

Estudio de Mercado

Productos del Mar en EE.UU.

Marzo 2013

Documento elaborado por el Subdepartamento de Inteligencia Comercial

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



I. INTRODUCCIÓN

1. Feria Boston Seafood 2013

La feria internacional Boston Seafood se lleva a cabo en el centro de convenciones y exhibiciones de esa ciudad y es una de las más grandes de Norteamérica, en lo que a productos del mar se refiere. La feria presenta oportunidades para exhibir productos del mar frescos, congelados y envasados, así como también equipamiento para la industria.

En su versión 2012, la feria contó con más de 6.948 exhibidores y fue visitada por más de 12.830 profesionales de la industria de productos del mar provenientes de más de 42 países de todo el mundo.

2. Definición del sector analizado

Con motivo de analizar el sector de productos del mar de la manera más eficiente posible, se definió el sector de productos del mar (exceptuando las algas), con los siguientes productos:

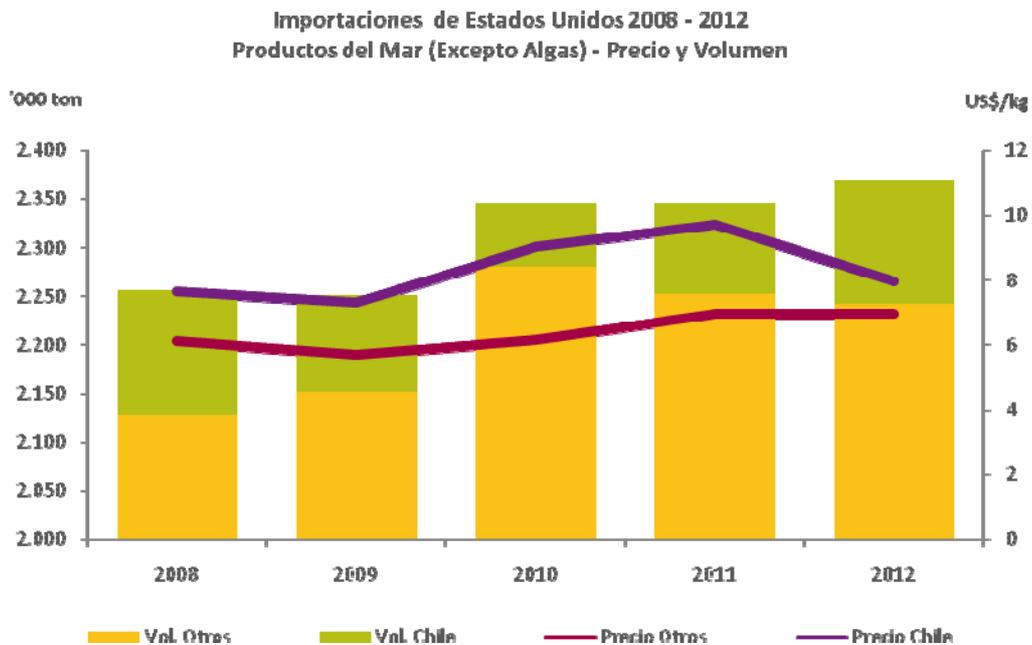
Partida	Descripción
0301	Peces vivos
0302	Pescado fresco o refrigerado (excepto los filetes)
0303	Pescado congelado (excepto los filetes)
0304	Filetes de pescado, frescos, refrigerados o congelados
0305	Pescado seco, salado o en salmuera, ahumado, harina, polvo y pellets
0306	Crustáceos (excepto en conserva)
0307	Moluscos (excepto en conserva)
0308	Invertebrados acuáticos (excepto en conserva)
1604	Preparaciones y conservas de pescado, caviar y sus sucedáneos
1605	Crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, preparados o conservados

