



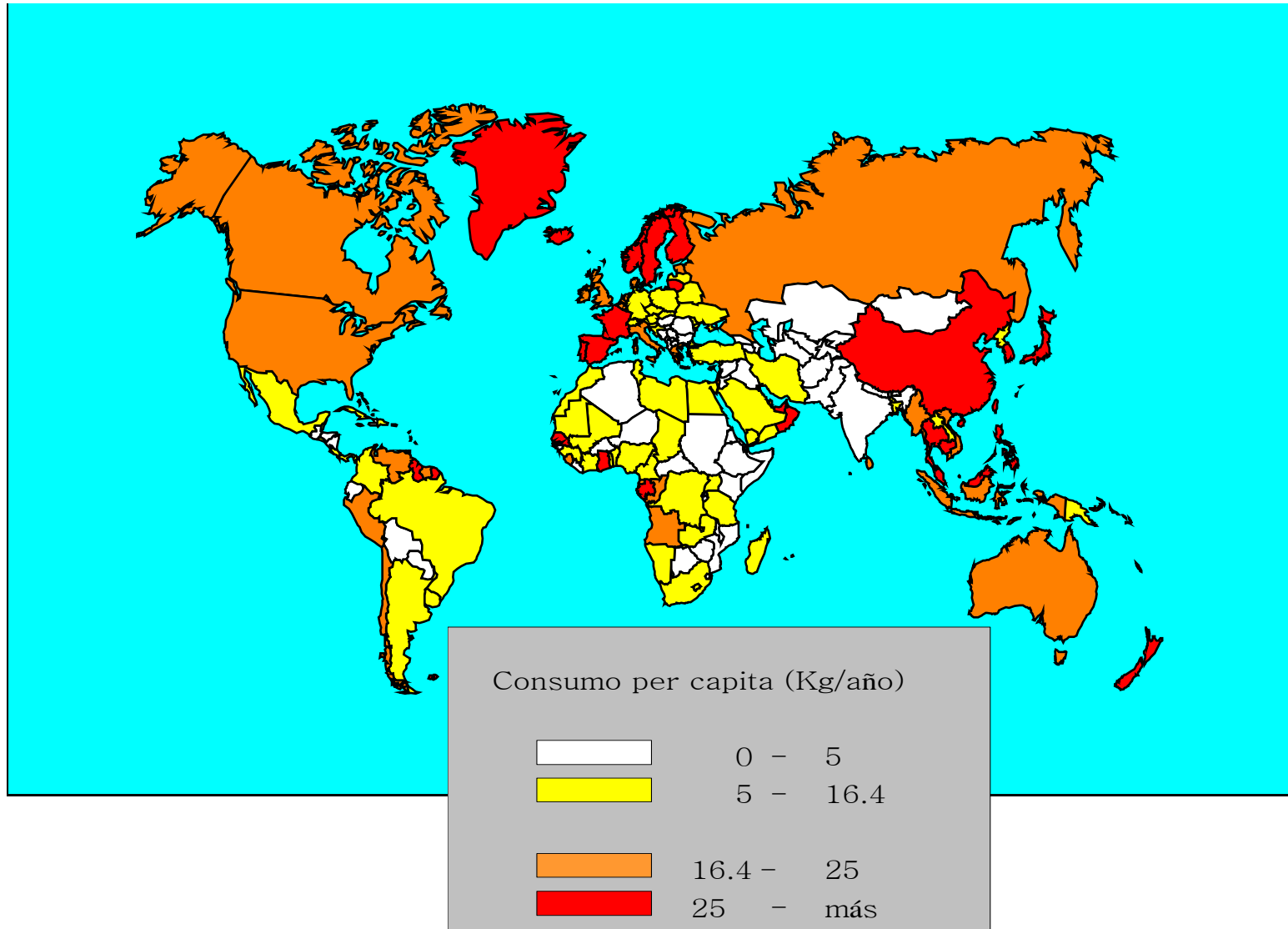
Situação da Comercialização de Pescado na América Latina



FISH INFONetwork



Um consumo mundial de pescado com diversas intensidades



FAO Fisheries Circular No. 847, Revision 1
FAO Circulaire sur les pêches N° 847, Révision 1
FAO Circular de Pesca N° 847, Revisión 1

FAO LIBRARY AN: 400247

FIDI/C847 (Rev.1)

