveis, a maioria das vezes de plástico. Essas caixas são de diferentes dimensões e formatos.

Exemplo de caixa plástica para o armazenamento e transporte do peixe

Essas caixas levam quantidades variáveis, as mais comuns indo dos 25 aos 60 Kg. As caixas reutilizáveis devem ser fortes, leves, laváveis e isolantes.
Devem permitir uma boa estiva do peixe, que possam ser empilhadas quando estiverem vazias, devem ter superfície lisa, fáceis de lavar, boa aparência, etc. Também, no fundo, podem ter orifícios suficientemente grandes para que escorra a água da fusão do gelo e do muco do peixe.

Para o transporte de grandes distancias e para a exportação, muitas vezes são usadas caixas de poliestireno expandido "EPS" (ou isopor). Estas caixas são de material muito isolante, leves e com relativa resistência, embora se devam tomar certos cuidados durante a manipulação, já que podem se quebrar com o maltrato. Em termos de amortecimento, de isolamento térmico, e de proteção, o EPS tornou-se um material adequado e comumente usado no transporte, na comercialização e na exportação do peixe fresco.

O EPS está composto em 98% de ar, tornando-o um dos materiais de embalagem mais leves. A sua estrutura espumada oferece uma resistência mecânica a impactos extraordinária.Também proporciona excelentes propriedades de isolamento térmico.

O Poliestireno Expandido atende às exigências sanitárias de embalagem de alimentos como o peixe e os produtos pesqueiros com alta eficácia em termos de qualidade. As caixas e embalagens de Poliestireno Expandido são permitidas em todos os países do mundo.

Caixa de Poliestireno Expandido ou EPS

Para que serve a etiqueta?

A etiqueta é o meio de comunicação entre o vendedor e o consumidor em qualquer tipo de varejo. É portanto necessário que a rotulagem seja detalhada, precisa e de acordo com a legislação. Ela deve proporcionar ao consumidor informação que destaque claramente as características e as qualidades do alimento. A leitura tem que ser rápida e fácil, e deve servir para a comparação com outros produtos semelhantes.

A etiqueta deve ser simples, fácil de ler e conter informação confiável.

Como rotular?

É óbvio que a etiquetagem não deve ser enganosa quanto à natureza, identidade, quantidade, composição, durabilidade, origem ou procedência, ao sistema de fabricação e de obtenção do produto.
Abaixo serão listados, a título de exemplo, alguns dos elementos que podem ser incluídos na etiqueta do peixe fresco:

Nome da espécie	
Área de produção	
Tamanho do espécime	
Sistema de conservação	
Forma de apresentação	
Datas	
Preço por kg	
Fabricante	

No caso da "embalagem secundária", esta deve também ser rotulada com letra grande, clara e legível. São elementos a serem considerados:

Nome e endereço completo do destinatário
Produto
Peso líquido e peso bruto
Nome e endereço completo do remetente
Números de telefone de contato

Muitas vezes, no caso de envio de produtos para lugares ou cidades distantes, as caixas devem ser acompanhadas de diversos documentos, dependendo de cada localização. Por exemplo, pode ser necessário um certificado sanitário emitido pela autoridade competente ou guias de autorização para o transporte destes produtos.

A comercialização

A grande vulnerabilidade e sensibilidade da matéria prima pelo caráter perecível do peixe e sua vida útil relativamente curta, muitas vezes apresentam problemas quase insolúveis em forma individual, evitando que o produto chegue com boas condições ao consumidor e privando o aquicultor ou o pescador de obter uma boa rentabilidade pelo seu peixe.
Dadas estas características, a possibilidade de diminuir e de reduzir a sua vulnerabilidade é possível "promovendo a capacidade de organização, acrescentando o valor agregado».

A comercialização do peixe tem diversos mecanismos e modalidades, dependendo de cada região e de cada realidade social. Frequentemente um produtor, seja pescador ou aquicultor, é o primeiro e o "mais fraco" elo de uma cadeia de distribuição.

Organizando-se, os produtores têm a possibilidade de subir na cadeia de comercialização e conseguir um melhor preço para seus produtos

Nesta cadeia estão envolvidos os varejistas, atacadistas, atravessadores, grandes compradores, supermercados, etc. Estes formam uma cadeia de intermediação complexa e ramificada onde o produtor, sem dúvida, ocupa o seu nível inferior, sendo muitas vezes refém dos preços e das condições de pagamento impostas pelos compradores.

