



ASISTENCIA TÉCNICA AL PROGRAMA
“ACCESO AL EMPLEO A TRAVÉS DE LA MEJORA DE LAS HABILIDADES LABORALES Y EL
FOMENTO EMPRESARIAL EN HONDURAS” (EURO EMPLEO)
LA/2019/412-746

ESTUDIO DE MERCADO DE LA TILAPIA EN HONDURAS

MCP20: Fortalecimiento para la sostenibilidad de cadenas de valor generadoras de autoempleos y empleos de calidad en Honduras, y vinculaciones a través de los Centros de Desarrollo Empresarial (CDE) y otros mecanismos de SENPRENDE para facilitar a los productores el acceso a los mercados

Diciembre de 2021

Roberto AROSEMENA VILLARREAL

Asistencia Técnica implementada por:

IDOM  **involas**



Este documento fue realizado con la contribución de la Unión Europea. Su contenido es exclusiva responsabilidad de sus autores y no necesariamente refleja los puntos de vista de la Unión Europea.



INDICE

Lista de acrónimos

1. Análisis del entorno actual del cultivo y comercialización de tilapia en Honduras para pequeños y medianos productores.

- 1.1. Información geopolítica.
- 1.2. Información demográfica.
- 1.3. La importancia de la acuicultura en Honduras
- 1.4. Condiciones para el desarrollo de la industria de la tilapia
- 1.5. Impacto socioeconómico del sector tilapia en Honduras
- 1.6. Nivel de pobreza e inseguridad alimentaria
- 1.7. Impacto de la tormenta Eta y el huracán Iota
- 1.8. Bibliografía

2. Caracterización de la oferta nacional e internacional de tilapia

- 2.1. Oferta nacional
- 2.2. Oferta Internacional
- 2.3. Importaciones Hondureñas
- 2.4. Bibliografía

3. Evaluación de logística, eslabones de procesamiento y comercialización

- 3.1. Demanda nacional
- 3.2. Demanda mundial
- 3.3. Principales mercados de exportación de interés estratégico para Honduras
- 3.4. Presentación del producto
- 3.5. Dinámica de precios
- 3.6. Bibliografía

4. Evaluación de logística, eslabones de procesamiento y comercialización

- 4.1. Logística
- 4.2. Procesamiento
- 4.3. Canales de comercialización
- 4.4. Bibliografía

Conclusiones y recomendaciones



Programa de Apoyo Presupuestario: Acceso al empleo a través de la mejora de las habilidades laborales y el fomento empresarial en Honduras.” (EUROEMPLEO) LA/2018/040-697



ACRONIMOS

ARSA	Agencia de Regulación Sanitaria
CDE-MIPYME	Centro de Desarrollo de la MIPYME
CENPROMYPE	Centro de promoción de la micro, Pequeña y Mediana Empresa de SICA
COVID-19	Enfermedad del Coronavirus 19 (Coronavirus disease-19)
CTA	Comité Técnico Administrativo
EUROEMPLEO	Programa de Apoyo Presupuestario de la UE para el acceso al empleo a través de las habilidades laborales y el fomento empresarial en Honduras
MIPYME	Micro, Pequeña y Mediana Empresa
PCM	Decreto del Presidente en Consejo de Ministros
PIB	Producto Interno Bruto
SAG	Secretaría de Agricultura y Ganadería
SAR	Servicio de Administración de Rentas
SENAEH	Servicio Nacional de Empleo de Honduras
SENASA	Servicio Nacional de Sanidad e inocuidad Agroalimentaria
SENPRENDE	Servicio de Emprendimiento y Pequeños Negocios
SICA	Sistema de Integración Centroamericano
STSS	Secretaría de trabajo y Seguridad Social
TDR	Términos de Referencia
UE	Unión Europea



1. Análisis del entorno actual del cultivo y comercialización de tilapia en Honduras por pequeños y medianos empresarios.

1.1. Información Geopolítica.

Información geográfica. La República de Honduras se localiza geográficamente entre los 13° 33' 16" de latitud norte y entre los 83° 8' 89" de longitud oeste.

Honduras tiene como límites geográficos al norte el mar Caribe o de las Antillas; al sur con la República de El Salvador y el Golfo de Fonseca, que comparte con Nicaragua y El Salvador; al este con Nicaragua, al sur oeste con El Salvador y al

Oeste

con Guatemala. Honduras posee una extensión total de 112,492 km² y una extensión total de costas de 820 km.

El país se divide administrativamente en 18 departamentos, los cuales a su vez se dividen en 298 municipios. Figura No.1

Las ciudades principales además de la capital son: San Pedro Sula, Danlí, La Ceiba, El Progreso, Tela, Choluteca, Puerto Cortés y Comayagua.

Geográficamente, Honduras se divide en múltiples regiones, las que muestran características propias en base a su extensión territorial, las formas de relieve, actividades económicas y de producción, así como los centros de población. (Figura No. 2)



Figura No. 2. Regiones geográficas de Honduras.

Figura No. 1. Departamentos Administrativos de Honduras. Fuente: 1.10

1.2. Información Demográfica.

Población Total. La población de Honduras al mes de noviembre de 2021 es de 9,509,522 habitantes de las cuales. 4,627,541 son hombres y 4,881,981 son mujeres.

1.13

Población Rural. De acuerdo al Banco Mundial, en 2020 la población habitando en las zonas rurales del país ha ido decreciendo progresivamente en los últimos años conforme sus pobladores optan trasladarse a las ciudades en busca de mejores condiciones de vida o por la migración hacia afuera del país. En el año 2000 la población rural representaba el 54.5% de la población total del país, para el año 2020

esta cantidad había disminuido a 41.6%. 1.14

Distribución de la Población. La distribución de la población en el país presenta una alta concentración en lo Departamentos de Cortés, Fernando Morazán, Yoro y Olancho los cuales agrupan a casi el 60% de la población.

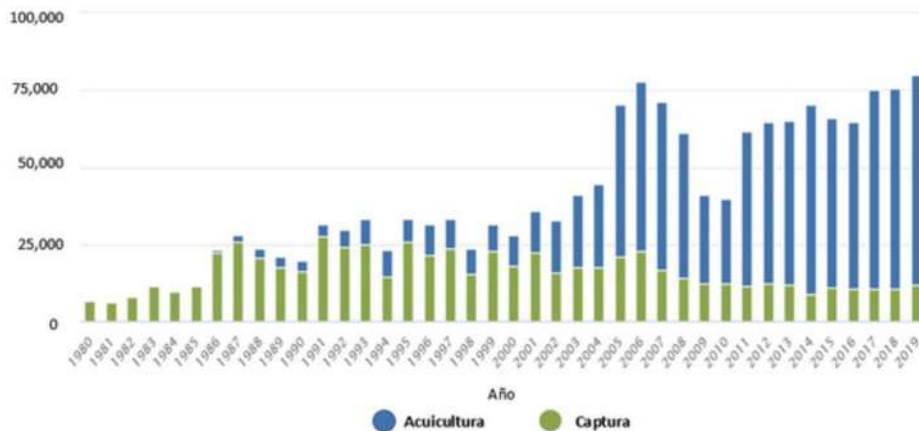
Los Departamentos de Colón, Intibucá, La Paz, Valle, Ocatepec, Gracia de Dios, Islas de la Bahía, El Paraíso, Santa Bárbara y Copán en su conjunto solo representan el 20% de la población total de país.



Gráfica No. 1. Distribución porcentual de la población por Departamento. Fuente: **18**

1.3. La importancia de la acuicultura en Honduras.

La participación de la acuicultura en Honduras en la producción de peces y mariscos es, comparado con la pesca de captura, es cada vez mas importante. Esta tendencia continuará conforme las capturas sigan declinando, o en el mejor de los casos se mantengan, ante un entorno de crecimiento constante de la población y la demanda.



Gráfica No. 2. Participación de la acuicultura en el sector pesquero y acuícola en Honduras. Fuente: **1.15**



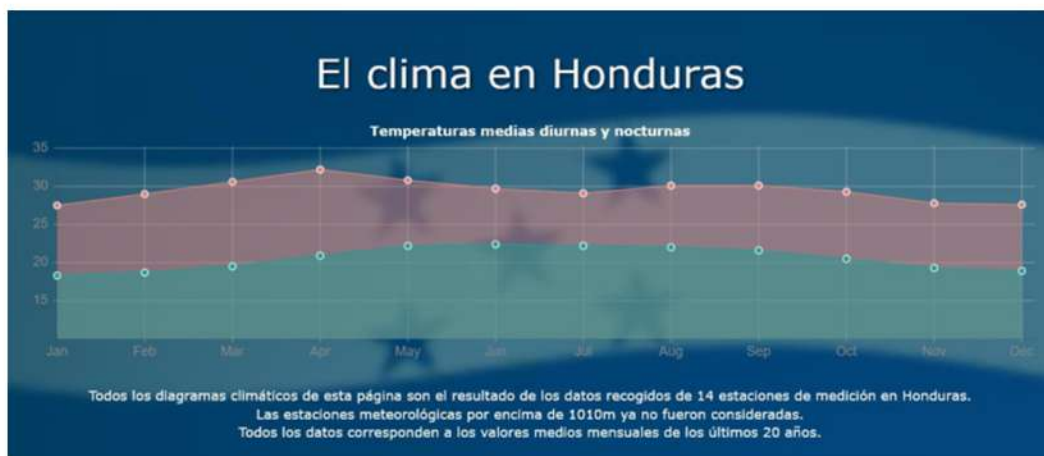
El Gobierno de Honduras debe reconocer esta situación y otorgar los apoyos programáticos y de política pública necesarios para detonar esta fuente de ingresos, empleos y alimentos saludables para la población.

1.4. Condiciones para el desarrollo de la industria de la tilapia.

El potencial de Honduras para desarrollar el cultivo de tilapia en las zonas rurales es muy grande y se base en forma importante en el hecho de que posee condiciones climáticas, geográficas e hídricas muy favorables para el desarrollo de este cultivo.

