

# NOTICE OF PUBLICATION



AQUACULTURE COLLABORATIVE RESEARCH SUPPORT PROGRAM

## RESEARCH REPORTS

Sustainable Aquaculture for a Secure Future

**Title:** Mercados de Tilapia (*Oreochromis* sp.) en Nicaragua: un análisis descriptivo de restaurantes, supermercados y locales en mercados abiertos.

**Author(s):**

*Ivano Neira and Carole Engle, University of Arkansas at Pine Bluff, Department of Aquaculture and Fisheries, Mail Slot 4912, 1200 N., Pine Bluff, Arkansas 71601, USA*

**Date:** 15 de enero del 2002

Publication Number: CRSP Research Report 02-178

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

**Abstract:** Ningún estudio, tanto cualitativo como cuantitativo, se ha hecho en el potencial para desarrollar un mercado nacional de tilapia cultivada en Nicaragua. Los mercados domésticos proveerían estabilidad ofreciendo mercados alternativos reduciendo el riesgo asociado con un solo mercado. Un estudio comprensivo fue conducido en Nicaragua de potenciales compradores de tilapia: restaurantes, supermercados y otros locales en mercados abiertos. Tres instrumentos de medición usados para los estudios de comercialización en Honduras fueron las bases para los estudios en Nicaragua. Cerca del 20% de los encargados de restaurantes, 66% de los locales en mercados abiertos y el 23% de los supermercados venden tilapia; muchos de estos tienen actitudes positivas hacia la tilapia. En la región noroeste, muy poca gente conoce la tilapia. En la región Central- Sur se tiene una percepción positiva de la tilapia pero hay preocupación acerca de la contaminación de la tilapia del Lago Managua. Debe ser importante para los productores de tilapia diferenciar entre la tilapia cultivada y la tilapia capturada. Según los gerentes entrevistados, los consumidores perciben la tilapia como un pez de agua dulce capturada en un lago sucio, y desconocen las bondades del pez cultivado. Las fincas de tilapia y los procesadores en Nicaragua necesitan garantizar el sabor, calidad y seguridad de su producto y promover estos atributos. Programas de etiquetado serán necesarios para asistir a los consumidores y diferenciar entre tilapia cultivada y capturada en lagos.

comercialización, mercadeo, tilapia, Nicaragua, supermercados, mercados

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](http://pdacrsp.oregonstate.edu)>