O pequeno volume oferecido por um pescador ou aquicultor muitas vezes não é "atrativo" para os grandes compradores que deixam esta parte do negócio para os intermediários menores. Estes, por sua vez, de alguma maneira, vão finalmente colocar esse peixe nas mãos do comprador, quase sempre em detrimento do preço recebido pelo produtor.

Muitas vezes o produtor não tem muito claro as vantagens da associação. Ele se mostra reticente e demonstra pouco interesse. No entanto, são muitas as vantagens de se organizar para a comercialização.

Melhorar a capacidade de barganha e o volume da oferta

O comércio do peixe e produtos pesqueiros é cada vez mais complexo; os consumidores se "acostumam" a comprar em certos lugares, e procuram qualidade, regularidade e preço. Os volumes necessários para o fornecimento dos mercados atuais só podem ser alcançados através da união dos produtores.

Estes requisitos do consumidor moderno, geralmente localizado nos centros urbanos, muitas vezes não podem ser alcançados por um produtor individual, o que o coloca fora do setor do mercado onde se obtém os melhores preços e concomitantemente os maiores lucros.

A agrupação e a organização dos produtores, com a finalidade de oferecer um maior volume de produção, brinda-lhes a oportunidade de aceder a um estágio superior na cadeia de comercialização.

Melhorar a qualidade da oferta

Os pescados e seus derivados são talvez o alimento que se altera e se deteriora mais rapidamente, principalmente devido à sua própria natureza, à ação negativa das altas temperaturas e à má manipulação

É difícil que um produtor individual possua a infraestrutura mínima necessária (fábrica e silo de gelo, suficientes caixas plásticas, lugar para o acondicionamento do peixe, equipamentos e outros materiais, transporte, etc.) para fazer sozinho seu próprio negócio.

A associação com outros pescadores ou aquicultores permite o acesso a estes elementos básicos e vitais, o que lhe dá a oportunidade de satisfazer os centros de vendas e, assim, de obter um melhor preço para o seu produto.

São graves problemas na comercialização.

Oferta insuficiente
Oferta irregular
Qualidade duvidosa ou ruim
Preço alto

É muito difícil comercializar o pescado individualmente

Melhorar a capacidade de negociação

O produtor é dependente dos intermediários que compram seu peixe para vender aos atacadistas e isso é particularmente evidente nas regiões isoladas do Amazonas.

A quantidade limitada de peixe, sua característica de ser perecível e a falta de informação sobre os preços reais do mercado, coloca o produtor numa situação muito desvantajosa na hora de definir o preço. O intermediário define o preço, e a política de "é pegar ou largar" é o que define o negócio.

Os preços do pescado ao longo da cadeia de distribuição, passando por vários intermediários até chegar ao consumidor final, aumenta muitas vezes, originando uma grande diferença entre o preço que o pescador recebe, e o que paga a dona de casa.

É muito frequente encontrar incrementos de 300% ou mais, convertendo um produto pelo qual o produtor recebe muito pouco dinheiro em um produto caro ou proibitivo para a maioria das pessoas.

Muitas vezes os supermercados e as grandes peixarias tentam e negociam diretamente com os atacadistas ou com as grandes industrias e não negociam diretamente com os produtores, nem com quem os represente. No entanto, pode-se observar agora que esta tendência está mudando e, cada vez mais, os supermercados estão interessados em negociar diretamente com os produtores ou com as associações de produtores.

Cabem então as perguntas: Como subir os degraus da pirâmide de preços? Como se chegar perto do mais alto preço?

A resposta parece simples: "Organizar os produtores para aumentar o volume da oferta". Porém isto não é uma tarefa fácil: requer comunicação, paciência, encontrar as melhores maneiras de se associar e, principalmente, o produtor deve receber capacitação.

Quanto maior for o número de associados, melhores serão os preços obtidos. Assim, reduz-se a quantidade de "pequenas ofertas" de pouco valor, que são substituídas por menos ofertas de maior valor.