II. IMPORTACIONES

1. Importaciones de Estados Unidos por sector Productos del mar

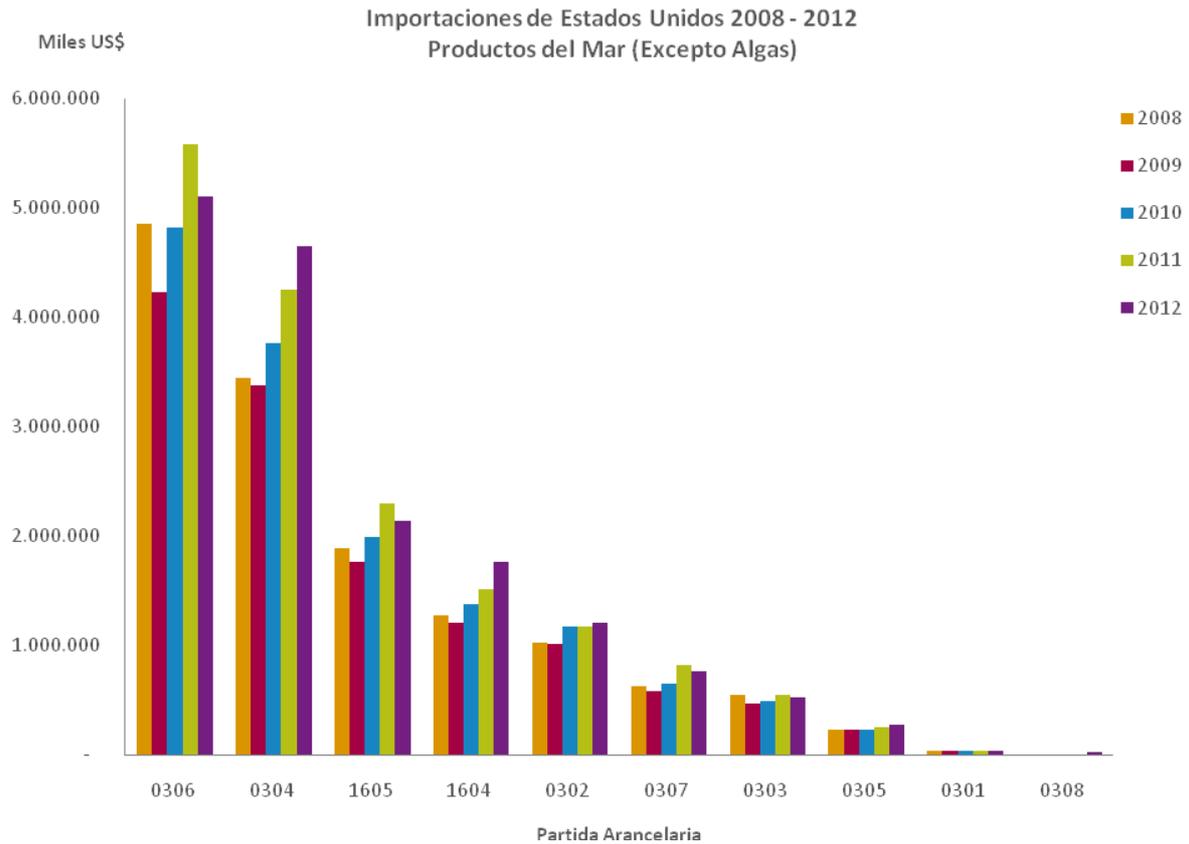
Durante el año 2012 Estados Unidos importó cerca de US\$ 16,6 mil millones en productos del mar (exceptuando las algas), demostrando una tendencia positiva en el período de los últimos cinco años (2011 – US\$16,5; 2010 – US\$14,6; 2009 – US\$13; 2008 – US\$14 mil millones).

El gráfico que se muestra a continuación muestra las variaciones de volumen y precio tanto para Chile como para el resto de los proveedores de este tipo de productos a Estados Unidos.



Fuente: ProChile en base a datos Global Trade Atlas.

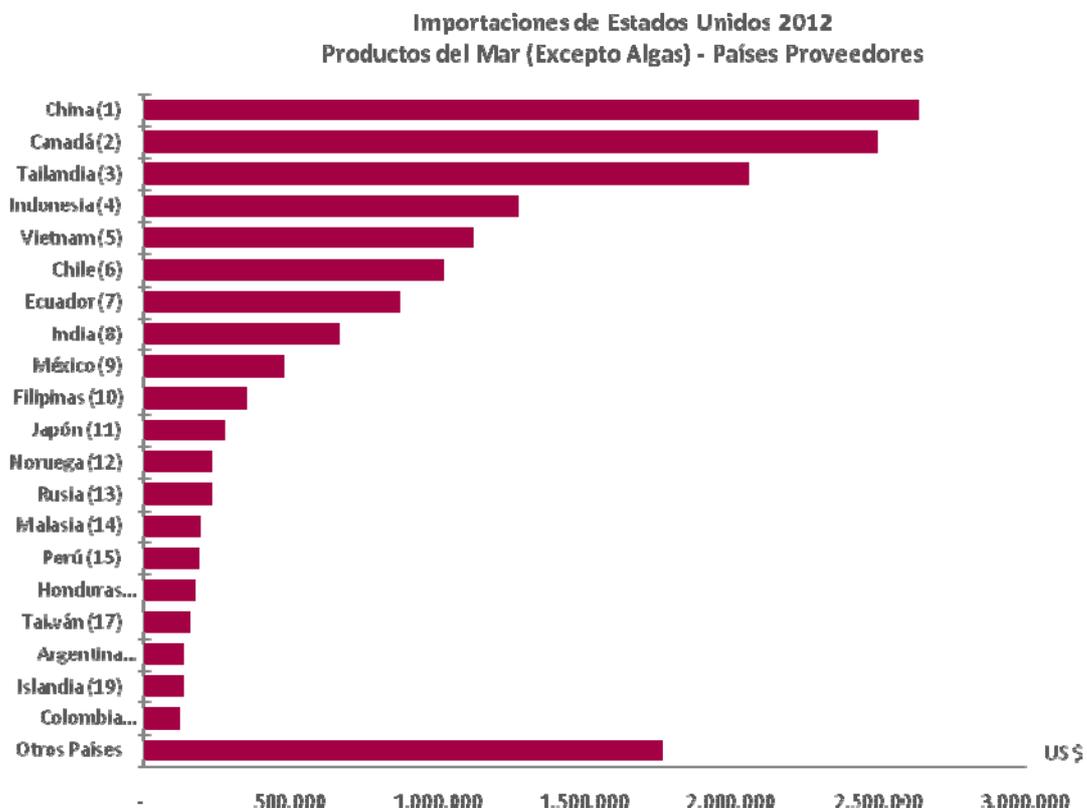
En tanto los “Crustáceos(excepto en conserva) – 0306”, los “Filetes de pescado, frescos, refrigerados o congelados – 0304” y los “Crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, preparados o conservados – 1605” son los productos mayormente demandados por Estados Unidos, con participaciones porcentuales en el año 2012 de 31%, 28% y 13%, respectivamente.



Fuente: ProChile en base a datos Global Trade Atlas.