ISSN 0429-9329

CONVERSION FACTORS
LANDED WEIGHT TO LIVE WEIGHT

COEFFICIENTS DE CONVERSION
DE POIDS AU DÉBARQUEMENT À POIDS VIF

FACTORES DE CONVERSIÓN
DE PESO DESEMBARCADO A PESO EN VIVO

www.infopesca.org

Publicaciones de libre Acceso

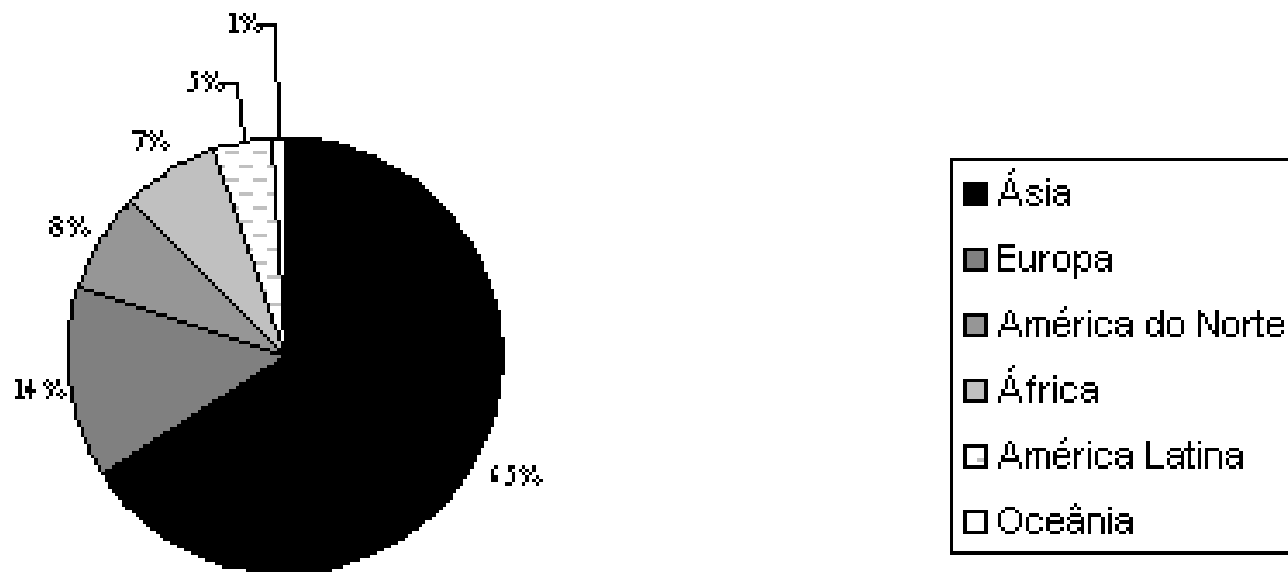


Food
and
Agriculture
Organization
of
the
United
Nations

Organisation
des
Nations
Unies
pour
l'alimentation
et
l'agriculture

Organización
de las
Naciones
Unidas
para la
Agricultura
y la
Alimentación

Consumo mundial de pescado (2007)



<i>Continentes</i>	<i>Consumo total (TM)</i>	<i>População Total (1000)</i>	<i>Consumo anual per capita (Kg)</i>
Ásia	70.201.680	3.937.933	17,8
Europa	15.156.690	731.088	20,7
América do Norte	8.021.062	332.244	24,1
África	7.640.441	922.013	8,3
América Latina	4.874.792	557.977	8,7
Oceania	822.794	33.413	24.6
Total	106.717.800	6.514.668	16.4

Produção de pescado nos países da América Latina e do Caribe:

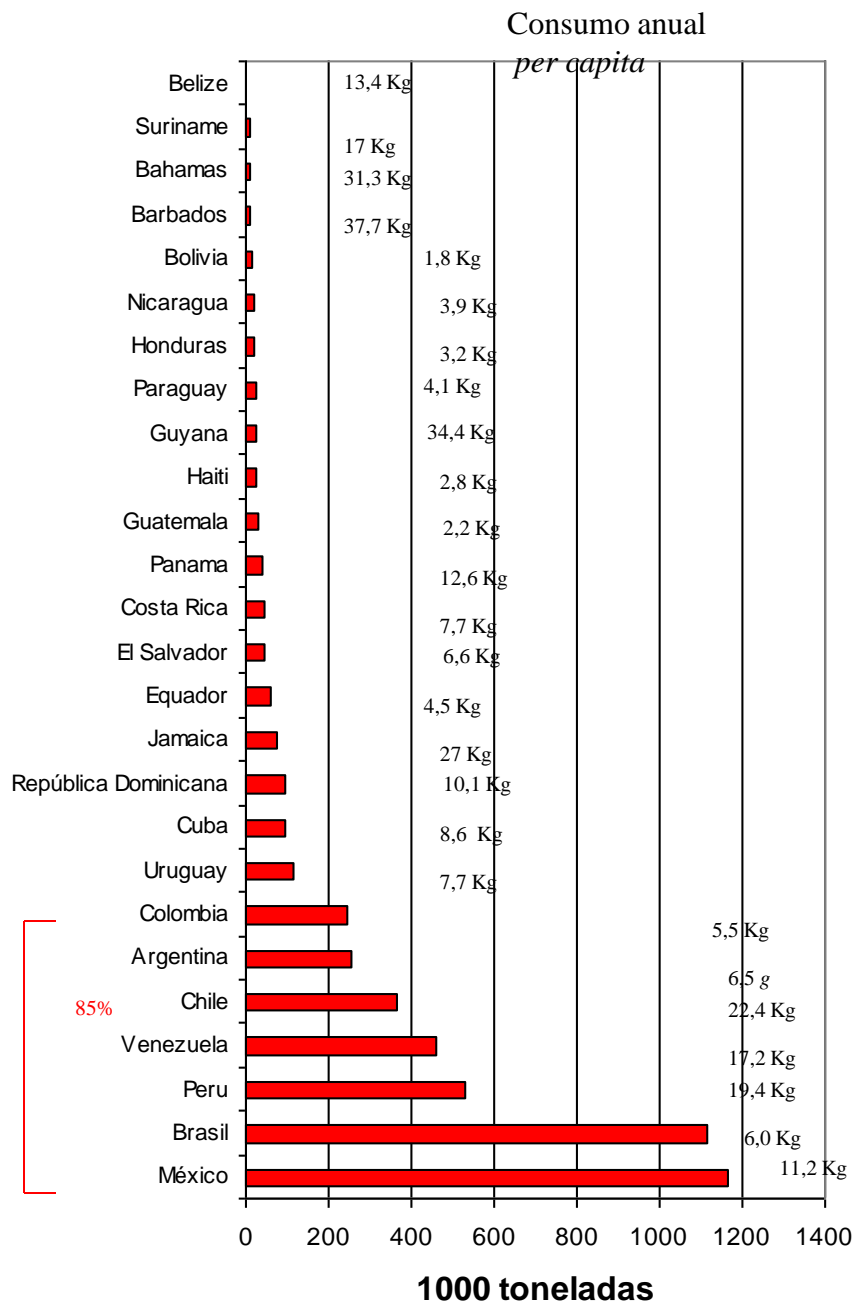
19.899.810 toneladas

Das quais **12.619.364** toneladas têm destino industrial
(basicamente farinha e óleo).