Ejemplo: Vendiendo mayor volumen se obtiene mejor precio

Número de produtores	Preço por Kg	Volume total de vendas Kg	Acréscimo no preço por kg	Total vendido ($)	Faturamento Produtor ($)
1	5	50		250	250
10	5,5	500	0,5	2.750	275
100	6	5000	1	30.000	300

No exemplo anterior, observa-se como se incrementa o preço de venda por quilo, passando de 5 e 6 à medida que aumenta o volume oferecido.

Quanto maior o nível de organização e o número de produtores, maior será o lucro. Assim teremos: as organizações locais (alguns produtores da área); organizações comunitárias (organizações regionais) e, dentro do mesmo país, organizações nacionais.

Se os produtores se associam, o comprador será obrigado a comprar da associação, se pretende ter suficiente peixe para comercializar. Por sua vez, a associação fica em muito melhor posição para negociar preço, condições e forma de pagamento.

A informação obtida pelo produtor é uma ferramenta essencial na hora da negociação. Algumas perguntas-chave que se devem fazer são por exemplo:

A que preço o meu peixe será vendido no supermercado ou na peixaria da cidade?
Quais são as formas de apresentação que os clientes preferem?
Qual o nível de qualidade requerido pelo consumidor?
O peixe que eu vendo vai a uma indústria de processamento?
O peixe que eu vendo é exportado? Se assim for, a que preço?

Conhecer estas respostas com antecedencia possibilita vender a um preço mais de acordo com a realidade.

É importante recolher as informações necessárias, tais como o lugar que meu produto ocupa no mercado e a que preço eu posso vender.

Os produtores devem deixar de ser concorrentes para serem parceiros

Talvez a maior dificuldade quando se inicia uma associação é sentar-se e falar francamente com quem era o meu concorrente até agora.

É importante convencer-se que os produtores agrupados e associados podem alcançar objetivos comuns, conseguindo obter maiores lucros individualmente.

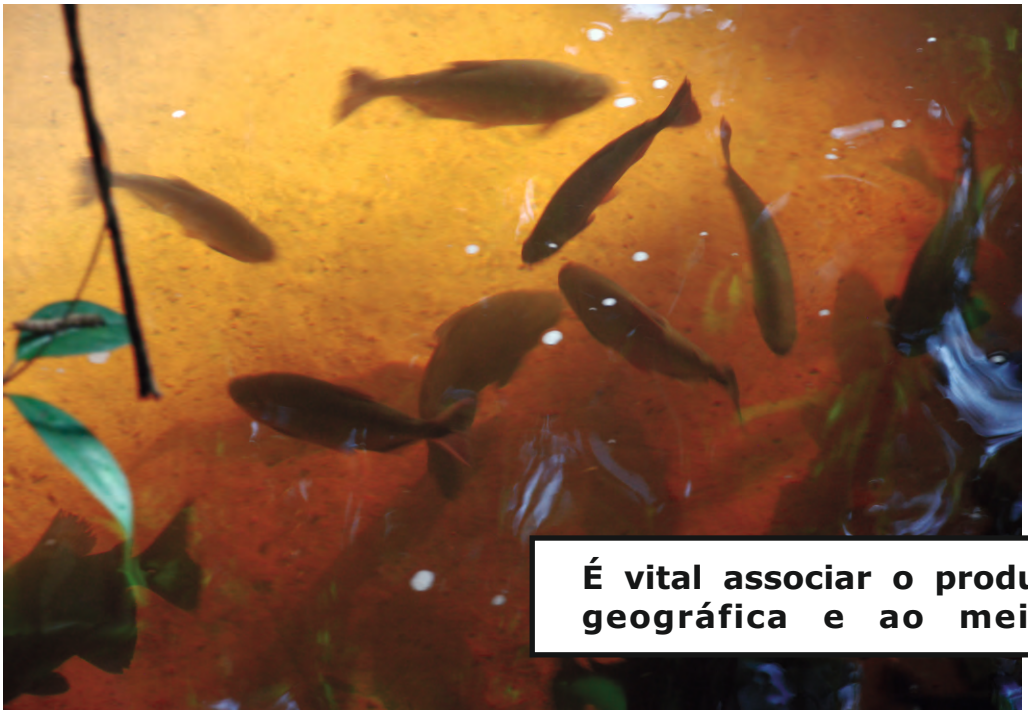
Os argumentos são claros e convincentes:

Vão conseguir maiores lucros por cada quilo de peixe vendido.