Los parámetros de clima en Honduras son muy adecuados a los requeridos para llevar a cabo un éxito cultivo de tilapia, lo que permite su desarrollo a lo largo de todo el año.

Uno de los principales parámetros es la temperatura. La tilapia tiene una temperatura óptima para si crecimiento de 28 oC. La cual se encuentra muy cerca del promedio de temperaturas anuales en el país, como se puede observar en la siguiente gráfica:



Gráfica No. 3. Temperaturas medias mensuales en Honduras. Fuente: 1.7

Otro elemento favorable y fundamental es la gran disponibilidad de agua con que cuenta el país, producto de precipitaciones abundante que alimentan ríos, lagos y lagunas.



La temporada o estación lluviosa inicia en mayo y concluye en noviembre, es el periodo donde se experimentan las temperaturas más altas y en los meses donde se registran la mayor cantidad de lluvias. Honduras se ubica en la posición 33 de

los países que más llueve a nivel mundial. **1.6**

El valor de Promedio detallado de precipitaciones (mm anuales) en Honduras fue 1,976 en 2014. Como el siguiente gráfico muestra, durante los últimos 52 años este indicador ha alcanzado un valor máximo de 1,976 en 2014 y un valor mínimo de 1,976 en 1962. **1.5**

Lagos y represas. Las abundantes precipitaciones que se generan el país propician la presencia de cuerpos de agua dulce con un alto potencial de explotación de tilapia mediante los sistemas de cultivo de jaulas flotantes, que han probado ser, alrededor de mundo, un sistema de producción efectivo y confiable.

Destacan en el país el Lago Yojoa y la Represa El Cajón, en las cuales ya se encuentran unidades de producción generando acuicultura. Otra represa que se perfila con un gran potencial es la de Patuca III, de reciente construcción.

Sin embargo, el potencial no se encuentra solamente en los grandes cuerpos de agua sino en los cientos de cuerpos mas pequeños distribuidos en todo el país y que pueden soportar pequeñas y medianas unidades de producción rural, para la comercialización local y el autoconsumo.

Otras condiciones. El país cuenta con infraestructura básica apropiada para atender las necesidades de esta actividad. Sin embargo, es importante señalar que para el crecimiento y consolidación de la misma se requerirán inversiones en plantas, procesadoras, cadena de frío y logística, para poder hacer llegar el producto de las unidades de producción a los mercados locales, nacionales e internacionales.

Una limitante manifiesta para la acuicultura rural es la falta de caminos adecuados que permitan la introducción de insumos y extracción de productos de las zonas más remotas.

1.5. Impacto socioeconómico del sector tilapia en Honduras.



El cultivo de tilapia en Honduras representa una importante actividad productiva que permite a los productores rurales obtener una fuente de ingresos como medio de vida o para complementar otras actividades que pueda realizar.

El impacto e importancia de esta actividad como fuente generadora de empleo rural queda manifestada en los resultados de una reciente encuesta realizada por EUROLABOR/SENPRENDE, en la que se entrevistó a 368, lo que representa en 65% del universo total de 568 productores registrados en el país por parte de la Secretaría de Agricultura. De los 368 encuestados, 279 pertenecen a la categoría de micros y pequeños productores, esto es, el 73% del total.

Este estudio pudo demostrar que las fincas encuestadas son un importante soporte al sustento de un total de 10,943 familias generando 2,607 empleos permanentes y 8,336 empleos temporales. **3.1** Otras fuentes reportan, asimismo, que esta actividad beneficia

además a 61,000 personas vinculadas con los diversos programas de responsabilidad social en las comunidades aledañas al embalse del Lago de Yojoa. **12.1**

Con base en esta información, si extrapolamos los resultados anteriores al total del universo de fincas en el país (568), podemos obtener que se generan 3,571 empleos permanentes y 11,419 empleos temporales. Si consideramos los empleos indirectos permanentes en una relación conservadora de 2:1 en relación de los empleos permanentes, podemos agregar a los anteriores 7,142 empleos. En total, y en base a información sólida colectada en campo en forma directa, podemos considerar que la actividad de **cultivo de tilapia en Honduras tiene un alto impacto social al proporcionar total o parcialmente el sustento de alrededor de 22,132 familias.**

Estos datos muestran la relevancia de esta actividad como una herramienta de creación de empleos que debe ser apoyada para mitigar graves problemas del país como la migración y el desempleo.

1.6. Nivel de Pobreza y Seguridad Alimentaria.

Se incluye este tema en el presente trabajo con la finalidad de dar contexto y reforzar la importancia del cultivo de tilapia para coadyuvar en la compleja solución de estos problemas.

El cultivo de tilapia es una excelente herramienta para combatir uno de los grandes problemas que aquejan a Honduras que es la pobreza y la falta de seguridad



alimentaria. Aunque estos no son problemas privativos de este país, la realidad es que están presentes y son generadores de graves problemas sociales como son la inseguridad y la migración.

Esta problemática se ha visto agravada por dos elementos externos, los fenómenos climáticos y la pandemia del COVID 19.

La pandemia de la COVID-19 afectó significativamente la economía de Honduras. Se espera que el PIB del país se haya contraído un 9% en 2020 debido a la pandemia y al impacto sin precedentes de dos huracanes sucesivos. Alrededor del 45% de los hogares, según encuestas del Banco Mundial, reportaron pérdidas de ingresos en agosto 2020, que probablemente se deterioraron aún más con los huracanes de noviembre. Las proyecciones sugieren que la proporción de personas que viven por debajo de la línea de pobreza de 5,50 dólares al día podría aumentar al 55,4 por ciento en 2020, lo que resultaría en más de 700.000 nuevos pobres, mientras que la desigualdad aumenta ligeramente. **1.4**

La suma de condiciones preexistentes, los efectos de la pandemia COVID 19 y los efectos del impacto de la tormenta Eta y el huracán Iota en 2020, han llevado a la Organización para la Agricultura y la Alimentación (FAO), de la Organización de las Naciones Unidas, a colocar a Honduras, junto con El Salvador, Guatemala, Haití y Venezuela, en la lista de países en Latinoamérica y el Caribe que presentan un riesgo grave de sufrir inseguridad alimentaria. **1.2**



Figura No. 3. Países de América Latina y el Caribe en riesgo grave de inseguridad alimentaria. Fuente: 1.2

1.7. Impacto de la tormenta Eta y el huracán Iota sobre la producción de tilapia.

Honduras es un país vulnerable a distintas amenazas naturales, que contribuyeron a generar 82 desastres entre 1970 y 2019, de los cuales 67 tuvieron causas hidrometeorológicas o climáticas. Destacan los desastres generados por los huracanes Fifi en 1974 y Mitch en 1998, que causaron 8.000 y 14.000 muertes, respectivamente. Las tormentas se han hecho cada vez más frecuentes en este país. Entre ambos huracanes hubo seis tormentas, y entre el huracán Mitch y la tormenta tropical Eta y el huracán Iota, ocurrieron 11 tormentas tropicales. (1)

La estimación de pérdidas agropecuarias (2020) en tres tipos: pérdidas por reducción de superficie cosechada (L. 2 668 millones en 2020), pérdidas por reducción en productividad (L. 2 067 millones) y pérdidas por afectaciones en la calidad del producto agropecuario (L. 325 millones). Las pérdidas por reducción en superficie cosechada representaron el 53% del total en pérdidas estimadas del sector agropecuario. El 41% de pérdidas se estimaron por reducción en productividad de las actividades económicas agropecuarias. El 6% de las pérdidas estimadas fueron asignadas a problemas de la calidad con una afectación económica en los precios



recibidos al productor hondureño. Las pérdidas agropecuarias (2021) proyectadas son únicamente por reducción en superficie cosecha por un valor de L. 1 711 millones. **(1)**

En el caso particular de sector de cultivo de tilapia se estima que la afectación de Eta y Iota ocasionó pérdidas por cuando menos 41 millones de Lempiras.

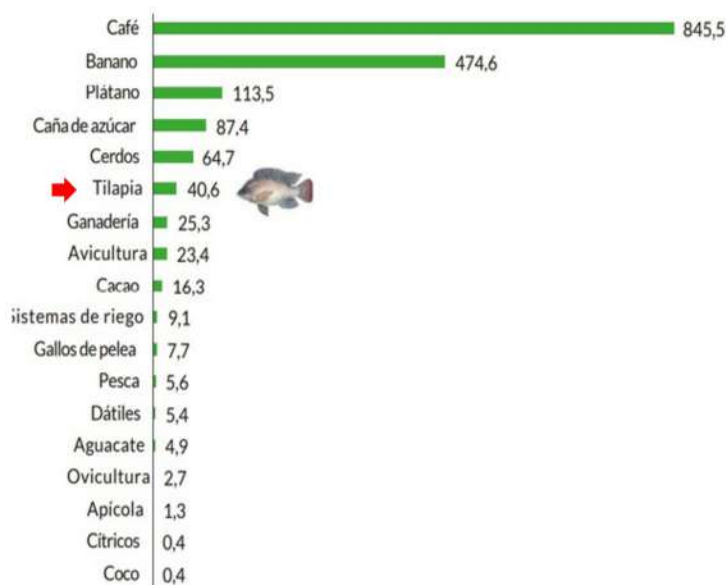


Figura No. 4. Daños de la tormenta Eta y el huracán Iota al sector agropecuario y cultivos (Millones de Lempiras). Fuente: Adaptado de **1.1**

60% el

de estos daños fueron en el Departamento de Cortes, aproximadamente el 20% en Yoro y el resto en dispersos en otros Departamentos.