3.781.394 toneladas de pescado são exportadas
e

1.303.092 toneladas de pescado são importadas

Consumo anual de Pescado na América Latina



Os mercados de pescado na América Latina e no Caribe (em toneladas)

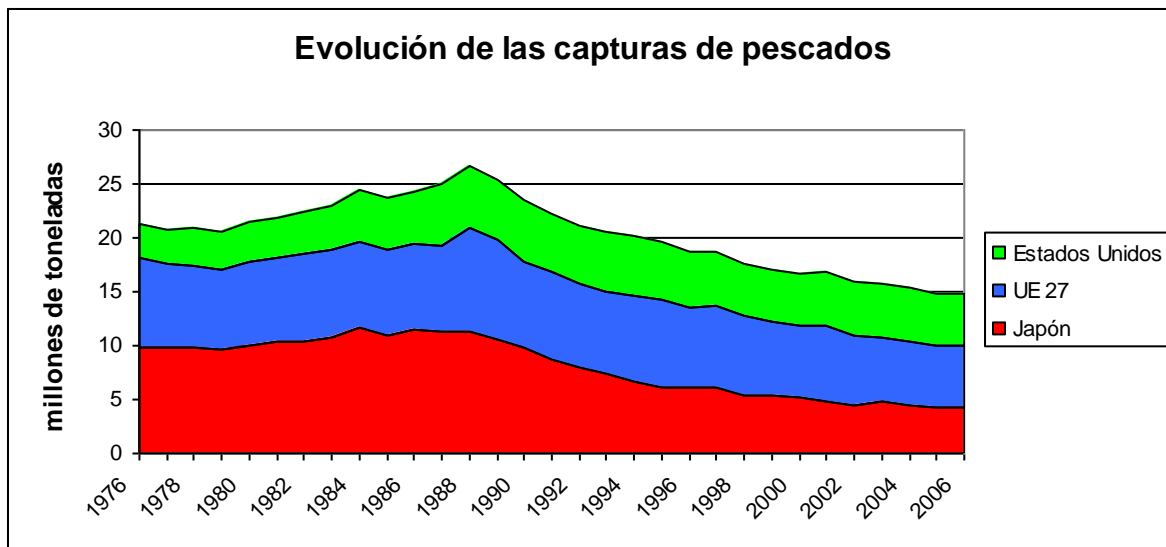
**Total consumido por ano:
4.874.792 toneladas**

**Equivalentes a
US\$ 20 bilhões
no mercado varejista**

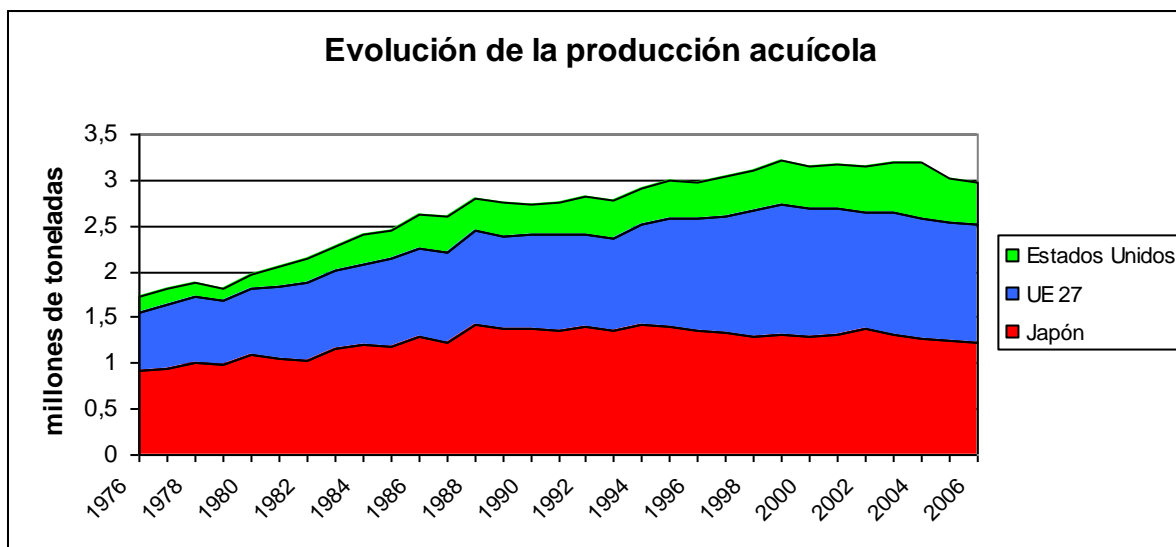
**Consumo *per capita* médio: 8,7 Kg/ano
557.977.000 habitantes**