Construindo a imagem da associação e de seus produtos

A promoção dos produtos da pesca amazônica, passa pela promoção da comunidade dos produtores, ou seja, da associação.

A imagem do "Peixe Amazônico" pode estar associada à região geográfica, à gestão responsável dos recursos e do ambiente e às características saudáveis dos produtos.
O objetivo é diferenciar positivamente o produto pesqueiro que se está promovendo e ajudar os consumidores a reconhecer os mesmos. Um exemplo disso seria criar uma etiqueta com um selo de origem.



É vital associar o produto à região geográfica e ao meio-ambiente

Normalmente, quando a qualidade é realmente superior, essa diferenciação do produto consegue alcançar melhores preços no mercado.

Existem várias maneiras de fazer com que se fale sobre a comunidade ou o sobre a associação de produtores. Naturalmente, a mais interessante é aquela que não custa um centavo para a cooperativa. Aparecer na televisão ou nos jornais de forma gratuita é algo que se pode conseguir em tempos de comemorações da comunidade, em discursos regionais ou nacionais sobre a gestão das bacias, ou em reuniões sobre questões relacionadas à ecologia.

Questões importantes para divulgar são:

- Que a área de produção está sob um monitoramento bioecológico
- Que a associação aplica o Código de Pesca Responsável da FAO, tendo em conta o desenvolvimento sustentável da atividade.
- Que a associação tem um especial cuidado com o peixe e com sua qualidade.

É importante a aplicação do "Código de Pesca Responsável" da FAO

Alguns passos a seguir antes de definir qualquer estratégia de produção e venda:

Ter o maior conhecimento possível da demanda dos potenciais compradores, não só quanto a espécies, mas também a tamanhos, formas de preparação, de apresentação e regularidade das entregas.

Efetuar uma profunda análise dos diversos canais de distribuição, os custos dos mesmos e os tempos de transporte permitindo prever, manter e garantir a cadeia de frio.

Ter mecanismos de informações aos consumidores sobre as características do produto e sua origem, a sua nobreza, as suas qualidades sensoriais e suas vantagens nutricionais, tudo isso através de receitas, folhetos, publicidade, etc.

O mercado

Quando ouvimos que "o mercado" é o que determina desde os preços até as características dos produtos, tendemos a considerar que existe uma força superior à que devemos nos submeter, sob pena de falência. Na verdade, não há um mercado único, mas sim uma soma de vários mercados. "O mercado" é portanto apenas a soma de todos os consumidores do mundo.

O mercado mundial de peixes hoje em dia é encorajador. É produzido e consumido mais peixes no mundo do que qualquer outra carne. O consumo per capita de peixe é crescente em todas as regiões do mundo.

O aumento do consumo de peixe é promovido por nutricionistas e médicos que enfatizam os aspectos saudáveis do peixe como alimento. Desde um ponto de vista demográfico, a população mundial continua a crescer e, consequentemente, a demanda de peixe também cresce.

Por suas características comuns, suas preferências ou seus comportamentos semelhantes, podemos reagrupar os consumidores individuais em "segmentos de mercado".

O mercado e seus segmentos

Muito poucas atividades comerciais têm tantas e tão complexas etapas de intermediação como o peixe. Esta característica, além de aumentar o preço final do produto, tem um efeito negativo sobre a frescura e a qualidade.

As grandes distâncias, as dificuldades nos caminhos e estradas, os pequenos volumes oferecidos dia a dia, geram ao redor do peixe uma intrincada cadeia de intermediação, já que o produto passa por várias mãos até chegar ao consumidor final.

O produtor deve saber que, se isso acontece, é porque há uma alta demanda pelo seu produto.
O "mercado" é geralmente composto de vários segmentos e cada um deles requer diferentes níveis de processamento ou de "valor agregado".

Um segmento, por exemplo, são as próprias casas. Neste caso, o produto ou é adquirido para a preparação caseira no próprio domicilio ou como comida preparada. Outro segmento é constituído pelos compradores institucionais; escolares; empresariais, militares, hospitalares, penitenciários, etc.