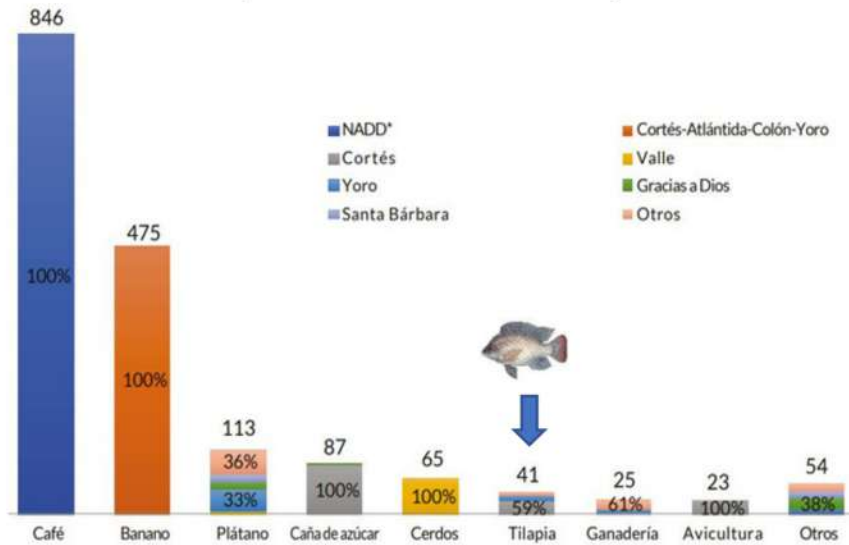


Figura No. 5. Daños agropecuarios por producto y departamento. (Millones de Lempiras-Porcentajes). Fuente: 1.1

1.8. Bibliografía.

- 1.1 BID, CEPAL 2021, Evaluación de los efectos e impactos de la tormenta tropical Eta y el huracán Iota en Honduras. Nota Técnica No IDB-TN-2168.
- 1.2 WFP and FAO. 2021. Hunger Hotspots. FAO-WFP early warnings on acute food insecurity: March to July 2021 outlook. Rome.
- 1.3 León, Carlos 2021; Informe final de la Misión de Asistencia Técnica a Corto Plazo MCP16, del Programa Acceso al Empleo a través de la Mejora de las Habilidades Laborales y el Fomento Empresarial en Honduras. EUROEMPLO-SENPRENDE.
- 1.4 <https://www.bancomundial.org/es/country/honduras/overview#1>
- 1.5 <https://www.indexmundi.com/es/datos/honduras/precipitacion-profunda-media#AG.LND.PRCP.MM>
- 1.6 https://es.wikipedia.org/wiki/Clima_de_Honduras
- 1.7 <https://www.datosmundial.com/america/honduras/clima.php>
- 1.8 Elaboración propia con datos de <https://www.ine.gob.hn/V3/>
- 1.9 <https://redhonduras.com/geografia/>
- 1.10 <https://www.fao.org/3/ac768s/ac768s02.htm>



Programa de Apoyo Presupuestario: Acceso al empleo a través de la mejora de las habilidades laborales y el fomento empresarial en Honduras.” (EUROEMPLEO) LA/2018/040-697



- 1.11 <https://www.fao.org/3/ac768s/ac768s02.htm>
- 1.12 <https://www.sica.int/busqueda/Noticias.aspx?IDItem=122772&IDCat=2&IdEnt=47>
- 1.13 <https://www.ine.gob.hn/V3/>
- 1.14 <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.RUR.TOTL.ZS?locations=HN>
- 1.15 <https://www.fao.org/fishery/en/facp/hnd?lang=es>





2. Caracterización de la oferta nacional e internacional de tilapia

2.1. Oferta Nacional.

Número, características y distribución de las Unidades de Producción.

De acuerdo con datos de la Cadena Tilapia, de la Secretaría de Agricultura y Ganadería, en el país existen 568 Unidades de Producción, distribuidas en 16 de los 18 departamentos y cubriendo un área total de 602 hectáreas.

De este total, se considera que el 76% son granjas catalogadas como micros y pequeñas, esto es con una producción menor a 20,000 lb al año; 8% medianas con producciones entre 20,000 y 35,000 libras anuales y el 16% restantes son grandes con una producción mayor de 35,000 libras anuales.**2.10**

La mayor parte de la producción está ubicada en las regiones Noroccidental, Nororiental y Centro Occidental, donde se concentran el 72% de las unidades de producción, seguida por la región Centro Oriental con un 17%.

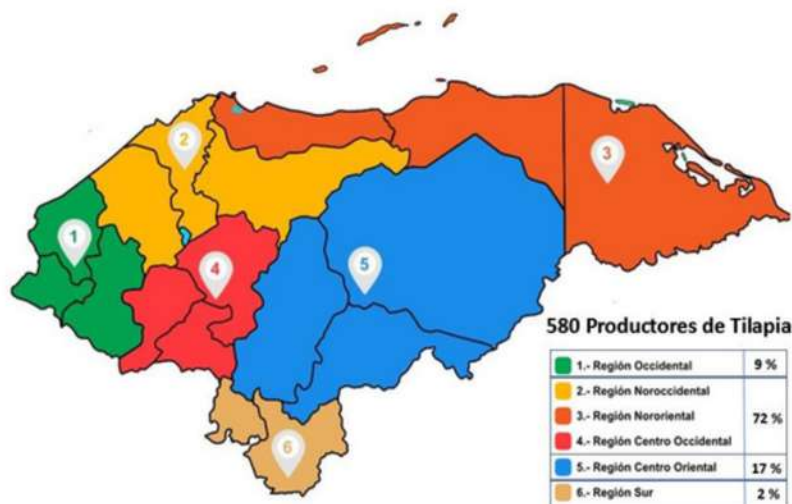


Figura No. 6. Distribución de los productores de tilapia por Departamento. Fuente: **2.2**



El sector piscícola muestra una gran polarización, ya que, si bien el 84% de las granjas son pequeñas y medianas, éstas producen solo el 22% de la producción, siendo una sola granja industrial, Aquafincas, la que concentra el 78% del volumen de producción. Esta situación diferencia la oferta, ya que los pequeños y medianos productores solo pueden tener al acceso local debido a que no pueden consolidar los volúmenes que se requiere para la exportación.

El volumen de la oferta de tilapia Hondureña.

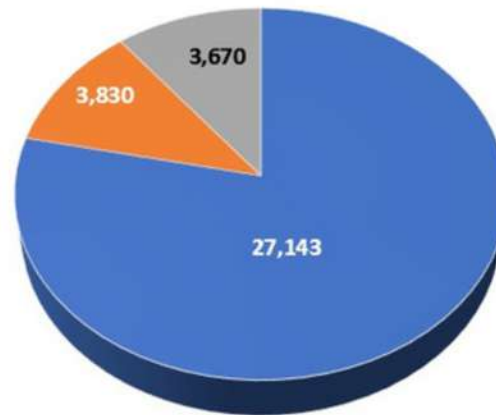
En la Tabla XX se muestra el volumen total de la oferta de tilapia en Honduras, establecida como la suma de la producción nacional más las importaciones. Se utilizaron datos de 2018 para evitar las distorsiones en la producción ocasionadas por la pandemia del COVID en 2019 y 2020, así como por la tormenta Eta y el Huracán Iota. Para lograr valores homogéneos que puedan ser comparables, se realizó el ejercicio de convertir los volúmenes reportados de filetes a su equivalente en peso entero, utilizando un rendimiento promedio de fileteo equivalente al 35% del peso entero.

Como se puede observar la oferta total de tilapia Hondureña es de 35,906 toneladas (78.9 millones de libras) en peso entero. De este total, 27,143 toneladas (59.7 millones de toneladas) en peso entero, está destinado a exportación, por lo que la oferta remanente para el mercado nacional es de 8,783 toneladas (19.3 millones de libras) peso entero. Lo que vendría a representar un consumo per capita aproximado de 0.9 kg de tilapia/persona/año.

Los resultados de producción señalados en la Tabla No. 1, son congruentes con las estimaciones establecidas por fuentes nacionales actores importantes del sector. De igual manera, los datos son compatibles por lo reportado por

2.13,2.14,2.15

FAO/GLOBEFISH para las producción nacional Hondureña en 2018.2.16



Producción Total Nacional:
34,643 toneladas métricas (76.2 millones de libras.)

■ Industrial ■ Semi-Industrial ■ Pequeña Escala

Gráfica No. 4. Producción nacional de tilapia por subsector, 2019 (toneladas métricas). Fuente: Elaboración propia con datos de 2.2

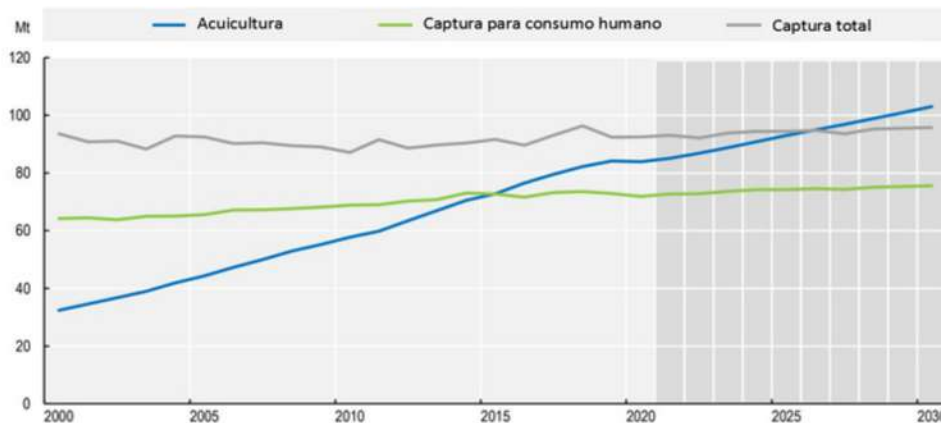
Origen	Filete (ton)	Entero (ton)	Equivalencia a entero ⁽³⁾	
			(ton)	M de lb
Producción Nacional ⁽¹⁾				
Industrial	9,500	-	27,143	59,714,286
Semi-Industrial	-	3,830	3,830	8,426,000
Pequeña Escala	-	3,630	3,630	7,986,000
Total Nacional	9,500	7,460	34,603	76,126,286
Importaciones ⁽²⁾				
China / El Salvador	456	-	1,303	2,866,286
Total Importación	456	-	1,303	2,866,286
Total Nacional	9,956	7,460	35,906	78,992,571

Tabla No. 1. Oferta total de tilapia Hondureña para todos los mercados, uniformizando unidades a peso entero. **Fuente:** Elaboración propia con datos de (1) 2.13 y (2) 2.15. **Nota:** (3) Porcentaje de rendimiento en fileteo considerado para conversión a peso entero = 35%



2.2. Oferta Internacional.

La Gráfica No. 5 muestra que la tendencia en la producción acuícola mundial presenta un crecimiento continuo al año 2030. Este incremento en la producción representa asimismo un incremento en la oferta mundial y por lo tanto en el comercio internacional, lo cual debe ser considerado por los productores nacionales para lograr niveles de eficiencia en todos los eslabones de la cadena, que le permita enfrentar este incremento en una forma competitiva.