Fonte: baseado na FAO, 2007

Os “Grandes Mercados”: UE-27, Estados Unidos, Japão



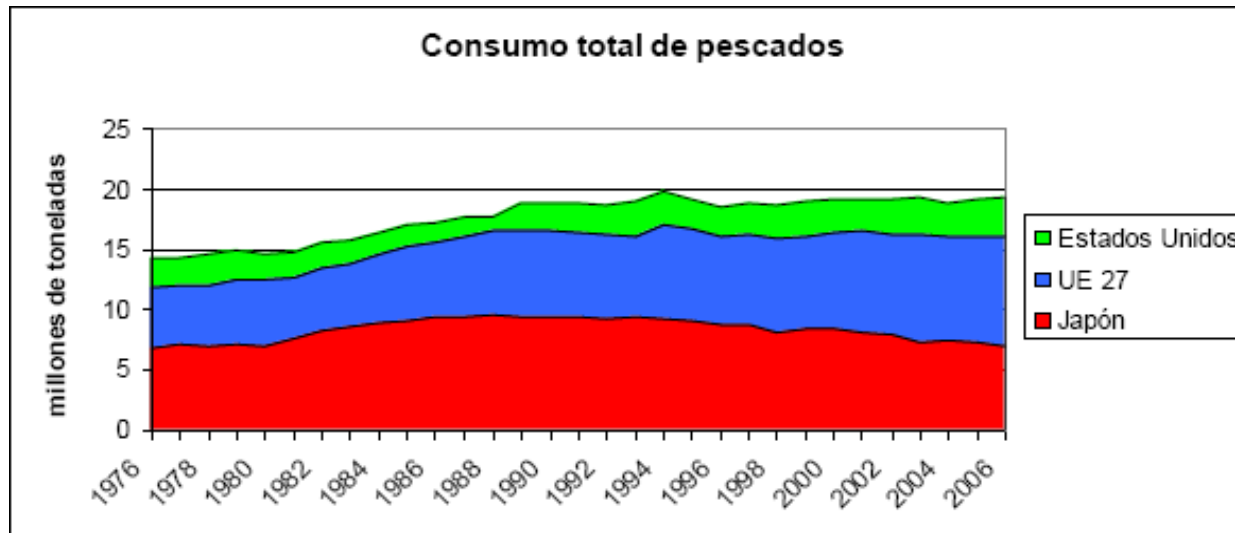
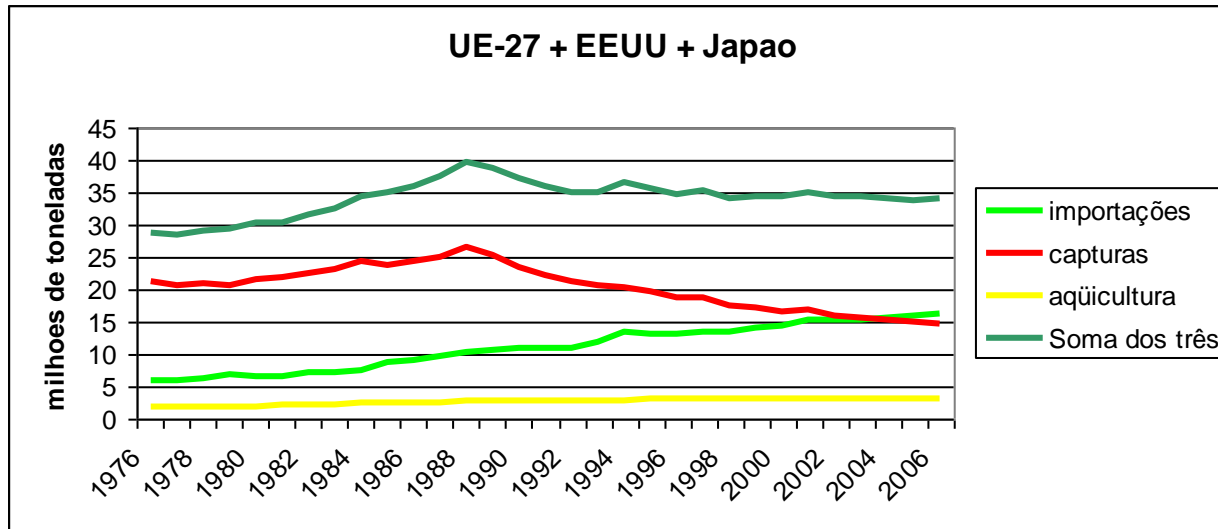
Capturas em queda



Aqüicultura estagnada

Consequência:

Aumento nas importações porém um consumo estagnado



La Unión Europea, los Estados Unidos y Japón ya tienen un consumo elevado

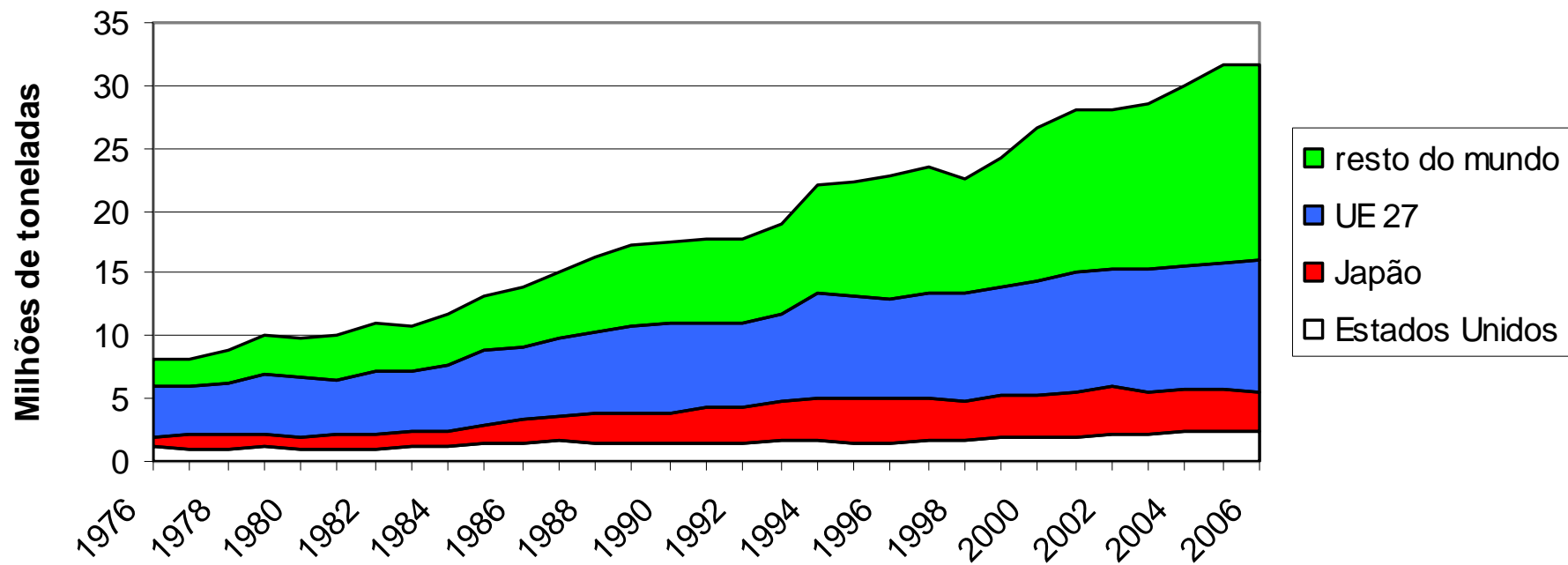
La Unión Europea y Japón poseen poblaciones estables o decrecientes.