Este grupo é muito importante, já que adquire volumes significativos. Eles são também agentes determinantes na formação de hábitos de consumo, gerando um efeito positivo, ao estimular a demanda.

Um terceiro segmento é o da gastronomia. Este segmento é onde pode se alcançar o maior nível de valor agregado. Neste setor há uma grande variedade de estabelecimentos, que vão desde restaurantes de comida rápida chegando até os altamente especializados.

O peixe é aqui apresentado como um produto muito versátil, que se adéqua tanto para preparações rápidas quanto para a elaboração de pratos especiais.

Os produtos da Amazônia permitem a preparação de pratos exóticos

Para os peixes, a distribuição é vital, pois se trata de um produto altamente perecível. Eles começam a perder qualidade uma vez fora de seu ambiente natural, a menos que a tecnologia disponível seja aplicada imediatamente após a despesca.

A venda de peixe nos supermercados é um fenômeno que nas ultimas décadas mudou muito as características da cadeia de distribuição. Muitas vezes, os supermercados funcionam como intermediários, transportadores, atacadistas, etc.

Os supermercados têm se equipado com freezers e geladeiras, permitindo uma rápida expansão das vendas de produtos refrigerados e congelados, incluindo o peixe.

O "marketing mix"

As quatro principais variáveis que devem ser consideradas na estratégia da comercialização são os quatro "P", conhecidos como o "marketing mix":

Produto
Preço
Praça (distribuição)
Promoção

O produto

Este é um dos fatores-chaves para definir, "qual produto vamos vender". Devemos ter bem claro qual ou quais são as melhores espécies que poderemos colocar no mercado de destino.

Uma vantagem é o conceito cada vez mais estabelecido na população de que o peixe é um alimento de alta qualidade e extremamente saudável. A humanidade está adquirindo cada vez mais hábitos alimentares saudáveis.

Fatores a considerar:O peixe é uma fonte de proteínas de excelente qualidade, de fácil digestão e alto valor biológico. É uma excelente fonte de minerais (iodo, selênio, ferro, zinco, cálcio, fósforo, potássio, magnésio, cobre) e de vitaminas (A, D, E, B12, B1, B2, B6).

Cada vez mais os consumidores pedem produtos já elaborados, em particular filés sem espinhas. Hoje em dia muitos produtores perceberam essa preferência e oferecem, por exemplo, "lombos de tambaqui" onde as espinhas intramusculares são removidas.

Mas ainda há muito a se fazer para melhorar cada vez mais os produtos oferecidos.

Processamento de "lombos de tambaqui"

Os produtos pesqueiros são fáceis de preparar, de cozimento rápido e permitem uma grande variedade de preparações culinárias

Outro aspecto da produção aquícola é que, cumprindo com os padrões predefinidos, se trata de um processo que não polui o meio ambiente.

Outro conceito de especial ênfase é o de associar o produto com a denominação de origem "Peixes da Amazônia".

A associação do produto com uma região promove no consumidor certa afinidade com essa região e também o diferencia de outros produtos.

O preço

Deve se considerar especialmente que os preços de venda dos produtos devem cobrir os custos de produção e distribuição e gerar uma justa remuneração.

Na determinação dos preços de venda intervêm vários fatores, como custos de produção, transporte, distribuição e forma de pagamento.

Deve-se considerar que o preço do produto final não deve ser superior ao de outros produtos substitutos ou competidores no mercado.

Praça (distribuição)

Distribuir peixe amazônico é, certamente, uma tarefa que exige imaginação e engenhosidade. Em cada uma das três cidades incluídas neste projeto, foi necessário se recorrer a diferentes estratégias. O peixe produzido pela associação de Letícia foi negociado e comercializado diretamente com os supermercados da cidade de Bogotá; em Iquitos, a melhor alternativa foi vender o produto para atacadistas de Lima e em Manaus a venda foi direta em feiras locais. Nos dois primeiros casos o transporte foi feito por via aérea e, no caso de Manaus por camioneta.

Expedição aérea de peixe, alternativa de alto potencial.

A promoção

A promoção é um dos principais elementos de uma comercialização bem sucedida. Temos de tornar visível o produto e destacar suas qualidades e características.