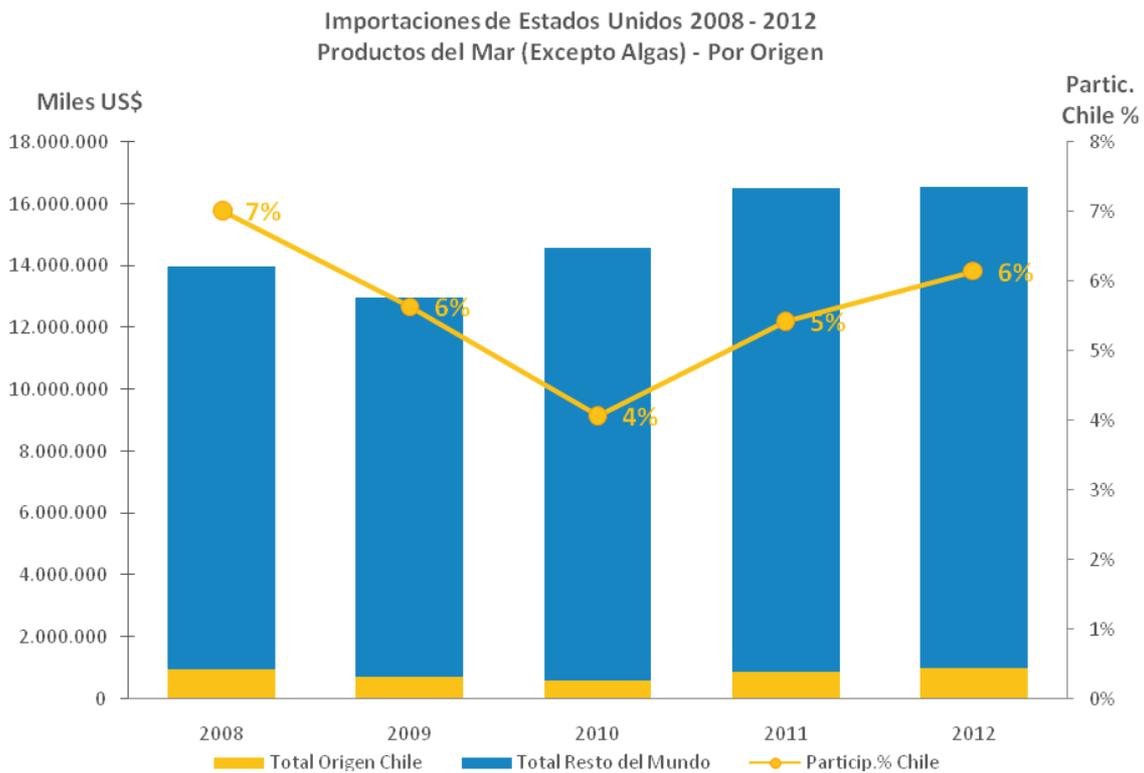
2. Importaciones de Estados Unidos por País de Origen

Al revisar el detalle de los proveedores de Productos del Mar (excepto algas) de Estados Unidos, se observa a tres grandes proveedores consagrados, estos son China, Canadá y Tailandia, quienes sólo en 2012 registraron participaciones porcentuales por sobre el total de 16%, 15% y 12%, respectivamente.



Fuente: ProChile en base a datos Global Trade Atlas.

En el sexto lugar se ubica Chile, resultando un proveedor relevante para el mercado estadounidense con una cuota por sobre el total del 6% durante el mismo año 2012, porcentaje que viene a reafirmar el crecimiento de estos últimos tres años, pasando de US\$ 592,4 millones en 2010, a US\$ 896,8 millones en 2011 y a US\$1.017,8 millones en 2012. Los productos chilenos que son mayormente importados son los "Filetes de pescado, frescos, refrigerados o congelados – 0304", "Pescado seco, salado o en salmuera, ahumado, harina, polvo y pellets – 0305" y los "Crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, preparados o conservados – 1605".



