

## El mercado de las conservas de pescado en México

## El mercado de las conservas de pescado en México

Este estudio ha sido realizado por Iñigo Velasco Ayensa bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México.

**Agosto de 2006**

## ÍNDICE

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES	5
I. INTRODUCCIÓN	7
1. Definición y características del sector y subsectores relacionados	7
II. ANÁLISIS DE LA OFERTA	9
1. Análisis cuantitativo	9
1.1. Tamaño de la oferta	9
2. ANALISIS CUALITATIVO	16
2.1. Producción	16
2.2. Obstáculos comerciales	17
• Agente aduanero	17
• Facturas comerciales	17
• Padrón de Importadores	18
3. BARRERAS ARANCELARIAS	20
4. REQUISITOS SANITARIOS	21
III. ANÁLISIS DEL COMERCIO	23
1. Análisis cuantitativo	23
1.1. Canales de distribución (Distribución de alimentos y bebidas en general)	23
1.2. Esquema de la distribución	24
2. Análisis cualitativo	28
2.1. Estrategias de canal	28
2.2. Estrategias para el contacto comercial	29
2.3. Condiciones de acceso	29
2.4. Condiciones de suministro	30
2.5. Promoción y publicidad	30
2.6. Tendencias de la distribución	30
3. Análisis del comportamiento del consumidor	31
3.1. Hábitos de consumo	31
4. Percepción del producto español	32
IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	33
1. Tendencias generales del consumo	33
1.1. Factores sociodemográficos	33
1.2. Factores económicos	34
1.3. Distribución de la renta disponible	36
1.4. Tendencias sociopolíticas	37
1.5. Tendencias legislativas	38
V. ANEXOS	39

## **EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO**

---

I. INFORMES DE FERIAS	39
II. LISTADO DE DIRECCIONES DE IMPORTADORES DE INTERÉS.	40
III. PRINCIPALES PRODUCTORES DE CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO	57
IV. NORMAS APLICABLES A LAS PARTIDAS OBJETO DEL ESTUDIO	58
V. TABLAS DE MARCAS Y PRECIOS DE CONSERVAS DE PESCADO	59
VI. BIBLIOGRAFÍA	60



ICEX

### RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

El mercado mexicano de conservas de pescado está conformado por dos grupos: el mercado masivo de conservas de pescado estándar, donde se encuentran principalmente el atún y las sardinas enlatadas; y el mercado de conservas de pescado premium, compuesto por productos importados de alta calidad considerados de tipo gourmet por los consumidores mexicanos, como los mejillones en escabeche, navajas, almejas, anchoas, gulas, etc.

Las conservas españolas de pescado en México gozan de un buen posicionamiento en el mercado. Tanto en los supermercados como en las tiendas más especializadas en productos gourmet, se puede ver una amplia gama de productos españoles. La mayoría de las empresas españolas exportadoras de conservas de pescado a México provienen de Galicia.

El consumo de las conservas de pescado importadas no es muy elevado. Se limita a eventos sociales en forma de canapés o entradas y a algunos consumidores con hábitos alimenticios más europeos que la media. Esto se debe principalmente a que en la dieta tradicional del mexicano no se incluye el pescado en ninguna de sus variedades ya sea fresco, congelado o en conserva. De hecho, el consumo per cápita en México de pescado es de aproximadamente siete kilos al año, siendo atún lo que más se consume. Esta cifra es muy escasa, sobre todo si comparamos con los veintiocho kilos que se consumen en España. Es importante saber a la hora de leer el siguiente estudio, que para el mexicano medio, las conservas de pescado, a excepción del atún y las sardinas, son un producto casi desconocido.

A pesar de que México es un país rico en alimentos procedentes del mar, los consumidores mexicanos gustan de las carnes rojas. Sólo los niveles socioeconómicos altos conocen e integran los productos gourmet en sus demandas alimenticias en ocasiones especiales, aunque generalmente, no los integran a su dieta diaria.

No obstante, existe un nicho de mercado para conservas de pescado premium, es el sector de clase media-alta al que pertenece principalmente la población joven y cosmopolita.

En los últimos tres años, las exportaciones de conservas de pescado de España a México han mantenido su valor, aunque ha disminuído su cuota de mercado. A pesar de la fuerte competencia de terceros países, hay varios factores que explican la estabilidad en el volumen de las exportaciones. Por un lado, los fabricantes españoles han sabido adaptarse a las nuevas tendencias generales en la distribución, en donde las grandes cadenas han empezado a tratar directamente con los fabricantes. Por otro, los conserveros han sabido adaptarse a las exigencias del mercado posicionándose en éste con varias marcas comerciales, atendiendo así

## **EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO**

---

los diferentes nichos de mercado que existen para las conservas premium de pescado. Finalmente, las grandes marcas españolas han realizado esfuerzos por dar a conocer sus productos mediante la realización de promociones en puntos de venta estratégicos por el tipo de consumidor que atiende a los mismos.

Nuestros principales competidores en México han sido históricamente las conservas de origen americano (EE.UU, Ecuador, Chile), pero en los últimos años, como veremos más adelante, estamos asistiendo a una incursión bastante fuerte de las conservas de pescado de origen asiático, de Tailandia y China.

Las conservas de pescado premium importadas de España, poseen factores de éxito claves para su penetración en el mercado mexicano:

- Posicionamiento: La gran variedad de conservas de pescado premium oriundas de España y presentes en el mercado mexicano están posicionadas en la mente del consumidor como productos gourmet, de excelente calidad y precio alto por su exclusividad.
- Origen: Existe el reconocimiento de que las conservas de pescado premium son de origen español por su amplia variedad de productos y reconocida calidad. Varias marcas españolas llevan muchos años en el mercado y por tanto han contribuido a la percepción de calidad de los productos españoles.
- Puntos de venta: Las marcas de las conservas de pescado premium se encuentran siempre presentes en los diferentes puntos de venta lo que refuerza el conocimiento de su existencia por parte del consumidor mexicano actual y potencial.

# I ■ INTRODUCCIÓN

## 1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS

Según el código arancelario mexicano<sup>1</sup>, la fracciones arancelarias de los productos objeto de este estudio son las siguientes:

### **16.04 Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado.**

- Pescado entero o en trozos, excepto el pescado picado:

<b>1604.11</b>	-- Salmones.
<b>1604.11.01</b>	Salmones.
<b>1604.12</b>	-- Arenques.
<b>1604.12.01</b>	Arenques.
<b>1604.13</b>	-- Sardinias, sardinelas y espadines.
<b>1604.13.01</b>	Sardinias.
<b>1604.13.99</b>	Los demás.
<b>1604.14</b>	-- Atunes, listados y bonitos ( <i>Sarda spp.</i> ).
<b>1604.14.01</b>	Atunes.
<b>1604.14.01</b>	Lomos de atún.
<b>1604.14.99</b>	Los demás.
<b>1604.15</b>	-- Caballas ( <i>Scomber scombrus</i> , <i>Scomber australasicus</i> , <i>Scomber japonicus</i> ).