Conclusión:

Difícilmente aumentarán mucho el consumo de pescado

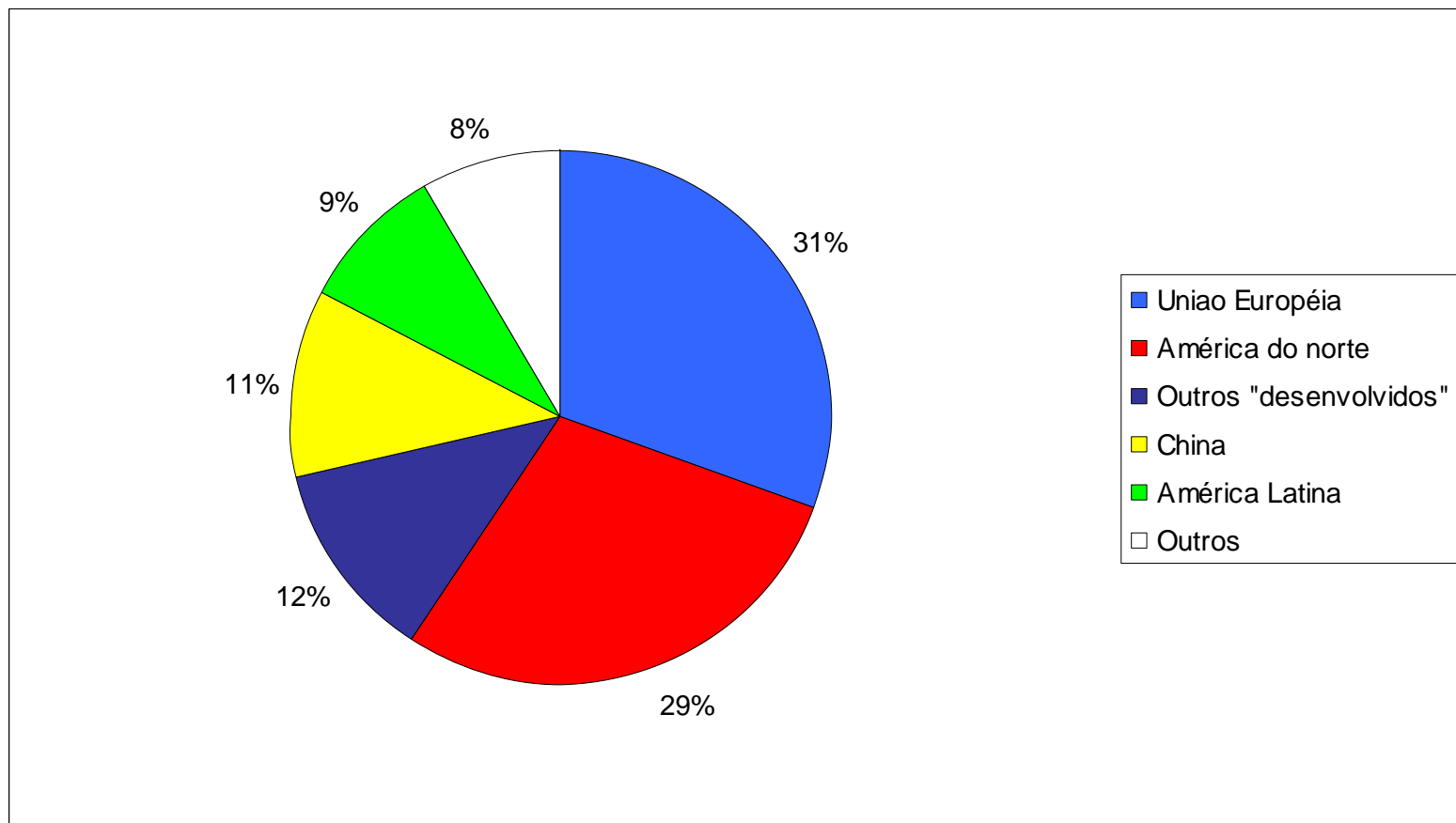
Vale la pena invertir en los “mercados emergentes”

Evolução das importações mundiais de pescado



Fonte: baseado no anuário da FAO

Exportações da América Latina: US\$ **10.034,9** milhões (2007)



“Outros Desenvolvidos”:

Japão

Israel

África do Sul

Principales exportadores latinoamericanos hacia China en 2008:

US\$

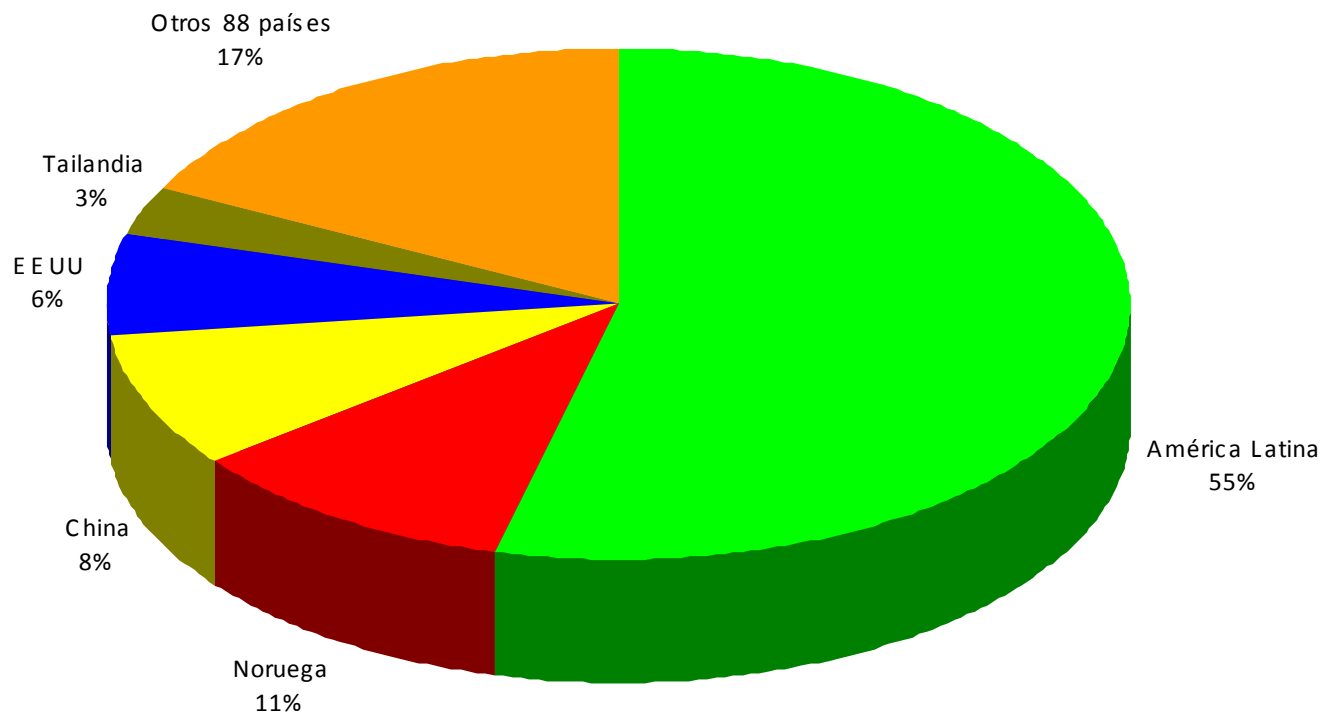
Perú: 962.671.000

Chile: 304.554.000

Argentina: 58.187.000

Origen de las importaciones latinoamericanas en 2006

Total: US \$1604 millones



Fuente: UN Comtrade 2006

CUADRO 1 PRINCIPALES DESTINOS DE LATINOAMÉRICA POR ESPECIE Y EN US\$ MILLONES (2006-2007)

	Salmón Atlántico			Coho			Trucha		
	2006	2007	(%) Var.	2006	2007	(%) Var.	2006	2007	(%) Var.
Brasil	79,2	101,9	27	4,7	4,2	-11	5,3	5,0	-6
México	30,0	34,2	13	0,032	0,039	18	0,251	0,101	-140
Venezuela	9,3	24,2	166	0,593	1,5	3	0,050	0,063	26
Argentina	12,5	14,6	16	0,685	0,055	-8	0,355	0,904	154
Colombia	5,2	5,8	10	0,239	0,225	-6	0,232	0,375	61
Otros	6,2	7,3	17	0,151	0,336	122	0,312	0,457	46
Total	142,4	188,0	32	6,4	6,4	2	6,5	6,9	6

Fuente: SalmonChile.

Salmón Atlántico, destino en toneladas:

	2006	2007
Brasil	16.134	21.293
México	4.118	4.489
Venezuela	1.551	2.366
Argentina	2.493	2.899
Colombia	993	1.008
Otros	6.2	7.3



Latinoamérica

Borrando el estigma del mercado secundario

DESDE HACE UNOS AÑOS QUE LATINOAMÉRICA ES EL DESTINO QUE MÁS CRECIÓ EN VALOR Y EL QUE, ADEMÁS, PRESENTÓ LAS MAYORES ALZAS DE PRECIOS PROMEDIO. POR PAÍS, BRASIL LIDERA LAS IMPORTACIONES.

Por Andrés Cusani, director comercial de Nordsee. acusani@nordsee.com.br

El año pasado, las ventas de salmón y trucha de Chile hacia Latinoamérica (35 países) superaron los US\$ 202 millones. En términos de valor, esta cifra significó un crecimiento de un 29% (mayor que cualquier otro mercado) con respecto al 2006 y, a nivel de industria, llegó a representar el 9% de las exportaciones chilenas totales de salmónidos. Respecto de los volúmenes, en el 2007 se enviaron 36.400 t a este destino, un 24% más que en el 2006 y un 9% del total de las toneladas exportadas por el país. De mantenerse este ritmo, el bloque podría superar a la Unión Europea (UE) en el corto plazo.

Asimismo, el año pasado Latinoamérica destacó por ser el destino que más subió sus precios-promedio (US\$ 5,5/kg) durante la temporada, alcanzando un 5% más que el 2006.



Andrés Cusani

Como referencia, la UE subió sus precios promedio sólo en un 3% durante el mismo período. En este sentido, el caso más notable es el de Venezuela, que pese a su complicada situación interna y a las variadas trabas en las importaciones, aumentó en más de un 150% el valor de su compra y creció en cerca de un 50% en volumen.

Similar situación vivió Argentina, país que no se quedó atrás y creció en un 20% en valor (US\$ 15,6 millones) y un 14% en volumen (3.173 t).

En lo que a importaciones de salmón Atlántico se refiere, el crecimiento de México y Colombia es más acotado, pero no por eso despreciable. En términos de valor, ambos mercados crecieron un 13% (US\$ 34,6 millones) y un 10% (US\$ 6,4 millones), respectivamente.

BRASIL: UN MERCADO EN CONSOLIDACIÓN

Brasil merece una mención aparte. Hace tiempo que está consolidado como uno de los principales destinos chilenos de salmónidos. Dentro del total de Latinoamérica, Brasil responde por un 55% (US\$ 111,4 millones) de las ventas en valor y un 66% (23.993 t) en volumen. Pero, además, es un mercado que sigue creciendo a un ritmo acelerado (29% en valor y 25% en volumen), por lo que su importancia relativa continuará aumentando.