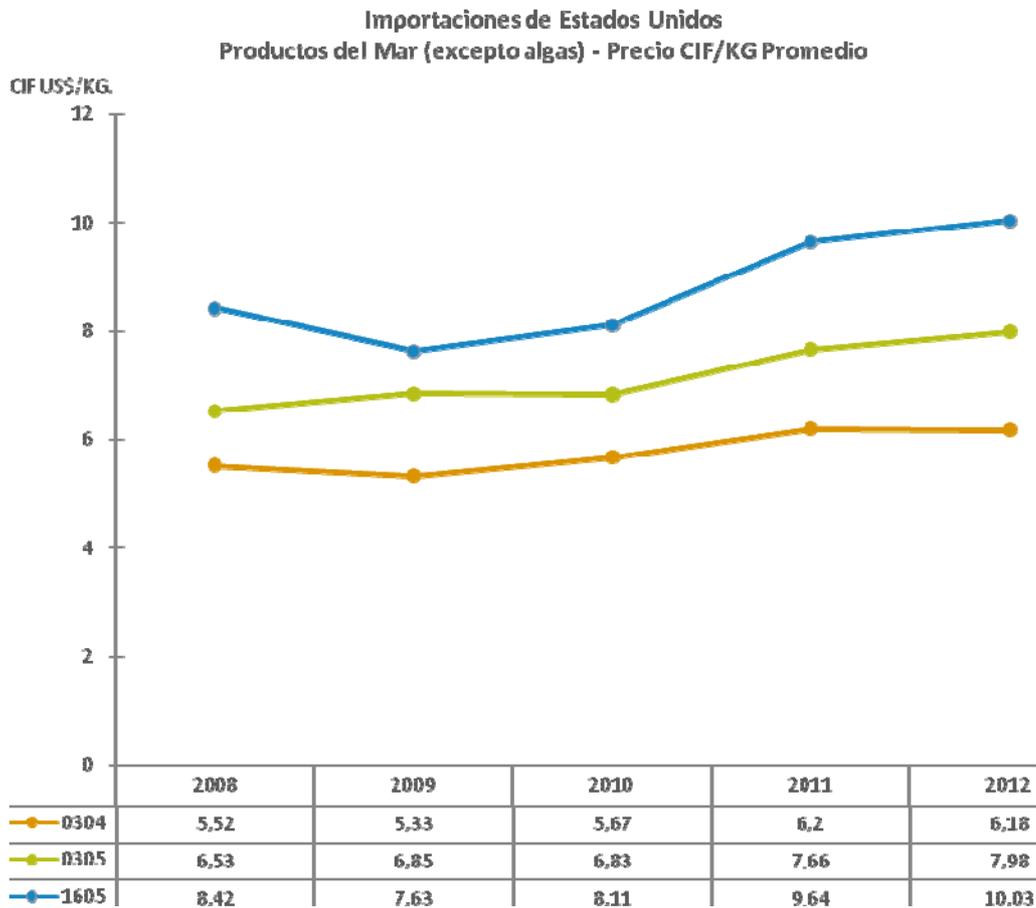
Fuente: ProChile en base a datos Global Trade Atlas.

Importaciones de Estados Unidos de Productos del Mar (Excepto Algas) de Origen Chile:

http://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2013/04/imp_usa_prod_mar.pdf

3. Precio Promedio de Importación

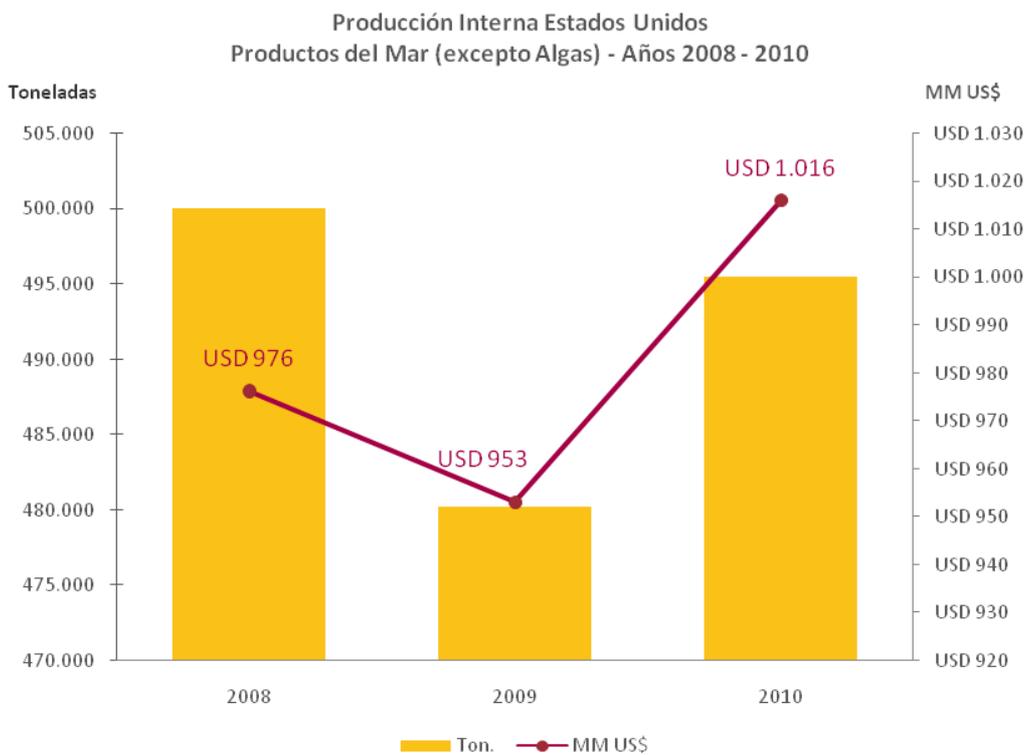
Para tener una noción de los precios CIF promedio de las importaciones estadounidenses de productos del mar (excepto algas), se puede observar la siguiente tabla resumen graficada para hacer más patente las variaciones experimentadas por estos productos a lo largo de los últimos cinco años. Cabe destacar tres productos emblemáticos del sector como los “Filetes de pescado, frescos, refrigerados o congelados – 0304” alcanzando un precio promedio de US\$ 6,18/Kg, los “Pescados secos, salados o en salmuera, ahumado, harina, polvo y pellets – 0305” con US\$7,98/Kg, y los “Crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, preparados o conservados – 1605” con un promedio de US\$10/Kg.



Fuente: ProChile en base a datos Global Trade Atlas.

4. Producción Local de Productos del Mar

La producción interna de Productos del mar (excepto algas) en Estados Unidos alcanzó una valoración de más de US\$1.000 millones y superó las 495 mil toneladas, cifras entregadas por la FAO – Food and Agricultural Organization para el año 2010. Es notable la recuperación experimentada en relación al año 2009, llegando al 6,6% en cuanto a valor y al 3,2% en relación a la cantidad producida.



Fuente: ProChile en base a datos FAO.

