



FAZENDAS DEBAIXO D'ÁGUA EM EXPANSÃO

AQUICULTURA BRASILEIRA SEGUE OTIMISTA COM O CENÁRIO DE 2020 E ENXERGA POSSIBILIDADES DE CRESCIMENTO. ENQUANTO ISSO, QUESTÕES REGULATÓRIAS E DE ACESSO AO CRÉDITO SÃO DISCUTIDAS E COLOCADAS COMO PRIORIDADES PELAS AUTORIDADES

VALERIA CAMPOS, DE CASA
valeria@ciasullieditores.com.br

Aquicultura brasileira tem sido destacada nos últimos anos como uma potência mundial e vista também como uma importante cadeia para a segurança alimentar. Ao analisarmos o desempenho da piscicultura é possível visualizar uma ampliação significativa nas exportações de peixe de cultivo, em especial da tilápia. Segundo os números da Comex/Ministério da Economia, no primeiro semestre os embarques da atividade aumentaram 33% em comparação ao mesmo período de 2019 – a análise é uma realização da Peixe BR em parceria com a Embrapa Pesca e Aquicultura. “Os números nos mostram a ca-

pacidade e credibilidade da nossa atividade no mercado internacional e significou, financeiramente, um salto de 4,1 milhões para 5,5 milhões de dólares. A tilápia se mantém no posto de espécie mais exportada e é responsável por 86% da movimentação”, inicia o presidente da Peixe BR, Francisco Medeiros.

Já na carcinicultura, o alento vem do mercado interno. De acordo com a ABCC, a produção dos crustáceos no Brasil segue crescendo continuamente a uma taxa de 10% ao ano desde 2016. Um recorte desse cenário são os números da carcinicultura potiguar. Em 2019, a região produziu 26 mil t e gerou 26 mil empregos, fazendo com que a cadeia produtiva faturasse 850 milhões de reais.

E devido a esse ritmo, conforme compartilha o presidente da entidade, Itamar Rocha, não há dúvidas de que

o setor detém amplas condições para se tornar uma das lideranças na produção e nas exportações mundiais de camarão marinho cultivado. “No entanto, esse mar de oportunidades, que hoje se descortina para os carcinicultores brasileiros, para ser explorado, precisa ser encarado com determinação, profissionalismo e comprometimento”, sinaliza.

Diante dos efeitos da Covid-19, as atividades foram atingidas de diversas maneiras e procuraram agir rapidamente para reverter o cenário. No caso da piscicultura, a pandemia aconteceu em um período onde a atividade tinha um incremento de vendas de até 50% em relação aos outros demais meses. “Então, de primeiro momento tivemos a manutenção de nossas vendas e o produtor continuou vendendo seu peixe. Fizemos um trabalho conjunto



vras de Francisco, significa mais oportunidades para o Brasil a médio e longo prazo. No momento, esse acordo está em fase de negociação.

Na esteira de conquistas, a atividade também conseguiu habilitação de novas plantas de exportação de peixe de cultivo para a China. No total são 11. Para o presidente da Peixe BR, esse é um avanço significativo em um momento em que as vendas externas estão em crescimento.

Outro acontecimento recente foi o comunicado enviado pela Embaixada do Brasil em Abu Dhabi à Peixe BR, informando sobre a abertura de plataforma on-line da Autoridade Árabe para Investimento e Desenvolvimento Agrícola (AAID), por meio da qual fabricantes de produtos alimentícios agrícolas podem registrar seus produtos.

Devido a esse ritmo, na visão de Francisco, a piscicultura brasileira terá uma grande participação em vários países do mundo, especialmente no mercado americano: “Temos um mercado enorme para conquistar e vender”.

De acordo com o presidente, o mercado americano é o maior comprador de filé de tilápia do mundo e foi escolhido para ser trabalhado no projeto de internacionalização de peixe de cultivo da Peixe BR, em conjunto com a APEX-Brasil. “Temos um produto de excelente qualidade e competitivo. Então temos que ir para lá vender”.