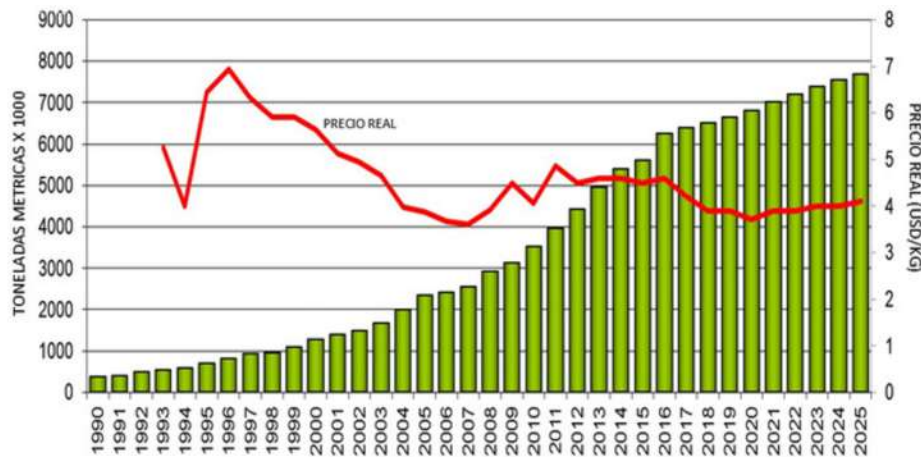


Gráfica 5. Producción mundial por actividad 2000-2021 y proyecciones 2021 a 2031 (toneladas métricas). Fuente: **2.6**

En el caso particular de la producción de tilapia a nivel mundial, esta se ha venido incrementando en forma constante año con año, hasta alcanzar casi 7 millones de toneladas en 2021. Se proyecta para el año alcanzará casi 8 millones de toneladas **2.12** Es por lo anterior que se considera que la oferta de producto de importación seguirá presente en Honduras, lo que requerirá políticas públicas y programas de apoyo a los productores para poder ser competitivos ante esta situación.

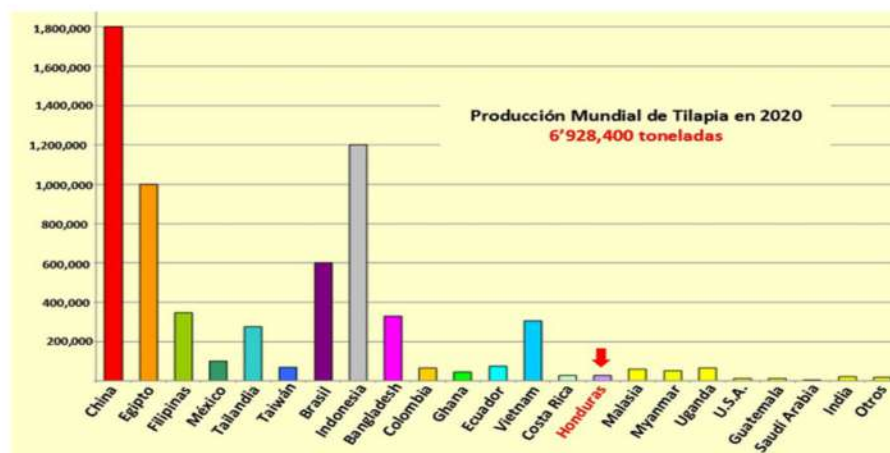


Programa de Apoyo Presupuestario: Acceso al empleo a través de la mejora de las habilidades laborales y el fomento empresarial en Honduras.” (EUROEMPLO) LA/2018/040-697



Gráfica 6. Crecimiento de la oferta y demanda mundial de tilapia y comportamiento de precios reales. Fuente: 2.12

Si bien la producción de Honduras no es representativa en el mercado mundial comparado con los principales productores mundiales como China, Egipto, Indonesia y Filipinas, se debe mencionar que su producción es superior a países con mas población y recursos como son la India o Saudí Arabia. Lo anterior expresa muy bien el potencial que tiene este país por su disponibilidad de recursos naturales y condiciones climáticas y de que, si se dan las condiciones adecuadas, Honduras pueda establecer una presencia importante en los mercados mundiales de tilapia.



Gráfica 7. Principales países productores de tilapia en el mundo-2020, (toneladas). Fuente: 2.11



2.3. Importaciones Hondureñas

El mercado Hondureño se ve afectado por la importación de filete de tilapia principalmente de China. Los bajos precios a los que se expende este producto en el mercado internacional hacen muy difícil para el productor Hondureño competir en el filete, asimismo, cuando el consumidor tiene acceso a filete barato podrá optar por consumir este en lugar del producto entero al que se encuentra acostumbrado.



Filete chino de importación con un 40% de glaseado

Se ha señalado en múltiples fuentes que la competencia que representa el filete Chino en gran medida es desleal y a veces alcanza condiciones de “dumping”. China produce casi 2 millones de toneladas de tilapia al año lo que representa una economía de escala que le permite bajar el costo unitario de sus productos. De igual manera se tiene demostrado el alto porcentaje de agua que es añadido al producto (glaseado) lo que modifica substancialmente el peso neto del producto, esto es, venden agua a precio de pescado. Se han hecho también señalamientos de diversos tipos de subsidios gubernamentales chinos a la exportación.

Ante este escenario podemos mencionar que en el 2019 Honduras importó 900,050 libras (432 toneladas métricas) de filete chino (Gráfica 8) con un valor de 1.3 millones de dólares. Esta cantidad continuó con la disrupción de la dinámica normal del mercado, afectando el precio y la competitividad de los productores.

En el año 2020, los productores organizados en la Asociación de Productores Piscícolas de Honduras (APPIH), gestionaron ante el Gobierno Federal un incremento en el arancel de importación logrando elevarlo del 15% al 35%, lo cual de inmediato se reflejó en una nivelación del precio en los mercados locales. **2.13, 2.14,**

2.15 Considerando la imposición en Estados Unidos de un arancel del 25% a la tilapia China, los expertos mencionan que los Chinos buscarán mercados alternativos a



Estados Unidos que no tengan aranceles **2.7**, es por esto que el arancel Hondureño debe ser mantenido para blindar el mercado contra un posible incremento de importaciones.

Existen muchos indicadores de que la oferta de tilapia China en el mercado mundial podría disminuir en los próximos años debido a que se presentan una serie de condiciones, entre las cuales se puede mencionar: a) la producción no ha presentado un crecimiento significativo. b) los costos de producción se están incrementando rápidamente, c) Estados Unidos tiene un arancel del 25% impuesto a las importaciones de la tilapia china, d) el mercado nacional de China está creciendo y e) El área de producción se encuentra limitada a la parte sub-tropical del país. Todo lo anterior parece indicar que China se acerca a alcanzar sus niveles máximos de producción. **2.7**



Gráfica 8. Importaciones de filete de tilapia por Honduras 2015-2019 (toneladas). Fuente: **2.8**



Gráfica 9 . Valor de las importaciones de filete de tilapia por Honduras 2015-2019 (miles de dólares). Fuente: 2.9

2.4. Bibliografía del capítulo

- 2.1 CDE MIPYME VL, 2018. Oportunidades de Mercado para la Tilapia. Tegucigalpa, Honduras.
- 2.2 Secretaría Técnica de la Cadena Tilapia, SAG. Tegucigalpa, Honduras.
- 2.3 La Tribuna, 2019. La producción de tilapia supera las 34,500 toneladas. <https://www.latribuna.hn/2019/08/21/produccion-de-tilapia-supera-34500-toneladas/>
- 2.4 Conexión, 2021. Honduras produce 27 millones de libras de tilapia afirma Johnny Talhami. <https://conexion.hn/2021/03/produccion-tilapia-honduras/>
- 2.5 FUNDER, Tegucigalpa., Honduras Aguilar, G.A., Durón N., 2018. Investigación de mercado para la comercialización de tilapia y camarón producida en la región sur de Honduras”
- 2.6 OECD/FAO (2021), OECD-FAO Agricultural Outlook 2021-2030, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/19428846-en>
- 2.7 GLOBEFISH - Information and Analysis on World Fish Trade. <https://www.fao.org/in-action/globefish/market-reports/resource-detail/en/c/1416636/>
- 2.8 ITC Trade Map. <https://bityl.co/9wyc>
- 2.9 ITC Trade Map <https://bityl.co/9wyg>
- 2.10 León, Carlos 2021; Informe final de la Misión de Asistencia Técnica a Corto Plazo MCP16, del Programa Acceso al Empleo a través de la Mejora de las Habilidades.
- 2.11 Fitzsimmons K., 2021. Global view of tilapia production and markets. IFC 2021, Brasi
- 2.12 Fitzsimmons K., 2021. Tilapia farming: prospects of the future. FAO
- 2.13 Comunicación personal de José A. Guerrero, Secretario Técnico de la Cadena de Tilapia,
- 2.14 Comunicación personal de Johnny Talhami, Presidente de la APPIH.