---

<sup>1</sup> De acuerdo con el sistema Sistema Armonizado Internacional (más conocido por sus siglas en inglés HS – Harmonized System) que siguen los códigos arancelarios mexicano (TIGIE) y europeo (TARIC), los seis primeros dígitos de dichos códigos de comercio internacional deben coincidir.

## **EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO**

---

- 1604.16** -- Anchoas.
  - 1604.16.01** Filetes o sus rollos, en aceite.
  - 1604.16.99** Los demás.
  - 1604.19** -- Los demás.
  - 1604.19.99** Los demás.
  - 1604.19.99** Filetes conocidos como "lomos" del género "Euthynnus", diferentes a bonito (Euthynnus (Katsuwonus) pelamis), preparados o en conserva.
  - 1604.20** - Las demás preparaciones y conservas de pescado.
  - 1604.20.99** Las demás preparaciones y conservas de pescado.
  - 1604.20.99** Sardinas, preparadas o en conserva.
  - 1604.20.99** Atún, bonito u otro pescado del género "Euthynnus", preparado o en conserva.
  - 1604.30** - Caviar y sus sucedáneos.
  - 1604.30.01** Caviar.
  - 1604.30.99** Los demás.
- 16.05 Crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, preparados o conservados.**
- 1605.20** - Camarones, langostinos y demás decápodos natantia
  - 1605.90** - Los demás.

## II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

### 1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

#### 1.1. Tamaño de la oferta

En lo que respecta al volumen de importaciones cabe decir que, en los últimos años, éste se ha ido incrementando en términos monetarios, siendo los principales proveedores en el año 2005, los siguientes: EEUU, que representan el 27.61% del total de las importaciones, Ecuador con una participación del 35.57% y, en tercer lugar, España con el 9.25%.

**Tabla 1 - Total Importaciones a México desglosada por países, partida 16.04 (Millones de dólares americanos)**

Rango	País				% Participación			% Cambio
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	- 05/04 -
0	-- MUNDO --	25,025	35,438	54,138	100	100	100	52,77
1	ECUADOR	2,125	7,481	19,257	8,49	21,11	35,57	157,41
2	EE.UU.	13,585	15,431	14,949	54,28	43,54	27,61	-3,13
3	ESPAÑA	4,934	4,047	5,006	19,72	11,42	9,25	23,69
4	TAILANDIA	0,136	0,242	2,904	0,54	0,68	5,36	1098,37
5	COLOMBIA	0,000	1,371	2,834	0	3,87	5,24	106,72
6	CHINA	1,232	1,716	2,661	4,92	4,84	4,92	55,08
7	COSTA RICA	0,219	1,260	1,844	0,87	3,56	3,41	46,34
8	CHILE	0,213	0,575	1,288	0,85	1,62	2,38	124,03
9	CANADA	1,062	1,399	1,172	4,24	3,95	2,17	-16,18
10	JAPON	0,703	0,808	0,820	2,81	2,28	1,52	1,45
11	URUGUAY	0,107	0,202	0,317	0,43	0,57	0,59	56,81
12	ISLANDIA	0,005	0,112	0,311	0,02	0,32	0,57	178,22
13	ITALIA	0,164	0,197	0,170	0,66	0,56	0,31	-13,65
14	FILIPINAS	0,050	0,095	0,134	0,2	0,27	0,25	40,54
15	MARRUECOS	0,016	0,073	0,108	0,06	0,21	0,2	47,85

Fuente: World Trade Atlas

Las exportaciones españolas de conservas de pescado a México se han mantenido en los últimos años en términos monetarios, pasando de los 4,934 millones de dólares americanos en 2003 a los 5,006 en 2005. Si bien cabe señalar, que el volumen de las operaciones se redujo sensiblemente en el año 2004, como se puede observar en la Tabla 1, para posteriormente

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

reactivarse y elevarse a los niveles anteriormente citados. Por otro lado, no se puede obviar que la participación de España en el total de importaciones de conservas de pescado a México se ha ido reduciendo, perdiendo competitividad frente a países como Ecuador o Tailandia (Tabla 1).

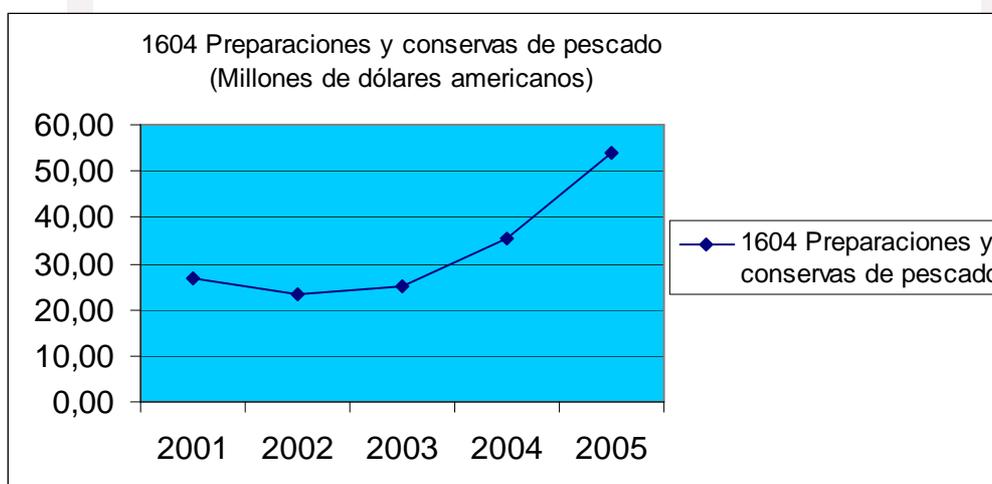
**Tabla 2 - Total importaciones de 16.04 - Conservas de pescado (Millones de dólares americanos)**

Descripción	2001	2002	2003	2004	2005
-- MUNDO --	80506,97	81264,91	84987,69	99207,45	115488,77
1604 Preparaciones y conservas de pescado	26,90	23,41	25,02	35,44	54,14
Las demás Preparaciones y conservas.	4,71	1,52	16,72	20,96	23,32
Atunes, listados y bonitos (Sarda spp.).	1,37	1,86	2,19	7,67	18,66
Sardinias, sardinelas y espadines.	1,23	1,76	1,67	1,84	5,34
Los demás.	0,69	0,88	1,58	1,88	2,72
Salmones.	1,01	0,77	0,81	0,69	1,41
Anchoas.	0,40	0,63	1,03	0,91	1,16
Caviar y sus sucedáneos.	0,38	0,29	0,73	0,79	0,94
Arenques.	0,13	0,24	0,23	0,41	0,36
Caballas	0,13	0,24	0,08	0,29	0,23
Camarones, langostinos y demás Decápodos	12,22	16,67	20,89	19,47	29,23
Los demás.	7,32	7,73	8,12	8,64	10,80

Fuente: WTA

En la Tabla 2 observamos la evolución en el periodo 2001 - 2005 de las importaciones de las conservas de pescado. Las importaciones más significativas en el año 2005 son las de camarones, langostinos y demás decápodos, le siguen las demás preparaciones y conservas, y a continuación, las de atunes, listados y bonitos.