O segundo bloco que mais interessa a atividade é a União Europeia, porém no momento está fechado para os produtos aquícolas brasileiros, devido a questões sanitárias envolvendo o setor pesqueiro – que acabaram respingando na piscicultura e carcinicultura verde e amarela.

Para contornar esse desafio, a Peixe BR, em conjunto com a Camarão BR, está trabalhando para desvincular a aquicultura dessa ação,

pois essa restrição dos produtos brasileiros tem impactado o ritmo de negócios: “Estamos perdendo oportunidades de mercado”, diz Francisco.

Em resposta a essa questão, o secretário de Aquicultura e Pesca, Jorge Seif, diz que a SAP/MAPA, juntamente com a ministra Tereza Cristina, tem sido incansável na busca por soluções para esse problema. “A SAP, em parceria com a Secretaria de Defesa Agropecuária, enviou dois técnicos de cada departamento para Irlanda, com o objetivo de apresentar um plano de ação no que tange à sanidade do pescado brasileiro. Estamos em tratativas com eles. A pandemia adiou esse diálogo, mas acreditamos que nesse ou no próximo ano tudo caminhe bem”.

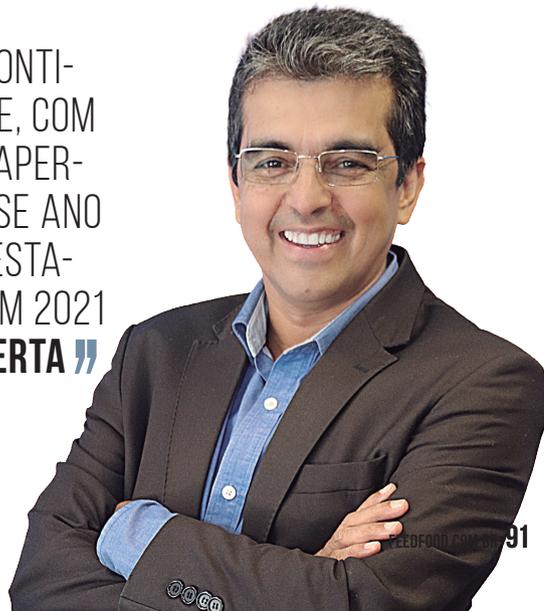
Dentro do plano estratégico de exportação de camarão, o mercado da União Europeia, pelo seu expressivo volume, associado ao fato de que a UE compra a proteína inteira, está também como um dos destinos preferidos dos produtores brasileiros. Em paralelo, destaca Itamar, os EUA são e sempre serão o mercado estratégico notadamente para o camarão cultivado do Brasil. “Por outro lado, não podemos deixar de considerar o mercado chinês, que em 2019 importou 722 mil t e está projetando importar 1 milhão em 2020”.

Sendo assim, diante desses números e cenários, Itamar reforça que mesmo reconhecendo a importância e interesse do mercado internacional, não restam dúvidas sobre as amplas oportunidades para o camarão cultivado no mercado interno, especialmente quando se leva em consideração os preços praticados nas fazendas e os benefícios nutricionais da proteína para a saúde dos consumidores.

Saudabilidade e oportunidades no mercado interno também são vistas na piscicultura. Para os próximos ►

“ ENTÃO, É CONTINUAR FIRME, COM CINTURÃO APERTADO, PORQUE ESSE ANO JÁ GANHAMOS E ESTAMOS ENTRANDO EM 2021 COM A VITÓRIA CERTA ”

FRANCISCO MEDEIROS,
PRESIDENTE DA PEIXE BR



meses, Francisco projeta um segundo semestre garantido em termos de preço para o produtor e a subida dos gráficos na produção: “Será superior à do ano passado”, ele diz. Em 2019, a produção cresceu 4,9% em relação ao ano anterior, atingindo 758 mil t.

AÇÕES EM PROL AO SETOR. Em conversa com Jorge Seif sobre as principais ações da secretaria para contribuir com os setores, o executivo listou algumas iniciativas que já saíram do papel. Entre elas está o decreto nº 4.895 de 25 de novembro de 2003, cujo objetivo é desburocratizar o uso de águas da União. “Já realizamos as mudanças e está em análise no jurídico da Casa Civil. Esse é um ponto que será uma revolução na aquicultura brasileira”, realça.

