

EXCLUSIVE

www.feedfood.com.br

ANO 10 - Nº 112 - AGO 16 - R\$ 18,00

feed & food

PORTA-VOCES DA INDÚSTRIA DA CRIAÇÃO DE PROTEÍNA ANIMAL

Ciasulli
EDITORES



PREPARADA PARA CRESCER

COM TECNOLOGIA E INOVAÇÃO A SERVIÇO DA SAÚDE E NUTRIÇÃO ANIMAL,
SALUS INICIA NOVA FASE A PARTIR DA PARCERIA COM A MIXSCIENCE,
DO GRUPO FRANCÊS AVRIL

O CONSUMO DE CAMARÃO NO SUDESTE DA ÁSIA

SHIRLENE MARIA ANTHONYSAMY

Os países asiáticos são os principais produtores e fornecedores de camarão para os maiores mercados consumidores. O camarão é um dos mais importantes itens de pescado comercializado globalmente. Esse crustáceo, que antigamente era considerado um item caro, teve uma significativa expansão do seu consumo na última década. Com a intensificação do cultivo da espécie *L. vannamei* em países da Ásia, a produção tem crescido fortemente durante este século. Como resultado, a disponibilidade de camarão melhorou notavelmente, tornando-o mais acessível. A demanda e o consumo de camarão têm aumentado em vários países produtores da Ásia, o que vem criando melhores oportunidades nos mercados domésticos.

A oferta total de pescado da Ásia, o maior produtor mundial, atingiu 118 milhões de toneladas em 2014, tornando-se responsável por 71% da produção global de pescado para alimentação. Esse crescimento é em grande parte impulsionado pela forte indústria de aquicultura no continente. Países da região, que tradicionalmente têm sido fornecedores de pescado para mercados desenvolvidos, não só estão aumentando suas importações, como também, cada vez mais, estão direcionando sua produção para a demanda doméstica. Isso tem sido evidente desde a crise econômica global no final da década passada; moedas mais fortes da Ásia contra o dólar americano tornaram mais viável abastecer o mercado interno e, ultimamente, importações de produtos de maior valor agregado também estão em ascensão.

Isso está ocorrendo mesmo em países que tradicionalmente apresentam baixo consumo per capita de pescado, como a Índia. Exportadores dos EUA e da Europa estão cada vez mais se direcionando para a China, Singapura, Malásia, Hong Kong e outros mercados asiáticos, para a colocação de produtos de maior valor agregado. Esses mercados emergentes também estão sendo explorados por exportadores de outros continentes devido ao aumento da demanda dos consumidores locais e dos preços de mercado premium.

Em grande parte da Ásia e da Oceania, uma média de 50% da renda é gasta em comida,

especialmente considerando que hoje em dia comer fora está em voga, contribuindo com cerca de US\$ 4,2 trilhões em vendas no varejo de alimentos em 2015. O cenário varejista de alimentos tem evoluído de forma acelerada na Ásia. O crescimento econômico robusto, o aumento de renda disponível, as mudanças de estilos de vida dos consumidores, juntamente com a forte preferência por pescado, são os principais propulsores dessa transformação na Ásia relacionada ao mercado de pescado. A expansão significativa de modernas lojas de varejo oferece aos consumidores a conveniência de uma experiência de compra confortável, durante a qual os membros das famílias também podem desfrutar de um passeio juntos,

sob o mesmo teto. Com a ascensão da internet social, varejistas estão explorando e oferecendo soluções *on-line* que fortalecem ainda mais o engajamento com o consumidor.

No sudeste da Ásia, o camarão é consumido em uma variedade de formas, desde misturados com macarrão tipo miojo até usados em sopas, a serem servidos como prato principal. Camarões das espécies *L. vannamei* e *P. monodon*, bem como da *M. rosenbergii* (camarão de água doce) e várias outras espécies de camarão marinho, são populares em toda a região. O camarão é amplamente consumido tanto em casa como fora de casa. Seu uso também é elevado e está aumentando no setor de bufês e de outros serviços de alimentos que oferecem camarão vivo, fresco, congelado, seco ou como produto preparado. Outros importantes usuários de camarão na região, que estão crescendo, são as redes de restaurantes japoneses, coreanos e ocidentais que estão se proliferando continuamente. Adicionalmente, redes de fastfood como Domino's Pizza, Kentucky Fried Chicken (KFC), e McDonald's também apresentam regularmente camarão nos seus cardápios. Domino's Pizza, por exemplo, tem várias opções de camarão em seu cardápio atual (Figura 1 e 2).