**Gráfico 1 – Total importaciones de conservas de pescado (millones de dólares americanos)**



## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

Según se refleja en el gráfico 1, las importaciones de conservas de pescado alcanzaron los 54 millones de dólares americanos en 2005. Lo más relevante de este dato es el gran aumento sufrido a partir del 2003. De hecho, se ha duplicado el valor de las importaciones en los últimos tres años. Ello refleja el buen momento en que se encuentra el mercado mejicano para ese tipo de conservas.

En las siguientes tablas podemos observar, el valor total de las importaciones a México desglosado por países.

El salmón (16.04.11), es un producto de muy poco consumo en México y cuando es consumido, suele ser fresco, envasado al vacío. Ni siquiera Noruega o Nueva Zelanda exportan cantidades representativas al mercado mexicano. Como es natural por la cercanía geográfica, son Chile y EE.UU los países que exportan las pequeñas cantidades que el mercado mexicano consume.

**Tabla 3 – 16.04.13, Sardinias, sardinelas y espadines: Importaciones a México (Millones de dólares americanos)**

Rango	País				% Participación			% Cambio
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	- 05/04 -
0	-- MUNDO --	1,668	1,840	5,344	100	100	100	190,42
1	ECUADOR	0,000	0,000	3,264	0	0,01	61,08	0
2	CANADA	0,673	0,810	0,870	40,34	44,02	16,27	7,37
3	ESPAÑA	0,483	0,516	0,660	28,95	28,06	12,36	27,91
4	EE.UU	0,445	0,438	0,441	26,69	23,8	8,26	0,76
5	TAILANDIA	0,001	0,031	0,046	0,04	1,71	0,86	46,7
6	POLONIA	0,000	0,009	0,041	0	0,46	0,78	386,59
7	MARRUECOS	0,000	0,002	0,011	0	0,12	0,21	407,97
8	NORUEGA	0,000	0,000	0,005	0	0	0,09	0
9	UK E IRLANDA	0,000	0,002	0,003	0	0,09	0,06	106,75
10	PERU	0,000	0,000	0,001	0,02	0	0,02	4687,5

Fuente: WTA

Las sardinias en conserva son, junto con el atún, la conserva de pescado más consumida por los mexicanos. Ésta es consumida por todos los niveles socioeconómicos. Hay que tener en cuenta que México también es productor de sardina en conserva.

Como observamos en la tabla 3, en el año 2005, Ecuador es líder en las exportaciones a México de este producto. Como veremos más adelante, México es un país productor y lo hace con unos precios muy competitivos. Es por ello, que sólo los países que producen a precios bajos, son capaces de exportar al mercado mexicano. Las cantidades de este producto que exporta España a México, no son muy representativas.

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

Tabla 4 – 16.04.14, Atunes, listados y bonitos: Importaciones a México (Millones de dólares americanos)

Rango	País				% Participación			% Cambio
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	- 05/04 -
0	-- MUNDO --	2,193	7,674	18,657	100	100	100	143,12
1	ECUADOR	0,839	3,906	10,559	38,25	50,89	56,6	170,37
2	COLOMBIA	0,000	1,371	2,834	0	17,87	15,19	106,72
3	TAILANDIA	0,001	0,006	2,724	0,06	0,07	14,6	49070,92
4	ESPAÑA	1,067	0,946	1,440	48,66	12,33	7,72	52,21
5	EE.UU.	0,051	0,120	0,454	2,31	1,57	2,44	277,23
6	COSTA RICA	0,219	1,260	0,453	9,97	16,42	2,43	-64,05
7	FILIPINAS	0,014	0,045	0,121	0,65	0,58	0,65	171,53
8	INDONESIA	0,000	0,009	0,070	0	0,12	0,37	644,64
9	CANADA	0,000	0,000	0,002	0	0	0,01	0
10	CHINA	0,002	0,001	0,000	0,09	0,02	0	-99,52

Fuente: WTA

Para analizar la tabla 4, debemos tener en cuenta que México es un gran productor de atún en conserva, que es con diferencia, la conserva de pescado más demandada. El precio del atún en conserva mexicano está muy por debajo del atún de importación. Más adelante, se hace un análisis de los precios. (anexo IV).

Algunas marcas españolas se sitúan en el mercado ofertando bonito del norte o atún en aceite de oliva que, obviamente, tiene un precio mucho más alto que el atún en aceite que se produce en México. Cabe destacar una preparación inexistente en España que en México se comercializa con mucho éxito, el atún en agua. El formato que utilizan las conservas mexicanas para el atún en conserva, es la lata redonda de 170 gramos netos.

Tanto las **caballas** (16.04.15), como los **arenques** (16.04.12), no son productos de los que el mercado mexicano sea consumidor, las cifras de importaciones son prácticamente irrelevantes. España no aparece como país exportador de estos productos a México.

Tabla 5 – 16.04.16, Anchoas: Importaciones a México (Millones de dólares americanos)

Rango	País				% Participación			% Cambio
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	- 05/04 -
0	-- MUNDO --	1,028	0,909	1,164	100	100	100	28,07
1	ESPAÑA	0,712	0,573	0,823	69,31	63,01	70,72	43,73
2	ITALIA	0,158	0,185	0,167	15,41	20,35	14,31	-9,97
3	MARRUECOS	0,016	0,070	0,096	1,53	7,68	8,24	37,39
4	CHILE	0,000	0,021	0,062	0,01	2,29	5,3	196,74
5	ISRAEL	0,000	0,000	0,009	0	0	0,79	0
6	NO DECLARADOS	0,006	0,003	0,003	0,57	0,32	0,26	4,29
7	FILIPINAS	0,000	0,000	0,002	0	0	0,17	0
8	EE.UU.	0,113	0,051	0,001	11,04	5,56	0,12	-97,15
9	JAPON	0,000	0,000	0,000	0	0	0,04	0
10	COREA DEL SUR	0,001	0,001	0,000	0,09	0,08	0,02	-67,15

Fuente: WTA

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

En lo que a anchoas en conserva se refiere, España es el líder indiscutible de las importaciones en México. Además, podemos observar como la tendencia de los últimos años es al alza. De los puntos de venta visitados, casi la totalidad de las marcas son de origen español.

Al ser una conserva considerada premium o de alta calidad, encontramos principalmente dos clases de variedad de materia prima, bien de origen argentino (*engraulis anchoita*), o bien de origen europeo (*engraulis encrasicolus*). En los puntos de venta visitados para la realización del estudio (todos en la Ciudad de México), no se han detectado otras variedades de anchoa como la del Pacífico o China.

Es importante reseñar que a pesar de que las anchoas en conserva hayan sido elaboradas en España, el origen de la pesca puede ser muy diferentes procedencias (Chile, Perú, China, etc.). La procedencia de la materia prima es un factor muy importante a la hora de determinar la calidad y el precio de cada lata.