**Programa de Apoyo Presupuestario: Acceso al empleo a través de la mejora de las habilidades laborales y el fomento empresarial en Honduras.”
(EUROEMPLO) LA/2018/040-697**



- 2.15 Comunicación personal de Edwin Altamirano, productor.
- 2.16 Honduras. Globefish Market Report 2018.
<https://www.fao.org/3/cb5645en/cb5645en.pdf>



3. Caracterización de la demanda nacional e internacional de tilapia

3.1. Demanda Nacional.

Demanda Nacional Aparente.

En la Figura No. 7 se observa el cálculo de la demanda nacional aparente de tilapia en peso entero (convirtiendo el peso de filete a su equivalente en peso entero). Los resultados muestran que el mercado nacional está demandando el equivalente a 11,820 toneladas métricas (26 Millones de libras) de tilapia al año. Esta cantidad representaría un consumo per capita de tilapia del 0.9 kg/persona/año.

Esta demanda se genera principalmente en las ciudades con mayor población como Tegucigalpa, San Pedro Sula y Ceiba. **3.15**



Figura 7. Demanda nacional aparente de tilapia 2018 (peso entero).

Fuente: Elaboración propia con datos de **3.5, 3.8, 3.9**

Consumo per Cápita.

Uno de los principales indicadores del potencial de crecimiento en el consumo de pescados y mariscos está representado por el consumo *per capita* (consumo por persona) que tiene un país. De acuerdo a FAO, Honduras tiene un consumo per capita de cerca de 5 kg/persona/año. **3.1**, Si comparamos este dato con el consumo promedio per capita de pescados y mariscos a nivel mundial de poco más de 20



kg/persona/año **3.12**, podemos tener claro que, con programas y políticas de fomento al consumo, capacitación a la cadena de valor y educación a los consumidores, el potencial de crecimiento de la demanda es muy grande.



Gráfica No. 10. Consumo per capita promedio de pescados y mariscos en países de América Latina y el Caribe (Kg/persona/año). Fuente: **3.1**

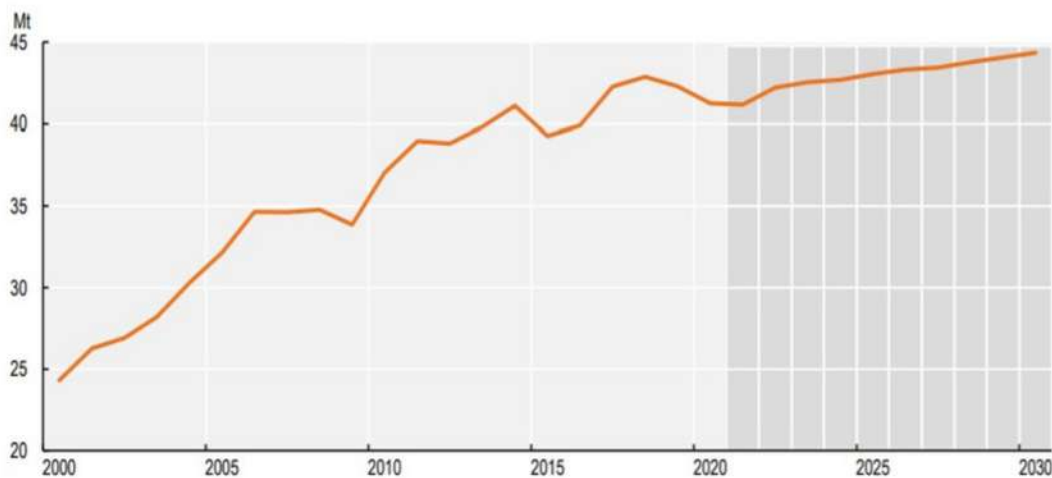
Se reporta que durante el período 2009-2014 el consumo per capita de tilapia en Honduras tuvo un promedio anual de 1.5 kg/persona/año. **3.15** Los cálculos realizados por el autor para 2018 revelan que este valor disminuyó a 0.9 kg/persona/año. Esto parecería indicar, a reserva de los ajustes en el procedimiento de cálculo, que la producción de tilapia en Honduras no ha podido mantener un crecimiento proporcional al de la población, por lo que pudiéramos inferir que existe un cierto nivel de desabasto. Se requieren estudios mas detallados para poder precisar con mas detalle el comportamiento real del consumo per cápita y los motivos por su variación.



3.2. Demanda Mundial

El mercado mundial de tilapia alcanzó un valor de US\$ 7.900 millones en 2020. Se espera que el mercado crezca a una tasa compuesta anual del 6,1% durante 2021-2026 **3.10**

Como se muestra en la Gráfica 11 las proyecciones de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos y de la FAO muestran que el comercio



Gráfica 11. Exportaciones mundiales de pescado 2000-2021 y proyecciones 2021 a 2030 (millones de toneladas). Fuente: **3.3**

internacional de pescado se incrementará en la próxima década. Si bien, esto puede representar un incremento en la oferta de importaciones presente en el mercado nacional como ya se mencionó, sin lugar a dudas representará un incremento en la demanda de los países importadores de importancia como son Estados Unidos, México y la Comunidad Europea. **3.3**

Este incremento también se ve reflejado en lo que respecta a la demanda de tilapia en particular a nivel mundial. En la Gráfica 11 podemos observar la proyección de incremento en la oferta y demanda, la cual en 2020 alcanzó una demanda mundial de casi 7 millones de toneladas (15,400 millones de libras).



3.3 Principales Mercados de Exportación de Interés Estratégico para Honduras.

Estados Unidos.

En los Estados Unidos de América, el primer importador de tilapia en el mundo, el consumo se mantuvo relativamente estable durante toda la pandemia. La tilapia es la cuarta especie de pescado más popular entre los consumidores estadounidenses, de la cual se vio dispararse las ventas minoristas a medida que los consumidores domésticos buscaban opciones de mariscos versátiles y fáciles de preparar. Según la Administración Nacional Oceánica y Atmosférica (NOAA), en 2020 se importaron 190 453 toneladas de tilapia por un valor de USD 615 millones, lo que representa aumentos del 10 por ciento en términos de volumen y del 2,3 por ciento en valor en comparación con 2019. Los filetes de tilapia congelados representaron la mayoría de estas importaciones, representando el 61 por ciento del valor. **3.6**

En los últimos 5 años Honduras exportó a Estados Unidos un promedio de 16 millones de libra (8,883 toneladas métricas) de tilapia, de las cuales el 81% corresponde a la presentación de filete fresco, esto es, un promedio anual de 16 millones de libras (7,192 toneladas métricas). **3.13**

La preponderancia de la exportación de filete fresco corresponde a una de las grandes ventajas competitivas que tiene Honduras con respecto a China para acceder al mercado de Estados Unidos, esto es, la cercanía geográfica, lo cual le permite ofrecer filete fresco utilizando fletes aéreos. Por su distancia, China está económicamente impedida de hacer envíos aéreos como estos. Esta ventaja, debe ser capitalizada y explotada al máximo. Los pequeños y medianos productores deben de recibir los apoyos financieros, de acompañamiento tecnológico y empresarial necesarios para poder consolidar sus producciones y poder beneficiarse de este mercado.



Año	Entero		Filete Fresco		Filete Congelado		TOTAL	
	Tons	USD\$ x 1000	Tons	USD\$ x 1000	Tons	USD\$ x 1000	Tons	USD\$ x 1000
2017	262	574	7,631	44,357	315	1,325	8,208	46,256
2018	253	486	7,380	43,255	794	3,782	8,427	47,523
2019	322	643	6,904	39,264	2,151	14,707	9,377	54,614
2020	392	820	7,787	41,301	2,147	11,627	10,326	53,747
2021	250	687	6,257	35,994	1,571	11,536	8,078	48,218
TOTAL	1,479	3,211	35,959	204,171	6,978	42,977	44,416	250,358
Promedio	296	642	7,192	40,834	1,396	8,595	8,883	50,072

Tabla No. 2. Importaciones de Estados Unidos de filete de tilapia Hondureña, por año y presentación. Fuente: **3.13**

El impacto de la caída de la oferta China en la demanda mundial de tilapia. Existen

muchos indicadores de que la oferta de tilapia China en el mercado mundial podría disminuir en los próximos años debido a que se presentan una serie de condiciones, entre las cuales se puede mencionar: a) la producción no ha presentado un crecimiento significativo. b) los costos de producción se están incrementando rápidamente, c) Estados Unidos tiene un arancel del 25% impuesto a las importaciones de la tilapia china, d) el mercado nacional de China está creciendo y e) El área de producción se encuentra limitada a la parte sub-tropical del país. Todo lo anterior parece indicar que China se acerca a alcanzar sus niveles máximos de producción. **3.11** La disminución de la oferta China en los mercados mundiales representa sin lugar a dudas una oportunidad para la tilapia Hondureña ya que la demanda actual cubierta por China deberá ser remplazada por productos de otros países.