A cadeia de supermercados japonesa Isetan, que está presente na Ásia, por exemplo,

FIGURA 1. PIZZAS DE CAMARÃO DA DOMINO'S PIZZA



FIGURA 2. CAMARÃO ENVOLTO EM BATATA DA KFC



FIGURA 3. CAMARÃO DE CULTIVO FRESCO VENDIDO EM SUPERMERCADO



FIGURA 4. SEÇÃO DE SUSHI EM SUPERMERCADO, INCLUINDO SUSHI DE CAMARÃO



FIGURA 5. TANQUE DE CAMARÃO TIGRE VIVO EM RESTAURANTE



FIGURA 6. TANQUES DE PESCADOS EM RESTAURANTE



FIGURA 7. CAMARÃO GIGANTE DA MALÁSIA



promoveu fortemente a linha de pescado incluindo camarão durante o Ano Novo Lunar na Malásia, o qual, este ano, coincidiu com o festival anual de Hokkaido. Em realidade, a cadeia Isetan, cujas lojas são encontradas nas grandes cidades da região, promove não apenas camarão, mas todos os tipos de pescado, incluindo caranguejos, ostras, enguias, atum e salmão. O camarão tigre (*P. monodon*) e o branco (*L. vannamei*), bem como os camarões marinhos de captura, estão disponíveis tanto como produtos frescos, mas também, são vendidos como parte da ampla gama de sushi ou como têmpera frito (Figura 3 e 4).

O camarão e outros produtos de pescado de alto valor também estão entre aqueles de uso obrigatório durante a celebração do Ano Novo Lunar chinês. O festival do Ano Novo Lunar ou da Primavera, celebrado por comunidades chinesas em todo o mundo, é caracterizado por picos de consumo de camarão e outros pescado, com aumento dos preços. Para os chineses, especialmente no Extremo Oriente e Sudeste da Ásia, reunir toda a família para um jantar na véspera do Ano Novo Lunar para comemorar a data com seus entes queridos é

parte de sua tradição. Algumas espécies de pescado são mais procuradas do que outras, devido à importância dos significados por trás de seus nomes e como símbolos de prosperidade. Camarão, por exemplo, é pronunciado como “ha” em cantonês que rima com “ha ha ha”, denotando o riso e a felicidade.

No período de alta estação, quando a demanda atinge seu auge, restaurantes de frutos do mar em Kuala Lumpur, capital da Malásia, em meados de fevereiro de 2016, mostraram um aumento entre 20-40% nos preços de pescado vivo. O camarão *L. vannamei* de cultivo, classificação 50 unidades/kg, estava sendo vendido a US\$ 9,30/kg nos supermercados de Kuala Lumpur, bem acima do preço normal de cerca de US\$ 6,50. Adicionalmente, o preço dos tamanhos grandes de camarão marinho branco de captura fresco aumentou do nível normal de cerca de US\$ 11,20 para US\$ 27,90/kg. Várias espécies de pescado também são exibidas vivas em tanques de água nos restaurantes e os consumidores podem selecionar os produtos de sua escolha. Nos restaurantes de frutos do mar, o camarão tigre vivo estava sendo vendido a US\$ 26,70/kg (Figura 5 e 6).

Fiel ao seu nome, o camarão de água doce tem garras gigantes e uma cabeça enorme, que ocupa quase 50% do seu tamanho corporal. No entanto, o camarão gigante de água doce conhecido popularmente como “udang galah” na Malásia tem uma demanda considerável na Ásia e em outros mercados internacionais. O *Macrobrachium rosenbergii*, também conhecido como camarão gigante da Malásia, é provavelmente a única espécie de camarão que não tem uma espécie concorrente, mas ainda assim permanece pouco explorada (Figura 7).

De forma geral, o consumo desse camarão de água doce é voltado para aqueles que têm uma renda de média para alta. Uma quantidade substancial de camarão vivo é canalizada para os restaurantes de pescado, enquanto o resto vai para os mercados de varejo (supermercados e feiras) como produto fresco. O preço do camarão de água doce vivo em restaurantes de pescado pode chegar a US\$ 44,00/kg em comparação com US\$ 10,45/kg para o produto fresco vendido em supermercados. ■

SHIRLENE MARIA ANTHONYSAMY,
Diretora da INFOFISH/Malásia



A MELHOR TECNOLOGIA EM NUTRIÇÃO ANIMAL
PARA UM DESEMPENHO CAMPEÃO



LINHA EQUINOS
allEquus