**Tabla 6 – 16.04.19, Los demás: Importaciones a México (Millones de dólares americanos)**

Rango	País				% Participación			% Cambio
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	- 05/04 -
0	-- MUNDO --	1,577	1,883	2,721	100	100	100	44,52
1	EE.UU	0,701	0,877	0,660	44,49	46,56	24,26	-24,71
2	COSTA RICA	0,000	0,000	0,607	0	0	22,29	0
3	ESPAÑA	0,557	0,430	0,546	35,34	22,86	20,06	26,83
4	CHINA	0,010	0,134	0,420	0,66	7,12	15,43	213,1
5	ECUADOR	0,064	0,000	0,275	4,09	0	10,11	0
6	CHILE	0,085	0,041	0,080	5,39	2,2	2,95	93,79
7	TAIWAN	0,000	0,055	0,056	0	2,9	2,06	2,57
8	ARGENTINA	0,000	0,025	0,047	0	1,33	1,74	89,62
9	URUGUAY	0,000	0,012	0,026	0	0,64	0,95	113,03
10	JAPON	0,119	0,048	0,004	7,53	2,55	0,13	-92,43

Fuente: WTA

En la Tabla 6 observamos que España se encuentra en tercer lugar, después de Estados Unidos y Costa Rica. Mientras que las exportaciones de esta partida se mantienen estables en el caso de España, Costa Rica se ha convertido en el año 2005, en un importante exportador de estos productos a México. También observamos que China o Taiwan, empiezan a estar presentes en este mercado, lo que demuestra la tendencia general del mercado a importar conservas de pescado de origen asiático.

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

**Tabla 7 – 16.04.20, Las demás preparaciones y conservas de pescado: Importaciones a México (Millones de dólares americanos)**

Rango	País				% Participación			% Cambio
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	- 05/04 -
0	-- MUNDO --	16,716	20,959	23,315	100	100	100	11,24
1	EE.UU.	11,319	13,205	12,561	67,71	63,01	53,88	-4,88
2	ECUADOR	1,222	3,575	5,158	7,31	17,06	22,12	44,28
3	CHINA	1,211	1,566	2,236	7,25	7,47	9,59	42,8
4	ESPAÑA	1,967	1,479	1,415	11,76	7,06	6,07	-4,28
5	COSTA RICA	0,000	0,000	0,784	0	0	3,36	0
6	JAPON	0,381	0,531	0,522	2,28	2,53	2,24	-1,57
7	URUGUAY	0,107	0,190	0,291	0,64	0,91	1,25	53,22
8	TAILANDIA	0,114	0,197	0,108	0,68	0,94	0,46	-45,06
9	CHILE	0,005	0,005	0,107	0,03	0,03	0,46	1926,56
10	TAIWAN	0,023	0,055	0,040	0,14	0,26	0,17	-28,24

Fuente: WTA

Dentro de la partida arancelaria 16.04.20, se encuentran las llamadas gulas (surimi de pescado). Es importante remarcar que este es uno de los productos de más éxito entre determinados consumidores de clase alta. También es consumido como canapé en el sector de la restauración. En cuanto a Surimi de pescado, también llamado “palitos de cangrejo”, en las visitas realizadas a los principales autoservicios de México D.F., no se han encontrado marcas españolas que estén presentes en el mercado.

**Tabla 8 – 16.05.20, Camarones, langostinos y demás decápodos natantia: Importaciones a México (millones de dólares americanos)**

Rango	País				% Participación			% Cambio
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	- 05/04 -
0	-- MUNDO --	20,890	19,469	29,233	100	100	100	50,15
1	CHINA	0,256	1,807	11,612	1,22	9,28	39,72	542,49
2	EE.UU.	8,435	7,855	6,913	40,38	40,35	23,65	-12
3	CANADA	6,545	7,126	5,552	31,33	36,6	18,99	-22,1
4	TAILANDIA	4,006	1,338	2,446	19,18	6,87	8,37	82,86
5	INDIA	1,352	0,983	1,629	6,47	5,05	5,57	65,7
6	MALASIA	0,000	0,000	0,405	0	0	1,39	0
7	INDONESIA	0,012	0,014	0,391	0,06	0,07	1,34	2779,97
8	EMIRATOS ARABES	0,000	0,043	0,148	0	0,22	0,51	241,46
9	NORUEGA	0,000	0,000	0,068	0	0	0,23	14739,56
10	ESPAÑA	0,001	0,000	0,042	0	0	0,14	9909,72

Fuente: WTA

Los langostinos (camarones en México), son muy conocidos y consumidos en todo el país, de hecho, México es un país productor. Normalmente, se consumen frescos o cocinados. El formato en conserva no es el más habitual para su consumo. Entre China, EE.UU. y Canadá, copan casi la totalidad de importaciones de este producto. Las cantidades que España exporta a México son insignificantes.

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

**Tabla 9 – 16.04.30, Caviar y sus sucedáneos: Importaciones a México (Millones de dólares americanos)**

Rango	País				% Participación			% Cambio - 05/04 -
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	
0	-- MUNDO --	0,729	0,787	0,938	100	100	100	19,23
1	ISLANDIA	0,005	0,112	0,288	0,7	14,19	30,69	157,89
2	JAPON	0,200	0,223	0,285	27,43	28,39	30,36	27,48
3	EE.UU	0,302	0,199	0,179	41,4	25,32	19,06	-10,27
4	ESPAÑA	0,120	0,099	0,096	16,48	12,6	10,27	-2,87
5	CANADA	0,041	0,049	0,049	5,61	6,26	5,21	-0,87
6	DINAMARCA	0,000	0,007	0,010	0	0,88	1,08	45,86
7	CHILE	0,006	0,005	0,010	0,88	0,66	1,02	84,35
8	KAZAKHSTAN	0,000	0,000	0,008	0	0	0,84	0
9	FRANCIA	0,008	0,000	0,007	1,16	0	0,73	0
10	ALEMANIA	0,009	0,004	0,002	1,21	0,54	0,24	-46,64

Fuente: WTA

De caviar, son pocas las cantidades que México importa, sobre todo si tenemos en cuenta el tamaño del mercado. Bien es cierto, que es muy pequeño el porcentaje de población que tiene acceso a estos productos considerados de lujo.

Tres son los principales países que copan la mayor parte de la cuota de mercado de este producto, Islandia, Japón y EE.UU. Aunque España aparece como cuarto exportador a México de caviar, el valor total de las exportaciones es poco relevante.