En relación con las especies, casi un 90% de lo que ingresa a Brasil es salmón Atlántico. Si se hablara sólo en toneladas



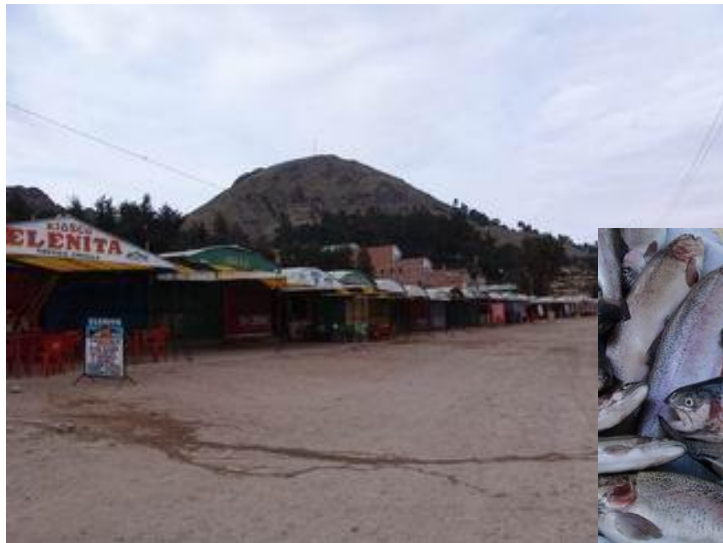
de Cabo de Hornos
a Tijuana: 11.000 Km

De Talara a João Pessoa: 5.150 Km

América Latina: uma grande região

De avião:
Ushuaia – Buenos Aires – São Paulo – Ciudad de México – Tijuana
14.100 Km

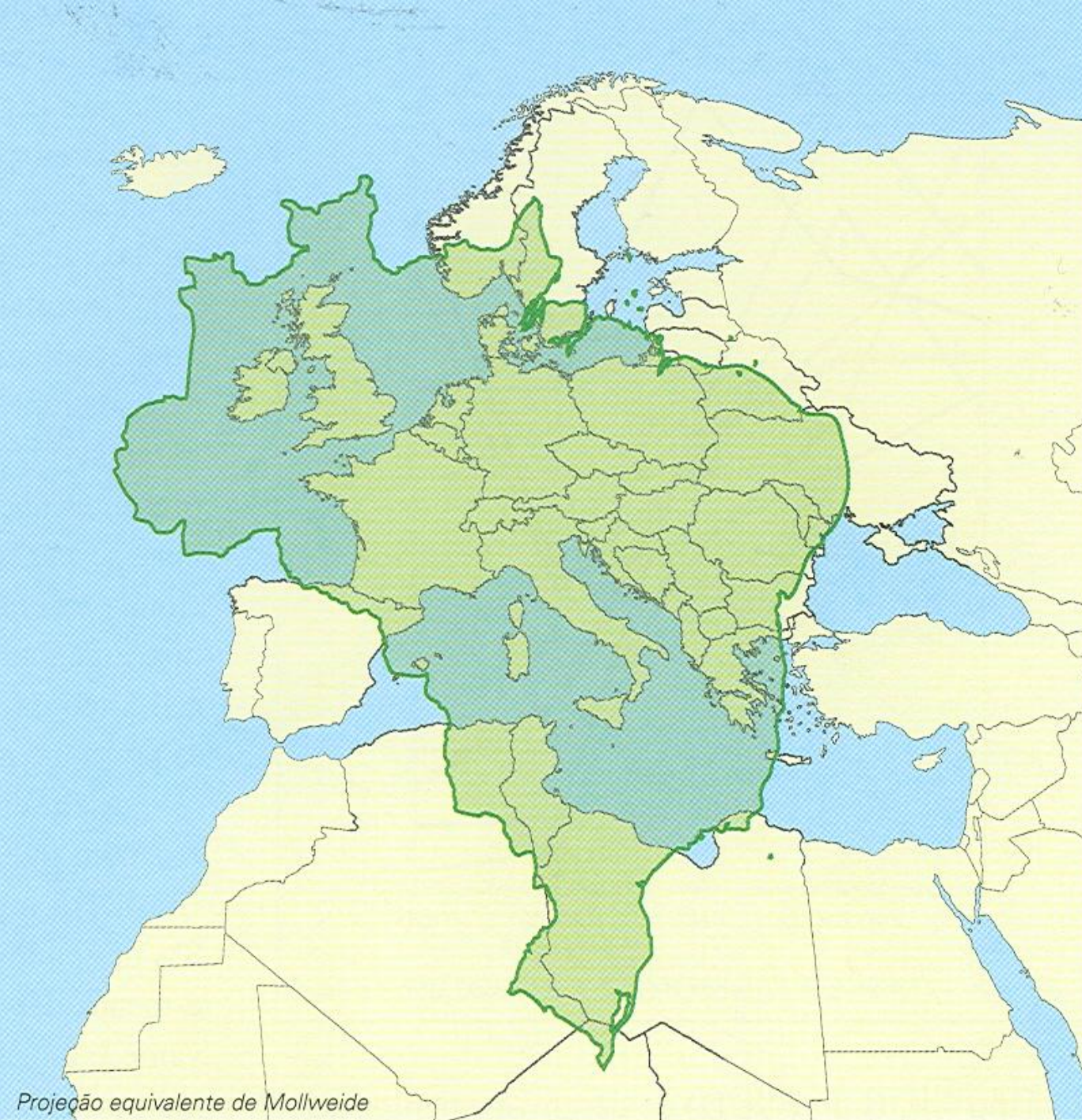
Equivalente a Londres - Singapura – Darwin (Australia)



**Em consequência,
o dinamismo comercial da região pode ser mal avaliado**

Comercio: intercambio de bens entre grupos humanos





**Gigante pela
própria Natureza**

Um pirarucú pescado em Parintins (Estado do Amazonas, Brasil), levado a Manaus de onde é enviado ao mercado atacadista da CEAGESP, de São Paulo, para ser comercializado em Brasília, percorre 4200 Km – (equivalente à distancia entre Casablanca e Moscou)

Trata-se de “comercialização doméstica”, grandemente ignorada pelas estatísticas (inclusive nacionais)

En comparação,

Un mexilhão cultivado em Veere (Holanda), comprado por um atacadista de Bruxelas (Bélgica) e vendido num restaurante de Lille (França), percorre 180 Km.

