

---

## AB-Tilápia elege seu novo presidente e faz planos para o futuro

---

**E**m reunião realizada no dia 22 de janeiro, na sua sede em São Paulo, a Associação Brasileira da Indústria de Processamento de Tilápia (AB-Tilápia), elegeu sua nova diretoria, que passará a coordenar as ações nos próximos dois anos. Dessa forma, desde o dia primeiro de fevereiro de 2007, Tito Livio Capobianco Jr., da GeneSeas Aquicultura Ltda., deixou o cargo de presidente, que passou a ser ocupado por Rubens Graça Maset, da Tilápia do Brasil Indústria de Pescados de Aqüicultura Ltda.

A associação, fundada em outubro de 2003, surgiu com os objetivos de ampliar o consumo da tilápia no mercado interno, de fortalecer o setor, buscando os mecanismos necessários para a expansão das atividades das empresas associadas. Segundo Tito Capobianco, entre outros ganhos, sua gestão conseguiu fazer a transferência física da sede da associação para São Paulo, bem como conseguiu, por meio de alteração do estatuto, incluir a categoria Associado Congênere, obtendo uma melhora considerável da situação financeira da AB-Tilápia. Para o novo presidente, sua gestão deverá focar a ampliação do consumo da tilápia, aumentando a oferta do produto no mercado interno aplicando fortes ações de marketing e logística.

### A seguir duas perguntas ao novo presidente da AB-Tilápia:

**Panorama da Aqüicultura** - Quais as principais ações a ser implementadas durante sua gestão?

**Rubens Graça Maset** - Minha proposta é aumentar o consumo. O mercado interno mostra-se altamente interessante se o marketing e logística forem bem aplicados. Posso me basear pela minha experiência junto à Tilápia do Brasil: em dezembro de 2005 fechamos o ano com volume de exportação acima de 80% e em dezembro passado (2006), devido a valorização do Real, reduzimos as exportações para apenas 13%, e o consumo interno tem respondido bem à oferta de produtos que a Tilápia do Brasil fez no ano passado. Demos uma guinada de 180° do mercado externo para o interno e a demanda continua firme. Esta estratégia será seguida através da AB-Tilápia e já começou com a gestão do Tito, onde elaboramos um folder neste sentido. Daremos continuidade ao trabalho de divulgação com participações em feiras, palestras e também degustação em supermercados em parceria com associados.

**Panorama da Aqüicultura:** O que a AB-Tilápia pode fazer junto às fábricas de rações para que o pequeno produtor tenha os mesmos preços que pagam os grandes produtores, já que não gozam da economia de escala?

**Rubens Graça Maset** - O pequeno produtor, via de regra, não vende para a indústria, pois o mercado do pesque-pague/solte o remunera melhor, apesar dos problemas com escala, manejo, nutrição e inadimplência. Acho difícil algum acordo com os fabricantes de ração neste sentido, porém, estamos abertos a estudar o assunto com sugestões vindas dos interessados e do setor em si.

Matéria publicada na edição 99 da Revista *Panorama da Aqüicultura*  
www.panoramadaaquicultura.com.br  
revista@panoramadaaquicultura.com.br  
Tel: (21) 2553-1107