**Tabla 10 – 16.05.90, Los demás: Importaciones a México (Millones de dólares americanos)**

Rango	País				% Participación			% Cambio - 05/04 -
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	
0	-- MUNDO --	8,119	8,635	10,798	100,000	100	100	25,05
1	ESPAÑA	2,032	1,711	1,959	25,030	19,81	18,14	14,52
2	COREA DEL SUR	1,281	1,657	1,860	15,780	19,19	17,22	12,21
3	CHINA	1,067	0,768	1,757	13,140	8,89	16,27	128,87
4	SENEGAL	0,648	0,962	1,059	7,990	11,14	9,81	10,12
5	CHILE	0,448	0,511	1,015	5,520	5,92	9,4	98,56
6	TAILANDIA	0,380	0,833	0,869	4,690	9,65	8,05	4,34
7	EE.UU	1,389	0,952	0,837	17,110	11,02	7,75	-12,12
8	MAURITANIA	0,029	0,262	0,252	0,360	3,03	2,33	-3,9
9	NUEVA ZELANDIA	0,183	0,160	0,241	2,250	1,86	2,23	50,29
10	ARGENTINA	0,000	0,000	0,213	0,000	0	1,97	0

Fuente: WTA

Ésta es la partida arancelaria en la que se va a clasificar el mejillón en conserva. La fracción arancelaria del sistema TARIC, 16.05.90.19, no coincide con la del Sistema Armonizado que no desglosa la subpartida 16.05.90.

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

Vemos que en esta partida España es el líder, si bien hay que tener en cuenta, que están bastante equiparadas las importaciones de los diez primeros países. A pesar de que la competencia es fuerte, el buen posicionamiento comercial de las empresas españolas en el mercado hace que estemos a la cabeza de importaciones de este producto, a pesar de que otros países sean más competitivos en cuanto a precio.

## 2. ANÁLISIS CUALITATIVO

### 2.1. Producción

La producción de conservas de pescado en México se basa principalmente en el atún y las sardinas. Las conserveras mexicanas, en general, ofertan una amplia gama de tipo de conservas no centrándose exclusivamente en la conserva de pescado. La mayoría cuentan también con una gran variedad de conservas vegetales y ensaladas.

A pesar de que las empresas conserveras mexicanas tienen oficinas centrales y centros de distribución en la Ciudad de México, las plantas de producción se centran en las zonas costeras del país, sobre todo en los Estados de Veracruz y Sinaloa.

A continuación hacemos una exposición de la situación del mercado de conservas mexicano.

La Cámara Nacional de la Industria de las Conservas Alimenticias (CANAINCA) aglutina a 50 empresas. Las exportaciones de las empresas mexicanas van desde el 5% al 20% de su producción.

CANAINCA divide el sector de las conservas de pescado en tres categorías: atún, sardina y otros productos del mar. Es reseñable que al atún le corresponde la mayor participación de estas ventas (86%) en 2005 y es la categoría que de manera individual aporta el mayor peso a la Industria de conservas, con 4.539 millones de pesos (450 millones de dólares). (Tablas 11 y 12)

**Tabla 11 – Participación en % de ventas totales**

Categorías	2002	2003	2004	2005
Atún	82%	83%	84%	86%
Sardina	13%	13%	12%	10%
Otros	6%	5%	4%	4%
Total Sector	100%	100%	100%	100%

**Tabla 12 – Volumen de ventas (millones de dólares americanos)**

Categorías	2002	2003	2004	2005
Atún	\$298.287	\$369.899	\$414.858	\$453.866
Sardina	\$45.906	\$55.951	\$59.712	\$49.912
Otros	\$20.518	\$21.580	\$21.685	\$21.507
Total Sector	\$364.712	\$447.431	\$496.257	\$525.285

Fuente: CANAINCA (Tablas 11, 12)

Según se puede observar en la Tablas 11 y 12, el atún está logrando su madurez en el mercado al presentar, en lo periodos que van de 2002 a 2005, crecimientos positivos en términos

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

reales cada vez más pequeños (18.9%, 7.5% y 4.9%), lo que hace suponer que las cifras de ventas se vayan estabilizando en torno a los valores del año 2005, que ascienden a un total de casi 454 millones de dólares. La sardina logró su porcentaje de crecimiento más alto en el año 2003 mostrando un crecimiento mucho menor en el 2004 y finalmente, un descenso en 2005. En el último año acumula un total de casi 50 millones de dólares. Considerando sus valores reales, otros productos del mar también es una categoría que se mantiene estable en los últimos años, como podemos observar en la tabla. En el 2005 cerró con ventas de 21.5 millones de dólares.

**Tabla 13 - Exportaciones mexicanas (Millones de dólares americanos)**

Descripción				% Participación			% Cambio
	2003	2004	2005	2003	2004	2005	- 05/04 -
-- MUNDO --	37853,67	48707,58	63117,76	100,00	100,00	100,00	29,59
1604 Preparaciones y conservas de p	9,86	10,98	11,53	0,03	0,02	0,02	4,96
Atunes, listados y bonitos (Sarda spp.).	3,57	5,52	7,68	36,17	50,27	66,62	39,09
Sardinias, sardinelas y espadines.	5,24	3,88	2,98	53,17	35,31	25,82	-23,25
Las demás Preparaciones y conservas	1,04	1,55	0,83	10,54	14,09	7,17	-46,61
Los demás.	0,00	0,02	0,03	0,05	0,23	0,30	36,78

Fuente:WTA

Analizando las exportaciones de conservas de pescado mexicanas (Tabla 13) observamos, que casi exclusivamente exportan atún y sardinias, que a su vez son prácticamente las únicas conservas que se producen en el país. Además, las cantidades que exportan de este producto son más bien pequeñas. Esta circunstancia es fruto del poco desarrollo de la industria conservera en México.

En el Anexo III, podemos encontrar un listado con los principales productores del país.

### 2.2. Obstáculos comerciales

Existen una serie de elementos que hay que tener en cuenta a la hora de exportar conservas de pescado a México.

- **Agente aduanero**

Antes de exportar estos productos a México se debe contactar con un agente aduanero, a ser posible con experiencia en el sector, ya que éste contará con los conocimientos necesarios y más actualizados sobre tarifas arancelarias, costos y trámites relacionados con el producto en cuestión.

- **Facturas comerciales**

Las facturas comerciales son necesarias, siempre y cuando las mercancías tengan un valor comercial en moneda nacional o extranjera superior a 300 dólares de los Estados Unidos de América. Las facturas pueden ser expedidas por proveedores nacionales o extranjeros y presentarse en original y copia.

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

---

- **Lista de contenidos (Paking List)**

Describiendo el contenido de cada paquete que se envía. Su numeración deberá coincidir con la factura comercial.

- **Certificado de Origen**

Para acogerse al trato preferencial firmado en el Tratado de Libre Comercio, es necesario probar el origen de las mercancías. Para ello existen dos vías:

(1) Certificado de origen EUR1: Expedido por la Agencia Tributaria Española. En la práctica suele realizarlo el transitario.

(2) Número de Exportador Autorizado: Toda empresa exportadora puede solicitar la consideración de "Exportador Autorizado" a la Agencia Española de Administración Tributaria. Este organismo estudiará cada caso (mediante una investigación sobre la forma de operar de la empresa solicitante o incluso visitando sus instalaciones) y decidirá sobre las solicitudes. Una vez obtenido el Número de Exportador Autorizado, sólo es necesario hacerlo constar en el documento comercial que describa las mercancías sin necesidad de solicitar el EUR-1 para cada operación.

