

NOTICE OF PUBLICATION



AQUACULTURE COLLABORATIVE RESEARCH SUPPORT PROGRAM

RESEARCH REPORTS

Sustainable Aquaculture for a Secure Future

Title: Mercados de Tilapia en América, 2001 y más allá.

Author(s): Kevin Fitzsimmons, University of Arizona, 2601 E. Airport Drive, Tucson, Arizona, 85706 USA

Date: 15 de enero del 2002

Publication Number: CRSP Research Report 02-176

The CRSP will not be distributing this publication. Copies may be obtained by writing to the authors.

Abstract: El mercado total de tilapia en América era de cerca de 300,000 toneladas métricas de peso vivo en el 2000. La producción de América era aproximadamente 257,000 toneladas y los EEUU importaban filetes y tilapia congelada representando más de 30,000 toneladas de tilapia cosechada del Hemisferio Este. El expandir la demanda de manera suficiente como para absorber la rápida expansión de los productores se ha convertido en una tarea crítica para afrontar los precios de la tilapia. Entre 1980 y 1990 diferentes publicaciones de mariscos declararon a la tilapia como el pez del año. Desde entonces la tilapia se ha convertido en una de los alimentos más importantes en América. A medida que los productos de tilapia de alta calidad empezaron a aparecer, se reconoció como un marisco de calidad desde Canadá a Chile. La tilapia ciertamente no es un nuevo producto en las Américas. La tilapia de Mozambique *Oreochromis mossambicus* fue la primera introducida en el Caribe por C.F. Hickling en 1947. Esta fue rápidamente introducida en Centro y Sur América. *O. aureus*, *O. niloticus* y varios híbridos rojos se introdujeron entre 1960 y 1970. Actualmente México produce y consume (~100,000 TM) mas tilapia que cualquier otro país en las Américas. Los Estados Unidos es el siguiente gran consumidor (>90,000 TM) pero un productor mínimo (<9,000 TM). Brasil y Cuba son los siguientes productores y consumidores mayores de tilapia. Costa Rica, Honduras, Ecuador y Jamaica son mayormente exportadores. Cada uno de ellos tiene una infraestructura bien desarrollada de producción, procesamiento y exportación, con Honduras siendo el más reciente. Cada país exportador tiene ciertos consumidores internos pero es poca la población para las altas inversiones requeridas para economías de escala que le abrirán puertas en Europa y EEUU. A medida que los abaste-

CRSP RESEARCH REPORTS are published as occasional papers by the Program Management Office, Aquaculture Collaborative Research Support Program, Oregon State University, 418 Snell Hall, Corvallis, Oregon 97331-1643 USA. The Aquaculture CRSP is supported by the US Agency for International Development under CRSP Grant No.: LAG-G-00-96-90015-00 and by collaborating institutions.

See the website at <pdacrsp.oregonstate.edu>

Continued...

cedores se expanden, la demanda de los consumidores debería de subir. Las estrategias de "tirar" y "halar" son usadas por los vendedores para incrementar la demanda. Ejemplos de estas técnicas son descritas al igual como herramientas para la publicidad y las ventas. Un ejemplo del esfuerzo hecho por algunos productores para incrementar la demanda fue la creación de una entidad de comercialización. Varios de los productores y compradores grandes de tilapia han creado el Instituto de Comercialización de la Tilapia (TMI según siglas en inglés). El TMI ha iniciado un programa para incrementar la demanda de EEUU. El Instituto esta siguiendo una campaña para incrementar la demanda de todas las formas de productos de tilapia.

Este resumen fue obtenido del original, que fue publicado en D. Meyer (Editor), 6to. Simposio Centroamericano de Acuicultura Proceedings: Tilapia Sessions, 22-24 August 2001. Tegucigalpa, Honduras, pp. 72-81.