Producción Total de Estados Unidos. Años 2008 - 2010									
Ocean Area	Environment	Species	2008		2009		2010		
			Ton.	Miles US\$	Ton.	Miles US\$	Ton.	Miles US\$	
Inland waters	Freshwater	Crustaceans							
		Freshwater crustaceans	53.485	129.751	46.917	123.864	53.142	179.756	
		Total Crustaceans	53.485	129.751	46.917	123.864	53.142	179.756	
		Freshwater fishes							
		Carp, barbels and other cyprinids	6.000	48.000	6.000F	48.000F	0	0	
		Miscellaneous freshwater fishes	239.048	420.822	219.808	378.868	221.124	404.934	
		Tilapias and other cichlids	9.072	34.383	9.979	52.988	9.979	52.988	
		Total Freshwater fishes	254.120	503.205	235.787	479.856	231.103	457.922	
		Diadromous fishes							
		Salmons, trouts, smelts	16.300	50.533	16.844	53.451	15.401	47.743	
	Sturgeons, paddlefishes	200F	16.000F	200F	16.000F	200F	16.000F		
	Total Diadromous fishes	16.500	66.533	17.044	69.451	15.601	63.743		
	Sub-total Freshwater		324.105	699.489	299.748	673.172	299.846	701.421	
	Marine	Crustaceans							
		Shrimps, prawns	1.950	8.600	1.724	7.603	1.349	5.949	
Total Crustaceans		1.950	8.600	1.724	7.603	1.349	5.949		
Molluscs									
Abalones, winkles, conchs		175	5.250	200F	6.000F	250	8.818		
Sub-total Marine		2.125	13.850	1.924	13.603	1.599	14.767		
Sub-total Inland waters		326.230	713.338	301.672	686.774	301.445	716.188		
Marine areas	Marine	Diadromous fishes							
		Salmons, trouts, smelts	16.714	68.193	14.074	61.222	19.535	99.042	
		Total Diadromous fishes	16.714	68.193	14.074	61.222	19.535	99.042	
		Marine fishes							
		Miscellaneous coastal fishes	1.400	8.400	1.400	8.400	1.134	6.951	
		Total Marine fishes	1.400	8.400	1.400	8.400	1.134	6.951	
		Molluscs							
		Clams, cockles, arkshells	31.908	102.273	32.017F	105.209F	33.548	87.124	
		Mussels	1.937	4.474	2.000F	4.620F	2.207	6.621	
		Oysters	121.864	79.666	129.110F	86.950F	137.630	100.146	
Sub-total Marine		173.823	263.006	178.601F	266.401	194.054	299.884		
Sub-total Marine areas		173.823	263.006	178.601F	266.401	194.054	299.884		
Grand Total		500.053	976.345	480.273	953.176	495.499	1.016.072		

Fuente: © FAO - Fisheries and Aquaculture Information and Statistics Service - 22/02/2013

III. NORMATIVA INTERNACIONAL

1. Productos del Mar / Estados Unidos

Estados Unidos cuenta con un marco normativo claro y de fácil acceso para la industria de productos del mar. A través de la FDA – Food and Drug Administration, organismo estatal encargado de vigilar el ingreso y la comercialización de los alimentos se hacen públicas una serie de exigencias para pescados y mariscos, según se indica en el siguiente resumen:

ORGANISMO OFICIAL	TEMA	NORMA
Food and Drug Administration - FDA	Fish and fishery products	Hazards and Controls Guidance, Fourth Edition link
	Seafood	Seafood HACCP link
	Ley seguridad de la salud pública y preparación y respuesta ante el bioterrorismo	Registration of Food Facilities link
	Requisitos para la importación de productos pesqueros	Code of Federal Regulations (21CFR123) link
	Buenas prácticas de manufactura	Good Manufacturing Practices (GMPs) link
	Requerimiento de notificación de entrada a Estados Unidos	Preparation of Food Contact Notifications link
	Registro de productos y productores de alimentos de baja acidez o acidificados contenidos en envases herméticamente cerrados Formulario FDA 2541 y FDA 2541a (Baja acidez: Low Acidity Canned Food - LACF). Formulario FDA 2541c (Acidificados).	Food Canning Establishment Registration link Food Canning Establishment Registration Acidified & Low-Acid Canned Foods (LACF) link
	Etiquetado de Alimentos	Food Labeling link Guía de Etiquetado de Alimentos link Declaraciones de cantidad neta de los contenidos link
	Información Nutricional	Examples of Revised Nutrition Facts Panel Listing Trans Fat link

Fuente: ProChile en base a datos oficiales

IV. ARANCELES DE IMPORTACIÓN

Los aranceles de importación aplicados a los productos clasificados bajo las partidas nacionales indicadas, y sus equivalencias en Estados Unidos, nos indican que prácticamente su totalidad está libre del pago de arancel (Free) tanto para Chile como para el resto de los países proveedores. En tanto para las dos partidas (0303.90 y 0305.41) que se gravan con bajos aranceles de importación se encuentran totalmente liberados bajo el [Tratado de Libre Comercio](#) vigente entre Chile y Estados Unidos desde el año 2004.