Agencia Española Tributaria  
Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales  
Subdirección General de Gestión Aduanera  
Servicio de Origen  
Avda. Llano Castellano, 17, 28071 Madrid  
Tlfno: (91) 728 9605/08 Fax: (91) 358 4721  
e-mail: [gesadu@aeat.es](mailto:gesadu@aeat.es)

- **Padrón de Importadores**

Es necesario que el importador esté inscrito en el Padrón de Importadores de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (Ley Aduanera 1996, Art.59).

Otros documentos que pueden ser solicitados según la fracción arancelaria pueden ser:

- **Certificado de libre venta:** Es un certificado que solicita la autoridad mexicana para avalar que el mismo producto se vende en el país de origen. Éste debe ser expedido por la autoridad sanitaria competente en el país de origen del producto o la autoridad en quien delegue. Dentro de los productos que requieren del certificado de libre venta están: pescado congelado, pescado enlatado, aceite de oliva, quesos, vino, brandy, etc.
- **Normativa**

- **Normas Oficiales Mexicanas:** La finalidad de estas normas es la de establecer la terminología, clasificación, características, cualidades, medidas, especificaciones técnicas, muestreo, métodos de prueba que deben cumplir los productos y servicios o procesos cuando éstos puedan constituir un riesgo para la seguridad de las personas o dañar la salud humana, animal o vegetal, el medio ambiente en general o el laboral, o bien causar daños a la preservación de los recursos naturales. Todos los productos, procesos, métodos, instalaciones, servicios o actividades deberá cumplir con las NOM's.

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

---

Para que las mercancías sujetas a NOM puedan ser importadas a México, el importador debe de contar con el certificado de autorización de los órganos reguladores extranjeros que hayan sido reconocidos por las dependencias federales competentes.

El incumplimiento de una NOM es causa de sanciones. De acuerdo con la ley aduanera, las NOM son consideradas como restricciones no arancelarias que difieren de las cuotas compensatorias. Cuando se incumplen las NOM o no se puede comprobar su cumplimiento, se pueden llegar a multar desde el 70% hasta el 100% del valor comercial de las mercancías. Cuando se omitan o se asienten datos inexactos en relación con el cumplimiento de la NOM, la multa será del 2% al 10% del valor comercial de las mercancías.

La última finalidad de la NOM es la certificación que sirve para comprobar el cumplimiento y para garantizar a los consumidores que el producto cumple con las especificaciones respectivas de seguridad y calidad.

El cumplimiento de las NOM se puede dar mediante el certificado de las mismas, aunque no todas las NOM lo necesiten, ya que algunas son de información comercial y autoexplicativa.

Las NOM son emitidas por la Secretaría de Economía y se pueden consultar vía internet en la siguiente dirección, [www.economía-noms.gob.mx](http://www.economía-noms.gob.mx); o personalmente se puede contactar con la Dirección General de Promoción de la DGN a cargo de la Lic. Danielle Schont al teléfono (52 55 5729 9300 ext. 4121; o vía e-mail a: [dschont@economia.gob.mx](mailto:dschont@economia.gob.mx). Av. Puente de Tecamachalco, 6 Sección Fuentes. Col. Lomas de Tecamachalco. C.P. 53950.

- **Normas de emergencia:** Son aquellas que ante un suceso imprevisto y de manera preventiva son tomadas por las autoridades competentes para mantener al país libre de enfermedades o plagas. Actualmente no existe ninguna norma de estas características al respecto, aunque no se descarta que se pueda dar en el futuro.

En el Anexo IV, encontramos un cuadro en el que se especifican las NOM que tiene que cumplir cada partida objeto del estudio.

La NOM general que tienen que cumplir todas las partidas sobre las que versa el estudio, es la NOM-130-SSA-1995 en la que establecen las normas que tienen que cumplir los alimentos envasados en recipientes de cierre hermético y sometidos a tratamiento térmico, con excepción de los productos que cuenten con Normas Oficiales Mexicanas específicas. En esta NOM en concreto, regula las definiciones, símbolos y abreviaturas, disposiciones y especificaciones sanitarias, muestreo, métodos de prueba, etiquetado, envase y embalaje y por último, la concordancia con normas internacionales que se deben cumplir.

En cuanto a las NOM de etiquetado, son dos las que se les exige a las partidas objeto del estudio.

La primera, es la NOM-51-SCFI-1994, esta Norma Oficial Mexicana tiene por objeto establecer la información comercial que debe contener el etiquetado de los alimentos y bebidas no alcohólicas, preenvasados de fabricación nacional y extranjera, así como determinar las características de dicha información.

La segunda, es la NOM-84-SCFI-1994, establece los requisitos de información comercial y sanitaria que deben exhibir en su presentación comercial los productos de atún y bonito preenvasados, tanto de procedencia nacional como extranjera que se comercialicen al público

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

en territorio mexicano, con objeto de proporcionar al consumidor información clara y suficiente que le permita tomar la decisión de compra más adecuada a sus necesidades.

### 3. BARRERAS ARANCELARIAS

Al ser México un país productor, tanto de atún como de sardinas, las importaciones de estos productos están sometidos a arancel. Además, el Gobierno mexicano establece una cuota de importación. Una vez alcanzada ésta, no será posible importar más cantidad de ese producto.

**Tabla 14 - Tabla aranceles aplicables en 2006**

Fracción	Arancel	2006	2007	2008	2009	2010
16041101 16041201 16043001 16059099 16041501 16041601 16041699	EXENTO					
16041301 16041390	1 enero al 30 de junio 12.4% / 1 de Julio al 31 diciembre 10%	10%	7.4%	5.0%	2.4%	EXENTO
16041401 16041499	7.6% AD - VALOREM	LO DISPUESTO EN ESTE ARTICULO SOLO SERA APLICABLE A MERCANCIAS QUE CUENTEN CON UN CERTIFICADO DE CUPO EXPEDIDO POR LA SECRETARIA DE ECONOMIA.				
16041901 16041902	7.6% AD - VALOREM	LO DISPUESTO EN ESTE ARTICULO SOLO SERA APLICABLE A MERCANCIAS QUE CUENTEN CON UN CERTIFICADO DE CUPO EXPEDIDO POR LA SECRETARIA DE ECONOMIA.				
16041999	Del 1 enero al 30 de junio 8.0 % / Del 1 de Julio al 31 diciembre 6.0%	6%	4%	2%	EXENTO	
16042001	1 enero al 30 de junio 12,4 % / 1 de Julio al 31 diciembre 10%	10%				
160520 160590	EXENTO					

*Fuente: DIA – Septiembre de 2006*

Es recomendable, en cada caso particular, que la empresa española consulte con su agente aduanero para que clasifique el producto y le indique el tipo de arancel aplicable. El sistema TARIC y el Sistema Armonizado no siempre coinciden y es el agente aduanero quien las clasifica.