A promoção determina qual vai ser a mensagem a se transmitir e quais são os canais através dos quais vão se divulgar, sempre tomando desde o início, qual será o público objetivo.

Promoção de peixe amazônico em La Paz, Bolívia.

A característica de "Produto Amazônia" é o aspecto a se capitalizar. A realização de campanhas que sejam baseados na origem amazônica é uma promissora alternativa.

Trata-se de uma atividade conjunta, onde se agrupam vários agentes institucionais tanto governamentais quanto associações de produtores. Tenta-se introduzir novas espécies nos hábitos de consumo e, por essa razão, devemos informar aos consumidores. As degustações nos supermercados, assim como as amostras de como preparar estes novos produtos são excelentes oportunidades de promoção.

Nesta mesma linha, outras ações a serem consideradas são: a difusão de receitas, a coordenação em espaços gastronômicos dentro de programas de televisão, os artigos em revistas especializadas, cartazes de difusão com as características das espécies amazônicas, a organização de concursos e sorteios em torno ao tema, etc.

As campanhas promocionais dos produtos pesqueiros Amazônicos exigem esforços conjuntos e coordenados. A este respeito, contar com uma associação de produtores permite criar uma imagem privada própria, buscando se posicionar no mercado. Por sua vez, podem-se reduzir os custos individuais de promoção se são várias as empresas que contribuem para uma única campanha grande, em vez de fazer vários esforços individuais.

Promoção de peixe amazônico em Manaus

O papel das mulheres na produção e na comercialização de produtos pesqueiros

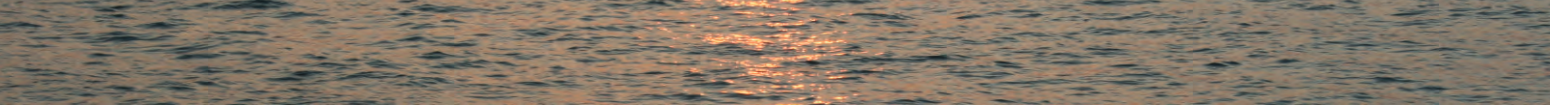
As mulheres devem formar parte ativa nas organizações e ter acesso real à tomada de decisão nas suas comunidades.

As mulheres participam em todas as atividades de produção, extração, transformação e comercialização dos recursos. Elas também têm assumido um papel de destaque no rápido crescimento da aquicultura. Frequentemente realizam muitas das tarefas associadas com a criação, a alimentação e a despesca dos peixes.

As mulheres participam na manipulação, no processamento, e na comercialização.

Geralmente participam de forma ativa no processamento do pescado (secagem ao sol, salga, defumação) e na preparação de produtos derivados, como massas e pasteis de peixe, processos que têm uma grande importância. Além disso, elas são muitas vezes responsáveis pela venda posterior dos produtos pesqueiros.

Mesmo assim, a maioria das mulheres que trabalham na pesca carecem de acesso a recursos materiais ou de capital. Também não participam com frequência no processo de tomada de decisões, não acedem a postos de responsabilidade, nem à formação e à educação acadêmica. O acesso a esses recursos críticos aumentaria a eficiência, a rentabilidade, e a sustentabilidade de suas atividades.



Registros das atividades de comercialização

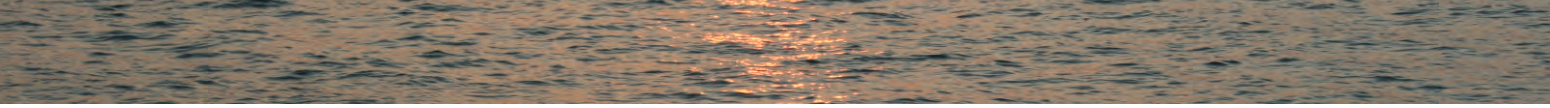
É necessário manter registros das atividades desenvolvidas pela organização. Também são fundamentais os registros da comercialização, que formam a base do negócio. As atividades, os custos e o faturamento devem ser bem especificados e detalhados. O cuidado ao executar os registros será de muita ajuda. Entre os objetivos dos registros pode-se citar:

1 - Determinar qual é a melhor forma de comercialização
2 – Orientar as formas de elaboração e de apresentação
3 – Fornecer as informações para futuros planos de ação
4 – Propiciar uma boa administração dos recursos
5 – Distribuir os lucros entre os sócios