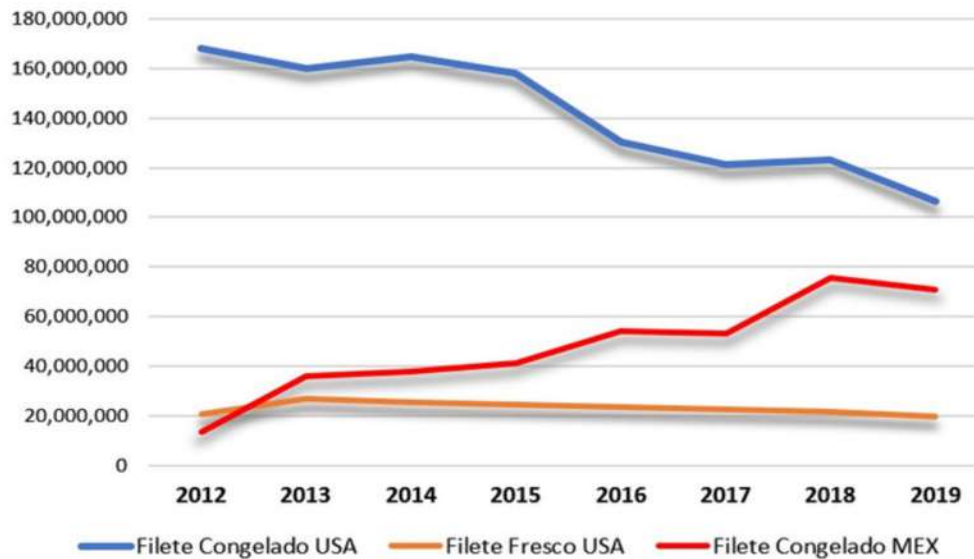
México.

Honduras se encuentra privilegiado con le cercanía geográfica a los dos principales mercados de tilapia del mundo, los Estados Unidos y México. Teniendo la opción inclusive en el caso de México, de realizar transporte de producto por medio terrestre.

Una situación de especial interés es el comportamiento de la demanda en estos dos países. En la Gráfica 12 podemos observar que el volumen de importación de tilapia en Estados Unidos tiene una demanda a la baja, probablemente por la competencia



con productos como el Basa, en México esta tendencia se encuentra a la alza. Esta situación debe ser capitalizada por los productores Hondureños.



Gráfica No. 12. Importaciones totales de filetes de tilapia de Estados Unidos y México (kg) Fuente: Elaboración propia con datos de ^{3.13, 3.14}

3.4. Presentación del Producto.

La tilapia destinada para el mercado nacional se comercializa primordialmente entera, eviscerada y puede llevar o no las agallas. Posteriormente podrá se fileteada, pero es una labor normalmente realizada por los comercializadores ó en los puntos finales de venta. El pequeño y mediano productor normalmente no utiliza ningún tipo de empaque, sino que entrega a granel, fresca, al comercializador.

Un porcentaje menor de producto se expende empacados en bolsas impresas con la marca del proveedor

La tilapia destinada a exportación es normalmente en presentación de filete, el cual puede ser fresco ó congelado. Dependiendo de los requerimientos del cliente estos filetes se pueden clasificar por tamaños y se venden con diferentes tipos de empaques. Estas presentaciones son abastecidas por la empresa industrial del país que cuenta con la capacidad de procesamiento y empaque necesarios ya que su producto principal es de exportación.



3.5. Dinámica de Precios.

De acuerdo con diversas comunicaciones personales con representantes de la Cadena Tilapia y la Asociación de Productores Piscícolas de Honduras, así como productores, en este momento el margen de utilidad de los medianos productores es de alrededor de un 40%. Sin embargo, cabe señalar la existencia de un arancel compensatorio a las importaciones que ha permitido nivelar los precios en el mercado nacional, es de suma importancia que este arancel se mantenga para poder darle competitividad al producto nacional.

Es muy importante que se lleve a cabo un análisis detallado (el cual escapa al alcance del presente trabajo) de costos de producción y precios de venta en los diversos nichos de los mercados tanto nacional como internacional, para identificar el nivel de competitividad que puedan tener los pequeños y medianos productores Hondureños y de esa forma enfocar los programas de promoción a la producción y al consumo.

Es indiscutible que existen áreas de oportunidad importantes para lograr la reducción de costos de producción y procesamiento a través de programas de apoyo y políticas públicas que permitan la optimización productiva y el desarrollo de esquemas organizativos de integración. A un menos costo, los productores podrán tener acceso a nichos de mercado que en este momento no pueden hacerlo debido al precio de venta de estos nichos.

3.6. Bibliografía.

- 3.1 Flores Nava, A. y Mendoza Ramirez, David H. 2021. *Seminario regional sobre estrategias de fomento del consumo de pescado con enfoque de salud y nutrición.* Santiago de Chile. <https://doi.org/10.4060/cb6305es>
- 3.2 CDE MIPYME VL, 2018. Oportunidades de Mercado para la Tilapia. Tegucigalpa, Honduras.
- 3.3 OECD/FAO (2021), OECD-FAO Agricultural Outlook 2021-2030, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/19428846-en>
- 3.4 http://derechosdelamujer.org/wp-content/uploads/2021/02/Boleti%CC%81n-maquilas-ante-el-COVID_2020.pdf
- 3.5 Secretaría Técnica de la Cadena Tilapia, SAG. Tegucigalpa, Honduras
- 3.6 GLOBEFISH - Information and Analysis on World Fish Trade. <https://www.fao.org/in-action/globefish/market-reports/resource-detail/en/c/1416636/>
- 3.7 GLOBEFISH - Information and Analysis on World Fish Trade. <https://www.fao.org/in-action/globefish/market-reports/resource-detail/en/c/1379264/>
<https://doi.org/10.4060/ca9229en>



- 3.8 ITC Trade Map <https://bitly.co/9xbO>
- 3.9 ITC Trade Map <https://bitly.co/9xbP>
- 3.10 <https://www.imarcgroup.com/tilapia-market>
- 3.11 Fitzsimmons K., 2021. Global view of tilapia production and markets. IFC 2021, Bras
- 3.12 FAO. 2020. *The State of World Fisheries and Aquaculture 2020. Sustainability in action*. Rome.
- 3.13 <https://www.fisheries.noaa.gov/foss/f?p=215:200:1859662148143:Mail:NO::>
- 3.14 <http://www.economia-snci.gob.mx/>
- 3.15 <http://www.agronegocioshonduras.org/wp-content/uploads/2019/09/Perfil-Rubro-de-Tilapia-Versi%C3%AF%C2%BF%C2%BDn-Final-Agosto-29-de-2016.pdf>
- 3.16



4. Evaluación de logística, eslabones de procesamiento y comercialización

4.1. Logística

Carreteras.

Honduras cuenta con más de 15,400 km de carreteras. Hasta el año 1999, solamente 3,126 km se encontraban pavimentadas. **4.2**

La autopista principal del país, es la que se extiende desde Puerto Cortés en el Caribe hacia San Pedro Sula (CA-13), extendiéndose desde San Pedro Sula hacia Tegucigalpa (CA-5), M.D.C., continuando llegar a Nacaome y Choluteca en el sur del país, por donde también cruza la carretera Panamericana hacia Nicaragua (CA-1). **4.2**



Figura No. 8. Principales carreteras de Honduras



Red Vial	Descripción	Longitud, km
Primaria	Son las carreteras que unen a las principales ciudades del país.	3,275
Secundaria	Son todas las carreteras que unen las ciudades principales con los diferentes pueblos, siendo una vía de comunicación entre los 18 departamentos del país.	2,554
Vecinal	Son todas las calles que unen a las diferentes aldeas y pueblos con las redes primarias y secundarias. Siendo de importancia para los 298 municipios de Honduras.	8,214
Terciaria	Son los caminos y carreteras construidas por instituciones privadas, las municipalidades, algunos empresarios privados y cualquier organismo que no es parte ni del Fondo Vial ni de Soptravi.	De 7,000 a 12,000

Tabla No. 3. Sistema de Redes Viales carreteras de Honduras.
4.2

El sistema carretero Hondureño en uno de los retos para los pequeños y medianos productores debido a que muchos de ellos tienen ubicadas sus unidades de producción en lugares a los que se tiene acceso a través de las redes vecinales y terciarias, las cuales en la mayoría de las ocasiones presentan condiciones que hace difícil su transitar, lo que dificulta la introducción de insumos y la extracción de la producción.

Es por esto la relevancia del establecimiento de Centros de Acopio estratégicamente ubicados de acuerdo con el sistema carretero. Estos Centros de Acopio permitirían a los pequeños productores consolidar su producción sin tener que recorrer grandes distancias y de esta manera poderla hacer llegar a los clientes finales de una manera más eficiente sin verse forzados a vender a los intermediarios.



Aeropuertos

Honduras cuenta con cuatro aeropuertos internacionales y uno en construcción:

- Aeropuerto Internacional Ramón Villeda Morales (SAP) en San Pedro Sula
- Aeropuerto Internacional Toncontín (TGU) en Tegucigalpa
- Aeropuerto Internacional Golosón (LCE) en La Ceiba
- Aeropuerto Internacional Juan Manuel Gálvez (RTB) en Roatán
- Aeropuerto Internacional de Comayagua (PIA) en Comayagua

Los aeropuertos más importantes son Ramón Villeda Morales y Toncontín, ambas ciudades tienen servicio regular sin escala a Miami, Houston, New York, Newark y las principales ciudades de México y América Central. El aeropuerto Golosón y Juan Manuel Gálvez tienen menor frecuencia de vuelos.

Contar con comunicación aérea de carga es muy importante para que Honduras pueda capitalizar una de las ventajas competitivas más grandes que tiene con respecto a la producción de tilapia: su cercanía con los dos principales mercados mundiales de tilapia.

El principal exportador de tilapia a nivel mundial es China, sin embargo, por su posición geográfica no le es económicamente viable, exportar producto fresco ya que el mismo requiere un transporte rápido que solo se logra por avión, el cual tiene un costo significativamente más alto que el marítimo o el terrestre. Esta situación le deja abierta la puerta a Honduras, donde por la cercanía con el mercado el transporte aéreo si es factible, para aprovechar el nicho de mercado de tilapia fresca que China no puede abastecer. **4.3** La viabilidad logística de los envíos de tilapia fresca por vía

aérea al mercado de

Estados Unidos se encuentra ampliamente demostrada por el envío de alrededor de 9,000 toneladas que realiza la empresa Aquafincas cada año.