## **EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO**

---

En el caso de las partidas arancelarias que están gravadas con arancel y cupo, el 7.6% es para el presente año 2006. Estas partidas no entran en el Tratado de Libre Comercio, por lo que cada año, las autoridades competentes establecerán los aranceles específicos para cada partida, así como el cupo que se aplican a las mismas.

### **4. REQUISITOS SANITARIOS**

Los importadores mexicanos de productos agroalimentarios europeos en general, y españoles en particular, se enfrentan a frecuentes problemas a los que tienen que hacer frente en las aduanas mexicanas todos los días.

Aunque la “autorización sanitaria previa de importación” no es un requisito que deba ser cumplido específicamente por el exportador español, hay que tener presente que el importador debe contar con los permisos y autorizaciones sanitarias imprescindibles para importar conservas de pescado. En caso contrario, puede paralizarse la mercancía en la aduana.

A continuación, se expone una selección de los artículos de la ley, en la que se establece que el importador mexicano debe contar con la autorizaciones sanitarias previas a la importación de conserva de pescado.

El acuerdo que establece la clasificación y codificación de mercancías y productos cuya importación, exportación, internación o salida esta sujeta a regulación sanitaria por parte de la Secretaria de Salud, fue publicado en D.O.F. con fecha 29/marzo/2002 y sus modificaciones de fecha 27/marzo/2003, 27/enero/2005, 1/abril/2005 y 26/octubre/2005.

Artículo 1.- se establece la clasificación y codificación de las mercancías y productos sujetos a autorización sanitaria previa de importación, o autorización de interacción, según corresponda, por parte de la secretaria de salud, comprendidas en las fracciones arancelarias de la tarifa de la ley de los impuestos generales de importación y de exportación que a continuación se indican, únicamente cuando se destinen a los regímenes aduaneros señalados en los apartados siguientes:

a) la comisión federal para la protección contra riesgos sanitarios, a través de la comisión de autorización sanitaria, así como las autoridades sanitarias competentes en las entidades federativas, expedirán las autorizaciones sanitarias previas de importación, que de conformidad con la ley general de salud tienen el carácter de permisos sanitarios previos de importación, de los productos comprendidos en las siguientes fracciones arancelarias, únicamente cuando dichos productos se destinen al consumo humano o para uso en los procesos de la industria de alimentos para consumo humano, y se destinen a los regímenes aduaneros de importación definitiva, temporal o deposito fiscal:

Artículo 6.- los importadores y exportadores de las mercancías que se listan en este acuerdo, deberán presentar conjuntamente con el pedimento aduanal, las autorizaciones sanitarias previas de importación o exportación o, en su caso, las autorizaciones de introducción o de salida, el aviso sanitario de importación o copia del registro sanitario; o comprobar el cumplimiento de los requisitos de etiquetado, según corresponda. lo anterior no exime a los interesados de cubrir los requisitos que señalen otras disposiciones legales.

Artículo 7.- los importadores de las mercancías comprendidas en las fracciones arancelarias a que se refieren los artículos 1, 2, 3 y 4 del presente acuerdo, que habiendo sido exportadas

## **EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO**

---

en forma definitiva retornen al país por cualquier motivo, deberán presentar, a la introducción al territorio nacional, la autorización sanitaria previa de importación, expedida por la comisión federal para la protección contra riesgos sanitarios, o por las autoridades sanitarias competentes en las entidades federativas.

Artículo 9.- la secretaria de salud, en coordinación con la comisión de comercio exterior revisará, por lo menos una vez al año, las listas de mercancías sujetas a regulación no arancelaria en los términos del presente acuerdo, a fin de excluir de este las fracciones arancelarias cuya regulación se considere innecesaria, o integrar las que se consideren convenientes, con base en los criterios técnicos aplicables.

Los formatos y solicitudes para obtener los permisos, pueden descargarse de la página Web [www.cofepris.gob.mx](http://www.cofepris.gob.mx). Pinchar sobre “Centro Integral de Servicios” y “Nuevos Formatos”. Dentro del apartado SOLICITUDES, acceder a la Guía Rápida de llenado. En la pág. 2 de esta Guía, vienen los campos que deben ser completados para el caso de Permiso de importación previo de alimentos y bebidas no alcohólicas. Una vez aclarada la información que debe ser rellenada, se puede descargar el formato en Excel. Este lo encontraremos en el apartado SOLICITUDES - FORMATOS.



# III. ANÁLISIS DEL COMERCIO

## 1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

### 1.1. Canales de distribución (Distribución de alimentos y bebidas en general)

Tradicionalmente, el procedimiento habitual para comercializar conservas de pescado en México ha sido a través de importadores que se encargaban de la posterior distribución a los diferentes canales de distribución.

En los últimos cinco años, las principales cadenas de supermercados (Wal-Mart, Comercial Mexicana, Comercial Soriana, etc.) han empezado a importar directamente sin pasar antes por la figura del importador. Últimamente, esta tendencia está cambiando hacia un sistema mixto, en el que la negociación y el pago se gestiona a través de la gran superficie, pero es el importador el que se encarga de la logística del producto.

En este aspecto, nos enfrentamos a un mercado en el que pese a la gran cantidad de público objetivo que engloba (México tiene una población que ronda los 106 millones de habitantes), son unos pocos importadores de producto español los que acaparan la gran mayoría del mercado.

A la hora de definir los canales de distribución en México, hay que tener en cuenta que el producto español en general, y la conserva de pescado en particular, son productos considerados gourmet y no al alcance de todo el mundo.

Son tres los canales principales en los que la conserva de pescado española puede encontrar nicho de mercado. En primer lugar, la gran superficie, ya sea a través de la figura de un importador o importada directamente por ésta. En segundo lugar, a través mayoristas, que cuentan con su propia red de reparto y pueden distribuir a pequeños comercios, tiendas de autoservicio, restaurantes, etc.. Finalmente, el llamado circuito Horeca o Food Service, integrado por restaurantes, hoteles, cafeterías, etc.

La figura del representante de marca también es utilizada. En México no existe un colegio oficial de representantes, por lo que encontrar la persona adecuada no es fácil. Se necesita gran conocimiento del mercado a la hora de nombrar un representante que cumpla con las expectativas del exportador. La comisión por operación del representante está en torno al 5%.

## **EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO**

---

La distribución de alimentos en México está bastante fragmentada, combina los sistemas tradicionales de distribución con los nuevos y sofisticados. Sólo unas cuantas compañías son las que poseen un control de la totalidad en la cadena de su distribución.

### Intermediarios:

Los intermediarios son muy importantes a la hora de definir la estrategia de distribución por la que la empresa española va a optar en el mercado mexicano. Sin embargo, con la concentración que se está dando en el sector detallista y el creciente poder de las cadenas de auto-servicio, su poder está disminuyendo gradualmente. Debido a la fragmentación que por naturaleza tienen los proveedores del sector restaurantero y detallista, las ventas de una compañía y su fuerza de distribución no pueden cubrir todos los puntos de venta que existen a nivel nacional.