**É contabilizado duas vezes em termos de comércio internacional:
nas exportações holandesas e nas exportações belgas (importações belgas e importações francesas)**

Obs: a título de comparação, 180 Km é a distancia percorrida por um peixe de São Sebastião, comprado por um atacadista de Santos e revendido na cidade de São Paulo

10 FATORES QUE AJUDAM A AUMENTAR O CONSUMO DE PESCADO

- 1 – Desenvolvimento mundial das cadeias de frio**
- 2 – Desenvolvimento dos meios de transporte de pescado**
- 3 – Rápido desenvolvimento da urbanização**
- 4 – Equipamento mundial dos lares**
- 5 – Desenvolvimento da indústria processadora de alimentos**
- 6 – Globalização das receitas de cozinha**
- 7 – “Pescado” = nome genérico ==> diversidade da oferta**
- 8 – Desenvolvimento do setor de restaurantes e cantinas**
- 9 – Consumir pescado é reconhecido como un hábito saudável**
- 10 – Possibilidade de aumentar a produção**



Proyecto FAO/RLA/TCP 3111

Propuesto e implementado por INFOPECA

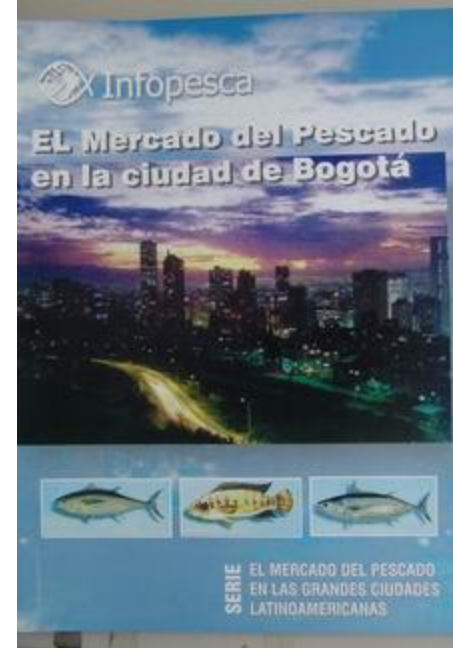
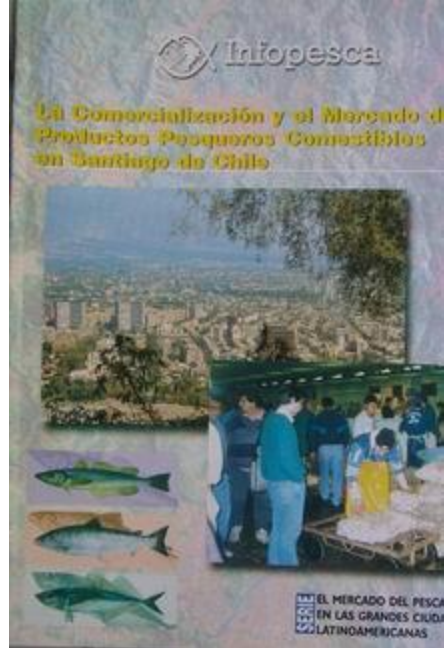
**Mejoramiento de los mercados domésticos de pescado y
productos pesqueros en América Latina y el Caribe**

Reunión de expertos: FAO e INFOPECA

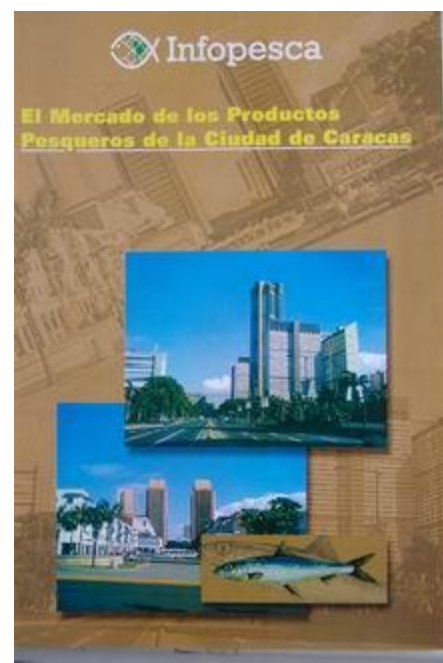
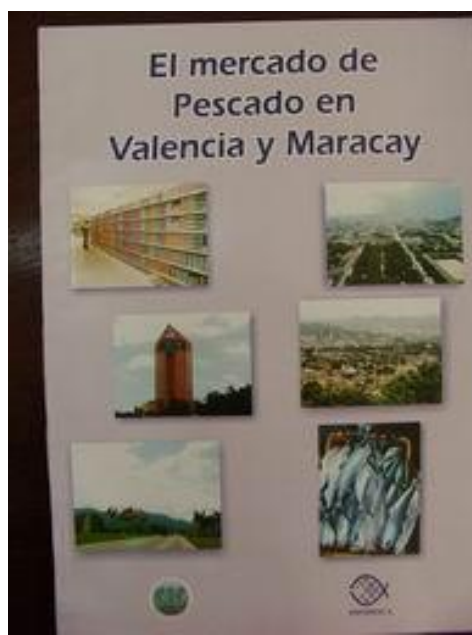


Propuesta de Directiva Higiénico Sanitaria destinada
a los Productos Pesqueros Comercializados
en los Mercados Internos

Rio de Janeiro, de 15 a 19 de Junio de 2009



INFOPECA: Estudios de Mercado de Pescado en 26 ciudades latino-americanas



Duplicar o consumo latinoamericano de pescado para 17 Kg/per capita/ano?

Significa vender praticamente mais 5 milhões de toneladas
de pescado por ano

O seja: desenvolver un negócio de mais de 20 bilhões de Dólares ao ano

Una peixaria que vende 300 Kg/dia vende cerca de 100 toneladas por ano
Esta peixaria funciona com 3 a 5 empregados.

Seria portanto necessário o equivalente de 50.000 peixarias novas nos países
da América Latina

Ou seja: capacitar de 150.000 a 250.000 novos profissionais.