Puertos.

Honduras cuenta con seis puertos, cinco en la zona norte con salida al Océano Atlántico y San Lorenzo con salida al Océano Pacífico. Los puertos en Honduras son:

Puerto Cortés
Puerto Castilla



La Ceiba
Roatán
Tela
San Lorenzo

Los tres puertos que manejan casi todo el comercio marítimo de Honduras son Puerto Cortés, Puerto Castilla (Atlántico) y San Lorenzo.

Puerto Cortés es el puerto más importante del país, cuenta con una de las instalaciones portuarias más modernas de Centroamérica. Por esta razón, y por su ubicación geográfica, es uno de los tres puertos latinoamericanos, que forman parte de la Container Security Iniciativa (CSI) y Security Freight Initiative (SFI).

Puerto Castilla (en el Atlántico) y San Lorenzo en el Pacífico, utilizado en su mayor parte para el manejo del azúcar y las exportaciones de camarón, etc.

Los puertos de La Ceiba, Roatán y Tela se especializan en el turismo, todas las semanas son visitadas por cruceros internacionales con capacidad para transportar entre 400 y 800 turistas internacionales. **4.3**

Honduras cuenta con la situación privilegiada de contar con puertos en ambos océanos, lo que le permitiría enviar producción de tilapia congelada a los puertos de las costas este y oeste tanto de México como de Estados Unidos. La viabilidad logística y económica ya está demostrada con las continuas exportaciones de camarón que se realizan desde el Puerto de San Lorenzo.



Figura No. 9. Puntos de embarque estratégicos para la exportación de tilapia en Honduras.

4.2. Procesamiento

La producción de los pequeños y medianos productores de tilapia en el país es normalmente captada por intermediarios y acopiadores que adquieren el pescado y lo limpian manualmente, con el fin de agregarle valor y distribuirlo a detallistas u otros intermediarios. Este proceso de limpieza artesanal tiene un ciclo de tres fases, que no necesariamente se completa, y de cada fase se deriva un producto con diferente calidad. Estos productos son: i) pescado sin vísceras, pero con escamas; ii) pescado sin vísceras, sin escamas, pero con agallas y, iii) pescado totalmente limpio, sin vísceras, escamas ni agallas. No hay procesamiento para obtener filetes porque, según intermediarios/acopiadores no es rentable, debido al bajo rendimiento en el fileteado y los bajos volúmenes que comercializan. **4.6**

En la Costa Norte de Honduras operan 23 plantas de procesamiento de pescado, que generan 1,980 empleos. A estas plantas se enfocan básicamente a captar producción de la pesca de captura, sin embargo, el estudio evidencia que muy poco de la producción pesquera se coloca en plantas procesadoras (7%) o se comercializan en supermercados (5%). Esto conlleva que se restrinja aún más la posibilidad que este producto se exporte.



Las plantas procesadoras mantienen una relación estresada con la exportación porque se les dificulta cumplir sus compromisos y cuotas de entregas ya que están expensas de la producción de los pescadores y a los cambios de clima. Las plantas exportadoras tienen más capacidad de cumplir con los estándares nacionales que de exportación lo que estrés la relación.

Las relaciones entre los centros de acopio y las plantas procesadoras se interrumpen totalmente, por la dificultad de cumplir con los requisitos en cantidad y calidad de productos. **4.5**

En Honduras solo existe una planta que se dedique exclusivamente a procesar tilapia, propiedad de la empresa Aquafincas San Peter Fish, esta planta se cuenta con la certificación de Best Aquaculture Practices (BAP). En el Municipio de Santa Rita, Departamento de Yoro, se encuentra en construcción otra planta particular. El objetivo de esta planta es brindar servicios de procesamiento de tilapia no solo a las fincas del grupo promotor sino a otras fincas dentro de su área de influencia. **4.4**

4.3. **Canales de Comercialización.**

La Figura No. 10 muestra en forma gráfica los diversos canales de distribución mas utilizados por los productores acuícolas de acuerdo al tamaño de su operación.

Como puede observarse los que tienen los recursos de comercialización más limitados son los pequeños productores debido a diversas causas como la falta de equipo de transporte, pequeños volúmenes de producción y ubicaciones lejanas. En ocasiones, los pequeños productores pueden ofrecer su producto directamente a los consumidores locales que habitan dentro del área de influencia de sus fincas.

La falta de esta capacidad logística es por lo que se ven obligados a vender su producción a intermediarios que son los que suplen esta carencia. El desarrollo de esquemas asociativos y de integración les permitirá ofertar sus productos a otros eslabones mas avanzados de la cadena de comercialización, obteniendo mejores precios por sus tilapias.



Figura No. 10. Canales de comercialización utilizados por los productores de tilapia en Honduras. Fuente: Elaboración propia.

El canal de autoservicios identificado cuenta con 241 tiendas a nivel nacional, 82 en la zona centro y 78 en la zona norte. En los casos de Price Smart, Supermercados La Colonia, Comisariato Los Andes, Wal-Mart (en sus dos formatos Tiendas Wal-Mart y Tiendas Paiz), se dirigen al segmento de población de clase media, media alta y alta, mientras que el resto compite en segmentos de población de menores ingresos. **(4.1)**

Wal-Mart es la cadena con mayor presencia a nivel nacional con 101 tiendas incluyendo sus cuatro formatos (Wal-Mart, Paiz, Maxi Despensa y Despensa Familiar), y es la única que cuenta con formato de tiendas diferenciadas que se dirigen a distintos segmentos poblacionales. Por su parte Supermercados La Colonia cuenta con 39 puntos de venta y Supermercados La Antorcha tiene 12, aunque esta última cadena se encuentra en proceso de reestructuración y se espera que reduzca su cantidad de tiendas a 9. Para el caso del Supermercado Colonial, éste opera con 4 tiendas en la ciudad de San Pedro Sula, mientras que Pricemart tiene 3 sucursales (2 en Tegucigalpa y 1 en San Pedro Sula). Por otro lado, Supermercado Junior cuenta con 2 tiendas en San Pedro Sula y



Supermercado Los Andes con una (1) tienda también en la zona de San Pedro Sula.
(4.1)

Cabe mencionar que las cadenas Wal-Mart, Pricemart y La Colonia realizan supervisiones de finca y planta para asegurar normas fitosanitarias, el resto no cuenta con exigencias al respecto. Los plazos de pago oscilan entre 15 (Wal-Mart), 30 (el resto) y 45 días (La Antorcha). En relación a la gestión de programación de cobro de las facturas entregadas, ésta depende de la cadena y generalmente el pago se realiza vía transferencia bancaria. (4.1)

En otro contexto, el canal de restaurantes del Grupo Comidas cuenta con 80 puntos de venta a nivel nacional y se dirige a un segmento de clase media y alta a través de tres formatos de restaurante (Pizza Hut, Kentucky Fried Chicken y Denny's). Esta cadena es suplida en su totalidad por un importador de tilapia en la zona atlántica del país. La presencia del producto nacional en estos canales es escasa debido a la desatención por parte de las personas productoras del rubro, además gran parte de la tilapia hondureña es suministrada por la empresa Aquafinca y algunos productores independientes. (4.1)

En cuanto a la distribución del producto, ésta se presenta en cuatro niveles, siendo el más recurrente y el que genera mayores volúmenes aquel que implica que el productor venda la tilapia al mayorista que se encarga de comercializar tanto en el mercado formal como informal otorgándole con esto, el control del precio y condiciones de mercado. (4.1)

4.4. Bibliografía.

- 4.1 CDE MIPYME VL, 2018. Oportunidades de Mercado para la Tilapia. Tegucigalpa, Honduras.
- 4.2 https://es.wikipedia.org/wiki/Carreteras_de_Honduras.
- 4.3 https://es.wikipedia.org/wiki/Transporte_en_Honduras
- 4.4 Comunicación personal Edwind Altamirano.
- 4.5 <https://www.goalglobal.org/wp-content/uploads/2021/05/GOAL-Honduras-MiPesca-Analisis-de-vulnerabilidad-del-sistema-de-pesca-artesanal-de-baja-escala-ante-pandemia-COVID19-A6.pdf>
- 4.6 <https://es.scribd.com/document/451330217/analisis-tilapia-Comayagua-pdf>



Conclusiones y Recomendaciones.

3.7.1 Problemática Identificada.

Con base en el análisis rápido realizado a la Cadena de Valor del Cultivo de Tilapia en Honduras se pudo observar que la capacidad de los pequeños y medianos productores de mejorar sus esquemas actuales de comercialización se encuentra obstaculizadas por problemas en prácticamente todas las áreas del negocio. Para poder obtener una solución de fondo el escenario ideal sería la implementación simultanea de las acciones requeridas en cada una de las áreas de negocio. Los principales problemas identificados se pueden observar en la Tabla No. 10.

AREA NEGOCIO	PROBLEMA	CAUSAS
PRODUCCION	Incapacidad de integrar oferta adecuada al mercado.	<ul style="list-style-type: none"> Falta de constancia en producción. Producción dispersa. Bajos rendimientos. Coloración irregular. Diferentes tallas. Baja calidad.
LOGISTICOS	Dependencia de intermediarios y mayoristas	<ul style="list-style-type: none"> Falta de vehículos de transporte y centros de acopio y procesamiento. Malas condiciones de acceso.
FINANCIEROS	Falta de recursos para capital de trabajo, instalaciones, equipamiento.	<ul style="list-style-type: none"> Bajos índices productivos. Baja rentabilidad. Sin esquemas de financiamiento. Sin factoraje.
ORGANIZACION	Productores con baja capacidad de gestión y sin información de mercados	<ul style="list-style-type: none"> Faltan esquemas asociativos. Organizaciones en desarrollo. Falta de capacitación. Apatía de los productores.
HABILIDADES GERENCIALES	Malos resultados productivos y falta de habilidades de negociación	<ul style="list-style-type: none"> Falta de capacitación y acompañamiento. Apatía de los productores.