La siguiente tabla resumen indica las partidas arancelarias equivalentes en Estados Unidos y la correspondiente situación arancelaria:

CÓDIGO ARANCELARIO	DESCRIPCIÓN	ARANCEL MÁX - MÍN	
		GRAL.	PARA CHILE
Fish, fresh or chilled, excluding fish fillets and other fish meat of heading 0304:			
Salmonidae, excluding livers and roes:			
0302.11	Trout	Free	Free
0302.13	Pacific salmon	Free	Free
0302.14	Atlantic salmon and Danube salmon	Free	Free
Fish, frozen, excluding fish fillets and other fish meat of heading 0304:			
Salmonidae, excluding livers and roes:			
0303.11	Sockeye salmon	Free	Free
0303.12	Other Pacific salmon	Free	Free
0303.13	Atlantic salmon	Free	Free
0303.14	Trout	Free	Free
0303.19	Other	Free	Free
Fish of the families Bregmacerotidae, Euclichthyidae, Gadidae, Macrouridae, Melanonidae, Merlucciidae, Moridae and Muraenolepididae, excluding livers and roes:			
0303.66	Hake	Free	Free
0303.90	Livers and roes	15% - 0%	0%
Fish fillets and other fish meat (whether or not minced), fresh, chilled or frozen:			
Fresh or chilled fillets of other fish:			
0304.41	Pacific salmon, Atlantic Salmon and Danube salmon	Free	Free
0304.42	Trout	Free	Free
Frozen fillets of:			
0304.74	Hake	Free	Free

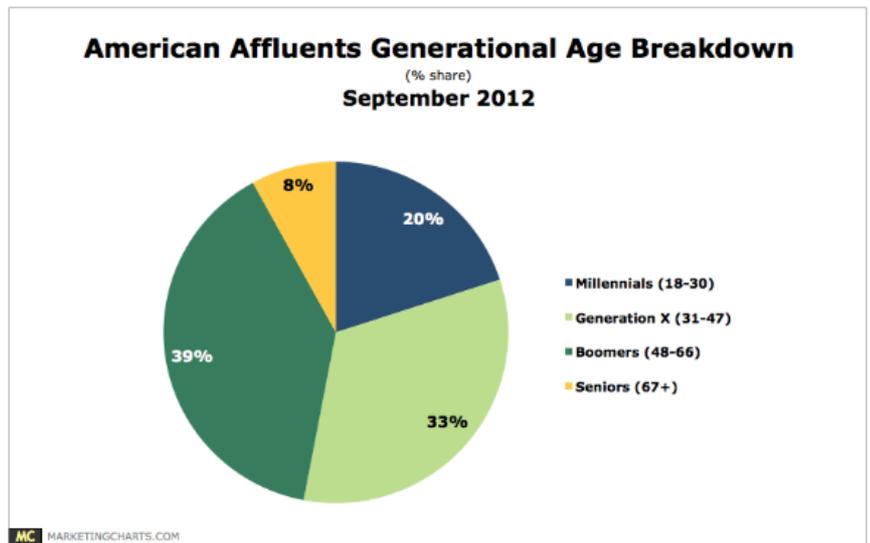
0304.81	Pacific salmon, Atlantic Salmon and Danube salmon	Free	Free
0304.82	Trout	Free	Free
Other, frozen:			
0304.95	Fish of the families Bregmacerotidae, Eulichthyidae, Gadidae, Macrouridae, Melanonidae, Merlucciidae, Moridae and Muraenolepididae, other than Alaska pollock	Free	Free
0304.99	Other	Free	Free
Fish, dried, salted or in brine; smoked fish, whether or not cooked before or during the smoking process; flours, meals and pellets of fish, fit for human consumption:			
Smoked fish, including fillets, other than edible fish offal:			
0305.41	Pacific salmon, Atlantic salmon and Danube salmon	5%	0%
0305.43	Trout	Free	Free
	Molluscs, whether in shell or not, live, fresh, chilled, frozen, dried, salted or in brine; smoked molluscs, whether in shell or not, whether or not cooked before or during the smoking process; flours, meals and pellets of molluscs, fit for human consumption:		
0307.31	Mussels: Live, fresh or chilled	Free	Free
0307.39	Mussels: Other	Free	Free
0307.99	Other	Free	Free
Crustaceans, molluscs and other aquatic invertebrates, prepared or preserved:			
1605.53	Mussels	Free	Free
1605.54	Cuttle fish and squid	Free	Free

Fuente: ProChile en base a datos de la Aduana de Estados Unidos.

V. TENDENCIA S GENERALES DEL MERCADO

1. Población y Cambios Demográficos

De la población de 312 millones de habitantes (Banco Mundial – 2011) un 33 % de ésta pertenece a “Generation X” (entre 31 y 47 años), un 20% es Millennial (entre 18 a 30 años) , los Baby Boomers (entre 48 a 66 años) representan un 39% de la población estadounidense y un 8 % es Senior (67 años y más).



Fuente: Marketing Charts [link](#)

De estos grupos, los millennials y boomers son a quienes apuntan las campañas de marketing de las grandes empresas. Es así que los millennials, la generación norteamericana más diversa en términos étnicos y raciales, con un poder de compra calculado en US\$ 170 mil millones (ComScore data) es la primera generación en haber tenido siempre acceso a Internet, telefonía móvil etc.

Por su parte los boomers representan un 40% de la economía de Estados Unidos y están más enfocados en la adquisición de experiencias que productos físicos: viajes, comidas en restaurantes, nuevos sabores etc.¹

Asimismo es interesante destacar el interés por la conservación del medio ambiente y temas sociales que mueven a los millennials.