Além disso, Jorge destaca a atuação das autoridades em questões sobre o licenciamento ambiental. Isso porque, por estarem na fila há tempos para obter a licença, alguns aquicultores não têm acesso ao crédito, pois esta é uma das exigências dos bancos. Para reverter esse cenário, o secretário relata ter realizado diversas reuniões com BNDES, Caixa Econômica Federal, etc, a fim de facilitar o acesso ao crédito a esses produtores. “Fizemos encontros também com todos os secretários do meio ambiente dos Estados

brasileiros e, mais tarde, com a ministra Tereza Cristina, com o objetivo de sensibilizá-los sobre a potencialidade que o Brasil tem no setor, e como o licenciamento ambiental tem impedido o crescimento da atividade”, frisa e continua: “A aquicultura brasileira pode ganhar ainda mais protagonismo se realmente tiver apoio governamental, não só em visibilidade, mas em políticas públicas e financiamento. E estamos trabalhando muito para isso, inclusive realizando ações para incentivar o consumo dessas proteínas”.

Importante destacar também a recente conquista do setor de camarão com a assinatura do Acordo de Cooperação Técnica entre Banco do Nordeste (BNB), Ministério de Desenvolvimento Regional (MDR) e ABCC. O objetivo dessa parceria é contribuir para a compatibilização das ações financiadoras com as políticas governamentais de apoio ao setor; adequar a destinação dos financiamentos às reais necessidades dos produtores; possibili-

JORGE SEIF
DESTACOU AÇÕES DA SECRETARIA EM PROL DA AQUICULTURA: “ESTAMOS TRABALHANDO PARA O BRASIL GANHAR AINDA MAIS PROTAGONISMO”



tar o fortalecimento da carcinicultura; e ampliar o acesso aos financiamentos.

A assinatura do acordo foi realizada no dia 21 de agosto e foi um evento que contou com a presença do presidente da República Jair Bolsonaro e outras autoridades, além da participação de Itamar Rocha, representando a ABCC.

Os beneficiários da iniciativa, conforme consta no documento, são os produtores rurais criadores e processadores de camarão, seus empreendimentos e demais elos da cadeia produtiva, na qualidade de associados à ABCC.

O FUTURO É DE MAIS CRESCIMENTO. Quando questionados sobre as perspectivas da aquicultura, o discurso foi um só: de otimismo. Visto o grande potencial da atividade no mercado interno e mundial, a indústria do bem-estar e o comprometimento dos produtores com um produto de qualidade estão intimamente relacionados com a ampliação desse cenário. E, portanto, o horizonte é favorável.

“NÃO TEMOS DÚVIDAS DE QUE O SETOR DETÉM AMPLAS CONDIÇÕES PARA SE TORNAR UMA DAS LIDERANÇAS NA PRODUÇÃO E NAS EXPORTAÇÕES MUNDIAIS DE CAMARÃO MARI-NHO CULTIVADO”

ITAMAR ROCHA, PRESIDENTE DA ABCC

Para 2021, Francisco prospecta a continuidade dos negócios, principalmente devido aos aprendizados durante a pandemia, que fortaleceram ainda mais todo sistema produtivo: “Especialmente em aspectos relacionados à biossegurança e um conhecimento mais profundo sobre as dinâmicas dos negócios”, ressalta e completa: “Então, é continuar firme, com cinturão apertado, porque esse ano já ganhamos e estamos entrando em 2021 com a vitória certa”.

E na carcinicultura, a expectativa de aumentar os números também segue firme: “Não há dúvidas de que o setor atinja a meta de produção de 120 mil toneladas projetada para 2020. E muito além disso, para 2022, as expectativas também seguem aquecidas, onde o objetivo é alcançar 200 mil t, elevando também o consumo per capita de camarão para 1,0 kg/2.022, e retornando pela porta da frente ao mercado internacional”, finaliza Itamar. ■