Exemplos de registros:

Registro das atividades da colheita

DATA:	TANQUE:		
Espécie	Volume descarregado	Destino	
		Associação (Kg)	Outro (Kg)
Total			

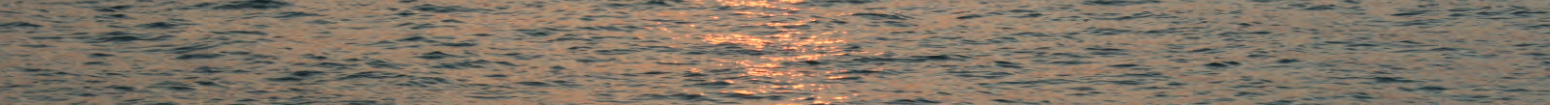


Registro das atividades de comercialização

Data	Atividade	GASTOS $					FATURAMENTO $		
		Transporte	Gelo	Salário	Outros	Total	Kg	Preço	Faturamento

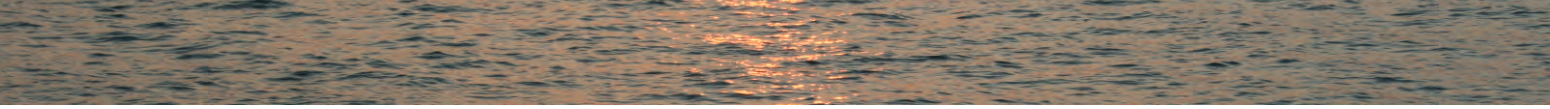
Resumo mensal de atividades (folhas de controle) –

Mês	Custos				Kg Vendidos	Vendas	Lucro
	Transporte	Gelo	Salários	Outros			
Janeiro							
Fevereiro							
Março							
Abril							
Maio							
Junho							
Julho							
Agosto							
Setembro							
Outubro							
Novembro							
Dezembro							
TOTAL							



Dezembro

Data	Nome do Cliente	Espécie vendida	Kg	$



Bibliografía

Avdalov, N, Wiefels, R. (2003) Pescadores Artesanales, Organizándose para la Comercialización.

Avdalov, N. (2010) El hielo en la pesca: Refrescando conceptos. Revista Infopesca Internacional Nº 43. Julio Setiembre.

Avdalov, N. (2009) Manual de Control de Calidad y Manipulación de Productos Pesqueros para Pescadores y Procesadores Artesanales. Proyecto CFC/FAO/INFOPESCA, FSCFT 23,

Avdalov. N. (2003) Manual para Trabajadores de la Industria Pesquera. Proyecto Rehabilitación y Desarrollo de la Industria Procesadora de Productos Pesqueros de Rio Grande y Mar del Plata. CFC/FAO/INFOPESCA. Proyecto FSCFT/14.

Bocanegra et Al. (2006) Paiche The Giant of the Amazon; Fernando Alcántara; Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana.

Caro, S. Manual de comercialización de los productos de la acuicultura del Perú Proyecto FAO, PRODUCE.TCP/PER/31. INFOPESCA

Codex Alimentarius. (1984) Requisitos Generales. Suplemento 1 al Volumen 1. Directrices HACCP, Sección 7.5, 103:110. FAO Documento Técnico de Pesca Nº 232

Código de Pesca Responsable - FAO

El Hielo en las Pesquerías. FAO, Documento Técnico de Pesca Nº 331

El transporte de pescado y de los productos pesqueros por carretera. (2003)FAO

Estrategias para incrementar la contribución sostenible de la pesca en pequeña escala a la seguridad alimentaria ya la litigación de la pobreza. FAO. Comité de Pesca, 25 período de sesiones 24-28 de febrero de 2003.

FAO/WHO CODEX AL. (1997). Higiene de los Alimentos, Textos Básicos, Roma.

FAO (1989). - Food safety regulations applied to fish by the major importing countries. FAO Fisheries Circular Nº 825, FAO, Rome.

FAO (2003). Estrategias para incrementar la contribución sostenible de la pesca en pequeña escala a la seguridad alimentaria y a la litigación de la pobreza. Comité de Pesca, 25 período de sesiones 24-28 de febrero de 2003.