Figura No. 10. Principal problemática que obstaculiza a los pequeños y medianos productores para lograr una mejor comercialización de sus productos. Fuente: Elaboración propia.



3.7.2. Conclusiones Principales.

Con base en el análisis rápido realizado a la Cadena de Valor del Cultivo de Tilapia en Honduras, se puede obtener algunas conclusiones que tienen una implicación directa en la propuesta de estrategias para desarrollar esquemas de comercialización para los pequeños y medianos productores que les permita incrementar sus ingresos y su nivel de vida.

- 3.7.2.1. Honduras cuenta con las condiciones climáticas e hídricas como para impulsar un crecimiento futuro importante en las zonas rurales del país.
- 3.7.2.2. Es urgente la creación de empleos, especialmente en las áreas rurales del país ya que, desde la perspectiva social y económica, Honduras enfrenta una problemática compleja que lo ha ubicado entre los países más pobres de América Latina y el Caribe, al punto de ser considerado por FAO como uno de los países con alto riesgo de caer en problemas de inseguridad alimentaria. Lo anterior ha dado lugar a un grave problema de inseguridad y migración de impacto regional.
- 3.7.2.3. La actividad piscícola tiene ya un impacto prácticamente de alcance nacional ya que se realiza en 16 de los 18 estados y ya representa un importante impacto social en la población rural del país.
- 3.7.2.4. Las características de los productores piscícolas se encuentran muy polarizadas, teniendo, en un extremo, en una sola empresa de carácter industrial que genera la mayor parte de la producción nacional, y por otro lado una gran cantidad de pequeños productores (+500), existiendo además un número reducido de productores “grandes” ó “medianos” que se encuentren muy distantes de la empresa industrial.
- 3.7.2.5. Las desigualdades en términos de volumen de producción, capacidad institucional y capacidad financiera que ocasiona lo mencionado anteriormente, da lugar asimismo a una gran diferencia en las capacidades generales y el nivel de competitividad entre los subsectores industrial, mediano y pequeño del cultivo de tilapia.



- 3.7.2.6. Debido a la situación mencionada, no existe una igualdad de acceso a los diversos mercados para todos los subsectores, ya que los pequeños y medianos no pueden considerar la exportación debido a la atomización de su producción y la falta de instalaciones de procesamiento. De igual manera, la oferta que puede ofrecer al mercado nacional presenta problemas que tienen que ser atendidos como es la falta de calidad, constancia y seriedad en las entregas, situación que se agrava por la falta de programas institucionales para proveer el acompañamiento tecnológico, organización y capacitación a los productores.
- 3.7.2.7. El consumo per capita de pescado en Honduras es una cuarta parte del promedio mundial, lo que nos hace ver el gran potencial de crecimiento de contar con campañas y programas de capacitan y fomento adecuado. Asimismo, la estadística marca el marcado decrecimiento de la pesca de captura, por lo que, a reflejo de lo que ha pasado en el mundo, la acuicultura irá llenando los espacios de demanda que deje de atender la captura.
- 3.7.2.8. Una gran variedad de estudios y análisis señalan que las tendencias de consumo de tilapia a nivel mundial muestran un crecimiento constante, lo que representa un incremento en la demanda mundial por este producto y un área de oportunidad para los productores nacionales.
- 3.7.2.9. Es importante desarrollar esquemas de mitigación a los efectos disruptivos del mercado que causan las importaciones de tilapia y basa, así como cualquier situación de competencia desleal ó desigual por empresas locales ocasionada por la gran polarización de tamaño de las mismas.
- 3.7.2.10. Honduras cuenta con una gran ventaja competitiva con respecto a otros países productores de tilapia y esto es la cercanía geográfica a los dos principales mercados de tilapia en el mundo, Estados Unidos y México, lo que lo convierte en el proveedor potencial por excelencia de producto fresco a estos mercados.
- 3.7.2.11. El país no presenta problemas de carácter logístico importantes. Si bien se requieren mejores accesos a una gran cantidad de pequeñas unidades



de producción en las zonas rurales, las vías de comunicación entre las principales ciudades (mercados) son satisfactorias. En el contexto de comercial exterior se cuenta con 2 puertos y dos aeropuertos con todos los requisitos necesarios para exportar producto tanto fresco como congelado.

3.7.2.12. Existen canales de distribución ya establecidos, como supermercados, mercados y restaurantes que tienen presentes a la tilapia en sus exhibidores y menús, sin embargo, existen quejas de estos en el sentido de la calidad, oportunidad y seriedad en los tratos de los pequeños y medianos productores. Ante esta situación, estos canales están tendiendo a favorecer productos de importación o de las pocas empresas grandes del país, haciendo la brecha entre el pequeño y mediano productor y el mercado final aún más ancha.

3.7.2.13. En resumen, desde el contexto de los pequeños y medianos productores, si bien un incremento en la demanda sería de beneficio para todos, en este momento, a criterio del autor de este estudio, se considera que existe una demanda satisfactoria y que los problemas presentes que requieren atención inmediata están relacionados con la incapacidad de los productores de poder integrar una oferta, en términos de calidad, cantidad y oportunidad, que satisfaga las necesidades de los clientes.

3.7.3. Recomendaciones.

Recomendaciones para mejorar la capacidad de acceso de los pequeños y medianos productores al mercado nacional.

3.7.3.1. **Desarrollar esquemas de integración y asociatividad.**

La principal debilidad de los pequeños y medianos productores es precisamente su tamaño, que se traduce en una menor capacidad de gestión para la solución de sus problemas, así como tener menor acceso a los eslabones de la cadena de comercialización más cercanos al cliente final y la negociación con los compradores.



Desarrollar estos esquemas debe ser iniciativa y esfuerzo conjunto entre los productores y el Gobierno, a través de las dependencias correspondientes. De los primeros para desarrollar la voluntad y disciplina necesarios y del segundo para brindar toda la capacitación y soporte que requieren los productores durante el proceso.

Se debe fortalecer iniciativas como la Asociación de Productores Piscícolas de Honduras, APPIH, pero asimismo fortalecer las organizaciones que pudieran existir de carácter regional o local, o promover la constitución de nuevas en donde no existan. Los objetivos y líneas de acción de estos esquemas asociativos deberán contemplar:

- A. La regularización normativa de sus integrantes.
- B. La programación y coordinación de sus producciones de acuerdo con los requerimientos de los clientes.
- C. Gestionar los apoyos, ante las instancias que correspondan, de la capacitación y acompañamiento técnico en todos los pasos del proceso, desde producción hasta comercialización, incluyendo los temas de organización y administración de la agrupación.
- D. Obtener mejores precios en la compra de sus insumos al comprar por volumen alevines, balanceados, etc.
- E. Gestionar los apoyos y recursos financieros necesarios para establecer o mejorar el acopio, procesamiento y distribución de su producto.



Figura No. 11. Efecto de la organización sobre las capacidades de comercialización de los pequeños

3.7.3.2. Desarrollo de Programas de Fomento al Consumo con énfasis en la tilapia nacional.

De acuerdo al promedio mundial el consumo per capita de pescado en Honduras es aún bajo. Es importante establecer programas de fomento al consumo de tilapia para incrementar su demanda en el mercado nacional, se deberá hacer énfasis en la tilapia de origen nacional y desincentivar el consumo de producto de exportación. Asimismo es importante promover el consumo de tilapia gris entre la población en general, la cual tiene las mismas características de sabor y valor nutricional que la roja, pero sin embargo su cultivo es mas rentable para los productores nacionales.

3.7.3.3. Incentivar la construcción y rehabilitación de plantas de procesamiento y centros de acopio regionales.

Es importante que los pequeños y medianos productores puedan tener centros de acopio para consolidar la producción y acceso a plantas de procesamiento que le permita agregar valor a la tilapia y aprovechar sus subproductos.



3.7.3.4. Establecer programas gubernamentales de apoyo ó incentivos fiscales a compradores y consumidores de tilapia producida por pequeños y medianos productores.

Se deben establecer incentivos a las empresas comercializadoras, restaurantes y comedores industriales que se abastezcan de tilapia de la producción de pequeños y medianos productores. Gobierno deberá incentivar el consumo en clientes institucionales como puede ser el ejército, sistemas de salud público, etc.

3.7.3.5. Establecer políticas públicas y mecanismos de mitigación para evitar la competencia desleal y interrupciones que causas en el mercado nacional las importaciones de tilapia y basa.

3.7.3.6. Desarrollar nichos de mercado alternativos.

3.7.3.6.1. Aprovechamiento comercial de subproductos como las escamas y hueso para la producción de colágeno y la piel de la tilapia. Promover cursos de capacitación para el correcto manejo de estos subproductos y el curtido de la piel, así como centros de acopio para consolidar volumen.

*3.7.3.6.2. Certificar la producción de pequeñas y medianas granjas con certificaciones de carácter religioso. Estos nichos son de volúmenes reducidos, pero de mayor nivel de precios. Presentan potencial en el mercado tanto nacional como internacional en México y Estados Unidos. Las certificaciones con mas potencial de mercado serían son la *Kosher*, dirigido a la religión judía, y la certificación *Halal*. Dirigido a la religión islámica.*

3.7.3.6.3. Generar apoyos y financiamiento accesible para establecer restaurantes campestres que sirva tilapia. Esta es una alternativa para fincas ubicadas en zonas campestres y carreteras y caminos con alto tránsito vehicular.



**Programa de Apoyo Presupuestario: Acceso al empleo a través de la mejora de las habilidades laborales y el fomento empresarial en Honduras.”
(EUROEMPLEO) LA/2018/040-697**



3.7.3.6.4. Desarrollar un sistema de puntos de venta de tilapia viva con la colocación de tanques pequeños en poblaciones rurales y zonas vulnerables en las grandes ciudades.