¹ <http://www.55places.com/blog/baby-boomers-26-percent-of-population-40-percent-economy>
<http://www.knowthis.com/blog/postings/the-millennial-generation-comes-of-age/>

En cuanto a su alimentación, los millennials tienden a alimentarse con snacks por lo que las campañas publicitarias están enfocándose a caracterizar los alimentos en “listos para llevar” (shelf stable snack on the go) entre otros.²

Los boomers van a la vanguardia en los cambios alimenticios experimentados por los norteamericanos últimamente buscando alimentos más saludables, productos frescos, orgánicos, de producción local y de mayor diversidad étnica.

Estos enfoques están muy relacionados con la cantidad de hogares unipersonales (un 28% del total según cifras 2011) cifra que se ha duplicado desde 1960 y más de la mitad de las personas que viven solas tienen entre 35 a 64 años.

Actualmente más del 40% de los hogares de ciudades como Atlanta, Washington D.C., Denver, St. Louis y Seattle tienen un solo morador (Singleton/Solo) y en Manhattan esa cifra llega a casi el 50%. Los Singleton energizan la economía gastando un promedio de US\$ 34,471 (2010) al año y contribuyendo con US\$1.9 billones a la economía anualmente (cifras del Bureau of Labor Statistics). Este hecho ha provocado el alza en lanzamientos y reempaques de alimentos preparados unipersonales.

La sociedad norteamericana además es muy diversa étnicamente con 17.3 millones de asiáticos (cifra que aumentó un 45, 6% entre el censo del 2000 al del 2010) que viven principalmente en Nueva York, Los Angeles y San José, California. Los hispanos o de origen latinoamericano son 50.5 millones, con un crecimiento de 35.3 millones entre los censos del 2000 al del 2010. Sus hogares están ubicados principalmente en California (28%), Texas (19%) y Florida (8%).³

Se proyecta que las ventas de alimentos de origen hispano alcanzarán US\$ 10.7 mil millones en 2017, con un alza de un 31% entre enero 2013 a esa fecha. Asimismo es notoria la influencia de la alimentación de los asiáticos en Estados Unidos reflejada en la cantidad de restaurantes de origen chino, coreano y japonés primordialmente, más la adopción de especias y métodos culinarios por parte de los norteamericanos.⁴

2. Gasto y Consumo

Los consumidores (familias más consumidor único) norteamericanos son 122 millones quienes destinan un 13 % de sus gastos a alimentación, siendo los productos del mar sólo un 2% de ese total.

Los consumidores (familias más consumidor único) hispanos son 15,2 millones lo que representa un 12% del total, quienes gastan aproximadamente un 14% en alimentos (en casa y afuera) y sólo un 2% de éste corresponde a productos del mar.

² <http://www.mayoclinic.com/health/millennials-food-trends/MY01932>

³ <http://www.census.gov/prod/cen2010/briefs/c2010br-04.pdf>
<http://inamerica.blogs.cnn.com/2012/03/21/asian-population-booming-throughout-u-s-census-says/>

⁴ <http://packagedfacts.blogspot.com/>

Los asiáticos por su parte corresponden a un 4% del total de consumidores norteamericanos, con un consumo anual promedio de US\$ 60.136, de los cuales destinan un 13% a alimentación, y de éstos los productos del mar representan un 4% del gasto en alimentación anual.⁵

El 91% de los productos del mar consumidos por los norteamericanos es importado, y el consumo per cápita no sobrepasa las 15 libras, contra las 195 libras consumidas en huevos, carne de cerdo, vacuno y pollo.⁶

Las 10 especies más consumidas por los norteamericanos, que representan el 90% de todos los productos del mar consumidos (libras/per cápita):

<i>Especies</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>% Var. 11/10</i>
Shrimp	4	4,2	5%
Canned Tuna	2,7	2,6	-4%
Salmon	1,999	1,952	-2%
Alaskan Pollok	1,192	1,312	10%
Tilapia	1,45	1,287	-11%
Pangasius (Swai)	0,405	0,628	55%
Catfish	0,8	0,559	-30%
Crab	0,573	0,518	-10%
Cod	0,463	0,501	8%
Clams	0,341	0,331	-3%

Fuente: *Based on raw National Marine Fisheries Services data

Cabe destacar el alza en el consumo del panga (Swai) importado principalmente de Vietnam, que desplazó al popular Catfish norteamericano, su popularidad se debe principalmente al bajo precio, sabor y la facilidad para cocinarlo (filetes sin espina).

VI. TENDENCIAS DE DISTRIBUCIÓN

1. Campañas de Promoción

A nivel local destaca The Alaskan Seafood Marketing Institute (ASMI) que promueve el consumo de productos del mar de Alaska y Monterrey Bay Aquarium Seafood Watch Program que promueve el consumo de productos del mar sustentables.

A nivel de competencia internacional está la Asociación Noruega de Productos del Mar cuyo objetivo es atraer negocios relacionados con la industria pesquera y promover sus intereses comunes tanto en los campos de política, economía y comercio local e internacional.

⁵ <http://www.bls.gov/cex/2011/Standard/hispanic.pdf> <http://www.bls.gov/cex/2011/Standard/race.pdf>

⁶ <http://www.st.nmfs.noaa.gov/commercial-fisheries/fus/fus11/index>

VII. TENDENCIAS DEL SECTOR/PRODUCTO

- Innovación en el uso de especias, formatos y presentaciones
- Empaques unipersonales
- La mayor cantidad de lanzamientos corresponde a preparaciones con salmón
- Pescados blancos preparados con salsas

1. Certificaciones

Desde la perspectiva de las empresas el cumplimiento de las normas privadas y su certificación asociada pueden servir como garantía de inocuidad y calidad asegurada, vinculada a los procesos de creación de confianza y marca.