Gram, J., W.A. Johnston y F.J. Nicholson (1993). El Hielo en las pesquerías. FAO. Documento Técnico de Pesca N.° 331. Roma (Italia).

H. H Huss. Aseguramiento de la calidad de los productos pesqueros, FAO, Documento Técnico de Pesca Nº 334

H. H Huss. (1988). El pescado fresco: su calidad y cambios de calidad. Manual de capacitación. Programa de Capacitación FAO/DANIDA.

H.H. Huss. (1988). El pescado fresco, su calidad y cambios de calidad. FAO: Programa de Capacitación FAO/DANIDA en tecnología y control de calidad. Roma (Italia).

Informe final de la II Reunión Panamericana de los Servicios Nacionales e Instituciones de Inspección y Control de Calidad de Productos Pesqueros. (1998)

Masayoshi Ogawa, Everaldo Lima Maia (1999). Manual de pesca, Ciência y Tecnologia do Pescado, Volume I.Editorial Livraria Varela

Ministerio da Agricultura, Pecuaria e Abastecimiento. (2009) Manual de Procedimientos. Implantación de Establecimiento Industrial de Pescado.

Lima dos Santos C.A. (1992). Hazard Análisis Critical Control Point and Acquaculture, National Advisory Committee on Microbiological Criteria for Foods.

Lima dos Santos, C. A. (1999) HACCP y acuicultura: aplicación en países en desarrollo. Servicio de Utilización y Comercialización de Pescado, FAO. Departamento de Pesca, Roma, (Italia).

Santos, G et Al. Peixes Comerciais de Manaus. ProVárzea. 2003.

Sette Presas, S. M. (2003). Manual para piscicultores y pescadores. Segunda parte. Gobierno de Táchira. Táchira (Venezuela).

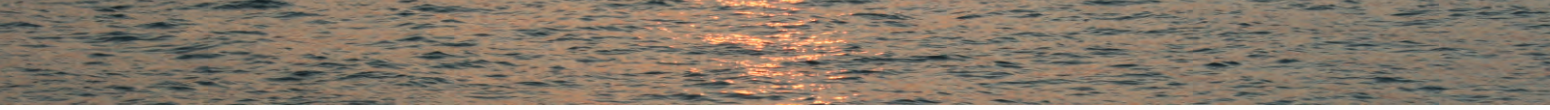
Shaw, S. A. (1997) Manual para la comercialización de los productos de la acuicultura. FAO. Roma (Italia).

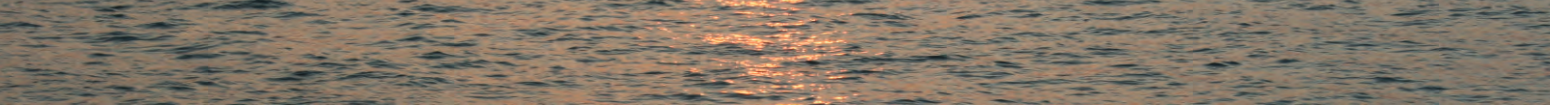
Toppe, J. (20079 El pescado como alimento. Ponencia presentada en la Reunión Regional sobre Mercados Internos de Productos Pesqueros en América Latina. San José (Costa Rica).

Toppe, J. (2012) Eat more fish - a healthy alternative, Farmed fish - a good choice. FAO Fisheries and Aquaculture Departament.

Wicki, G et al. (2006) Manual para el proceso de los productos de la acuicultura. Consejo Federal de Inversiones, Dirección de Acuicultura. Argentina.

Wiefels, R. Manual de Conceptos de Marketing aplicados a los Productos Pesqueros en América Latina y el Caribe. Proyecto TCP/RLA/3111





Projeto financiado pelo Fundo Comum
de Produtos Basicos no âmbito do Projeto
“Desenvolvimento do acesso ao mercado dos produtos
pesqueiros e aqüícolas da Amazônia”
(CFC/FSCFT/28)

Desenho Gráfico: Maria Stirling
mariastirling@hotmail.com
Fotografia
Nelson Avdalov

INFOPESCA
Julio Herrera y Obes 1296
Montevideo - Uruguay
Tel: (598) 29028701
Email: Nelson.Avdalov@infopesca.org
Web:www.infopesca.org