También pueden facilitar la trazabilidad, la estandarización de productos provenientes de diferentes proveedores y la transparencia de sus procesos productivos. Que el producto cumpla con una normativa y etiquetado medioambiental le otorga a los distribuidores y poseedores de marcas, ventajas y resguardos ante posibles boicots de grupos medioambientalistas y notas de prensa negativas.

La postura del gobierno norteamericano ha sido el considerar a las etiquetas ecológicas (ecolabels) y certificaciones como contratos entre privados, y por tanto ha tomado la decisión de no participar en el sector privado de certificación pesquera.⁷

2. Estándares y Esquemas de Certificación en Uso en Pesquerías y Acuicultura

Certificaciones Locales (Estados Unidos) *	
Certificación	Atributos
Seafood Watch	Códigos, Etiquetado
SIGES Salmon Chile	Etiquetado, Esquema de Certificación
Thai quality shrimp, GAP, Thailand	Etiquetado, Estándares
COC-certified Thai shrimp, Thailand	Etiquetado, Estándares

* Pueden ser utilizados en otros mercados también

⁷ <http://www.fao.org/docrep/013/i1948e/i1948e00.htm>

Certificaciones Globales	
Certificación	Atributos
BAP - (Best Aquaculture Practices)	Etiquetado, Certificación
Codex Alimentarius	Estándares, Códigos, Directrices
World Organisation for Animal Health (OIE)	Estándares, Códigos, Directrices
Friend of the Sea	Estándares, Códigos
Safe Quality Food (SQF)	Etiquetado, Estándares, Certificación
British Retail Consortium (BRC)	Etiquetado, Estándares, Certificación
Quality Certification Services (QCS)	Etiquetado, Certificación
Fairtrade	Etiquetado
ISO 22000	Estándares
ISO 9001/14001	Estándares
Marine Stewardship Council (MSC)	Códigos, Etiquetado, Estándares
International Social and Environmental Accreditation and Labelling Alliance (ISEAL)	Códigos, Etiquetado, Estándares
Scottish Salmon Producers' Organization (SSPO), Code of Good Practice (COGP)	Código, Etiquetado
Pêche responsable Carrefour, France	Código, Etiquetado
Bio Gro, New Zealand	Etiquetado, Estándares
Shrimp Seal of Quality, Bangladesh	Etiquetado, Estándares
China GAP	Código, Certificación
Fishmeal and fish oil Code of Responsible Practice (CORP)	Código, Certificación

Fuente: [FAQ](#)

3. Feria Boston Seafood 2013 – Show Case que Mostrará los Nuevos Lanzamientos en EE.UU.

SALMÓN		
EMPRESA	PRODUCTOS DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS
Acme Smoked Fish Corporation	Ensalada untable de salmón (Smoked Wild Alaskan Salmon Spread)	Salmón de Alaska Ahumado mezclado con mayonesa en potes de 2 y 8 onzas
	Charqui de salmón (King Jerky Salmon)	Salmón salvaje ahumado y especiado
	Panqueques (Wild Smoked Salmon Crepes)	Panqueques rellenos con salmón y queso crema
Macknight Food Group Inc.	Flequettes of Scottish Salmon by Macknight 	Mousse de salmón envuelto en pétalos de salmón ahumado escocés (12 piezas por envase)
	Salmon Burger	Hamburguesas de salmón sin preservantes

Nautical Foods	Tournedos Of Salmon, Asian Style	Tournedos de salmón de 5.5 onzas al estilo asiático bañados con salsa teriyaki y cubiertos de semillas de sésamo blanco y negro
	Tournedos of Salmon, Au Poivre 	Tournedos de salmón de 6 onzas bañados con miel y cubiertos con pimienta triturada.
Simple Salmon	Simple Salmon Mignons	Tournedos de salmón fresco del Atlántico – variedad de sabores y especias adaptadas al gusto del mercado/consumidor.
	Salmon Chorizo Sausage	Embutido de salmón con sabores mediterráneos
St. Mary's River Smokehouses	Salmon Stix 	Brochetas de salmón ahumado – opciones de sabores (Salsa BBQ dulce, Chili Mango y Miel de arce especiada)
St. James Smokehouse Inc.	Smoked Salmon Trio	Envase de tres piezas de salmón ahumado con diferentes adobos cada una (Whisky y miel; limón y pimienta y Gin & Tonic)
The Saucy Fish Co.	Salmon Fillets with a Chili Lime & Ginger Dressing	Filetes de salmón sazonados con Chili/lima más jengibre
Yihe Corporation	Ocean Eclipse Alaskan Wild Caught Salmon Burgers	Caja con hamburguesas de salmón salvaje de 4 onzas, empacadas individualmente. Certificación MSC
	Oceanside Cuisine Italian Parmesan Salmon	Caja con filetes de salmón con pasta y bañado en salsa y queso parmesano
CHORITOS		
Azuma Foods	New Zealand Smoked Mussels	Choritos neocelandeses de cultivo ahumados
TILAPIA		
High Liner Foods	Basil Pesto Tilapia	Filetes de tilapia con salsa de pesto de albahaca con ajo para segmento del food service (catering/HoReCa)

Panamei Seafood	Tilapia Fillets	Filetes de Tilapia
Yihe Corporation	Tilapia with Green Curry	Tilapia preparada para microondas con salsa de curry verde

El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile.

El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkeado al sitio de ProChile para su descarga.