Existen buenas razones por las cuales solamente unas cuantas compañías cuentan con sus propios sistemas de distribución a nivel nacional: éstos son caros y para la mayoría de las compañías no son la mejor solución en el presente. Los mayoristas con una amplia cobertura y penetración a nivel nacional son raros, incluso los procesadores fuertes deben desarrollar relaciones con múltiples mayoristas regionales para asegurar una amplia cobertura y para crear y mantener la imagen de su producto.

### La conserva de pescado en la gran distribución:

Como se viene exponiendo a lo largo del estudio, la conserva de pescado no es un producto que ocupe un lugar importante en la dieta básica del mexicano medio.

En la mayoría de las grandes superficies (Gigante, Wal-Mart, Chedraui, etc.), el atún es el producto que ocupa la mayoría del espacio dentro de la sección de conservas de pescado, ya sea en aceite, agua o alguna de sus variedades, como por ejemplo ensalada. Además, también es habitual encontrar sardinas en aceite o con tomate. Existen cuatro o cinco empresas de ámbito nacional que tienen copada la casi totalidad del mercado. El resto, son conservas de importación, con gran abundancia de conservas españolas, principalmente gallegas.

Existen otros autoservicios, como es el caso de SuperaAma, o tiendas departamentales como el Palacio de Hierro o Liverpool dirigidos a un público de nivel socioeconómico alto. Es aquí donde la conserva española adquiere gran protagonismo, hasta el punto de que hay la misma cantidad de conservas nacionales e importadas. En estos puntos de venta encontramos varias marcas españolas ofertando gran variedad de productos.

## **1.2. Esquema de la distribución**

Los autoservicios se clasifican conforme al tamaño del inmueble, a las líneas de mercancías que venden y a los servicios adicionales que ofrecen al consumidor.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Fuente: Directorio 2004, 11a ed., Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales A.C. (ANTAD)

## **EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO**

---

### **Tiendas de conveniencia**

La superficie es menor a 500 m<sup>2</sup>; comercializan principalmente alimentos y bebidas cuya variedad y surtido son limitados. Funcionan las 24 horas y su éxito se basa en que existe un sector muy importante de la población que no cuenta con suficiente poder adquisitivo como para comprar periódicamente una despensa completa en un supermercado. (“tienda de conveniencia” es una mala traducción de convenience store, que en este caso significaría tienda “cercana”, “cómoda” o “a la mano”).

### **Bodegas**

Generalmente su tamaño es de 2,500 m<sup>2</sup> pero puede ser mayor. Manejan la mayor parte de las líneas de mercancías pero con un surtido y variedad mucho menores. Sus precios son más baratos debido a las austeras condiciones y a la poca decoración del inmueble; además, en algunas bodegas la compra de medio mayoreo implica mayor descuento. No ofrecen ningún tipo de servicio adicional que implique atención directa.

### **Supermercados**

Pueden tener desde 500 hasta 4,500 m<sup>2</sup>. Los productos que manejan son principalmente abarrotes y perecederos. Por lo general, sólo ofrecen el servicio de farmacia, fotografía, revelado fotográfico y algún otro.

### **Clubes de membresía**

Tienen una superficie mayor a 4,500 m<sup>2</sup> y expenden abarrotes, perecederos, ropa y mercancías generales (muebles, regalos, productos de aseo personal, electrodomésticos, entre otros). Las tiendas no cuentan con decoración; los productos vienen en envases muy grandes y/o múltiples porque se manejan grandes volúmenes de compra enfocados a mayoreo y medio mayoreo. Pero lo más importante es que sólo pueden comprar quienes pagan una cuota anual, que se otorga a través de una credencial no transferible y que debe mostrarse cada vez que se desee adquirir algo en el establecimiento. Ofrecen servicios adicionales como farmacia, cajero automático, fuente de sodas, entre otros.

Son muchos los restaurantes que directamente van a este tipo de clubes a abastecerse. En lo que a alimentación se refiere, encontramos una gran variedad de productos de todos los precios y calidades.

### **Hipermercados**

Tienen una superficie entre 4,500 y 10 mil m<sup>2</sup>; manejan casi todas las líneas de mercancías arriba mencionadas y también proporcionan algunos servicios.

### **Megamercados**

Tienen una superficie superior a los 10 mil m<sup>2</sup> y venden todas las líneas de mercancías, a saber: abarrotes comestibles y no comestibles, productos perecederos, ropa, calzado, muebles, regalos, vinos y licores, mercería, joyería, ferretería, productos para el cuidado y aseo personal, juguetería, deportes y equipaje, lavadoras y demás productos para el hogar, papelería, equipos de cómputo, artículos para mascotas y accesorios para autos. Además, ofrecen entre otros servicios adicionales (cuya existencia varía de acuerdo con las políticas internas de cada cadena comercial) como farmacia, revelado fotográfico, óptica, reparación de calzado, peluquería o estética, fuente de sodas, videoclubes, restaurante, taller mecánico, agencias de viajes, de seguros y servicios bancarios.

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

---

Las ventas detallistas en México siguen siendo bastante fragmentadas. Sin embargo, las cadenas de autoservicio han ganado un poder significativo en años recientes y hoy representan aproximadamente el 35% del total de las ventas de alimentos.

Los supermercados y los clubes están ganando rápidamente participación en el mercado; su participación en las ventas de abarrotes ha crecido de un 5% del total de las ventas detallistas hace una década a aproximadamente un 35% actualmente. Los supermercados enfocados a los niveles socioeconómicos altos, son tan modernos como cualquiera de los existentes en Estados Unidos, como se puede predecir, éstos son frecuentados por los grupos de consumidores con ingresos más altos.

México cuenta con cuatro o cinco verdaderas **cadenas de autoservicios**:

- **Wal-Mart**, en total aglutina 416 autoservicios en México, 226 Bodegas Aurrerá, 107 Wal-Mart supercenters, 71 Sam's Clubs, 56 Suburbias y 55 Superamas. Además, 303 restaurantes (incluye franquicias).

- **Comercial Mexicana**, 40 megamercados, 65 tiendas, 33 bodegas, 20 supermercados, 28 tiendas Costco (club de membresía). Además, 55 restaurantes y 3 centros de distribución.

- **Gigante**, agrupa 182 autoservicios entre bodegas, supermercados e hipermercados.

- **Grupo Chedraui**, con base en Veracruz, ha sufrido en los últimos años un gran proceso de expansión, estando hoy presente en 19 de los 32 Estados. El Grupo está compuesto por 94 hipermercados (7000 m<sup>2</sup>), 2 SuperChe, 10 CheSuma y 5 El Super. Gran parte del éxito de esta expansión, ha radicado en la compra de Carrefour México.

- **Soriana** ha pasado de ser una cadena regional a una nacional. De hecho, Comercial Mexicana, Soriana y Gigante tienen un acuerdo de colaboración, llamado "Sinergia", por medio del cual utilizan una misma central de compras para ciertos productos. De esta manera su poder de negociación con los proveedores es mayor y pueden competir en precios. Para principios del 2007, el Grupo Soriana contará con 217 establecimientos en todo el país, de los que 140 son Soriana, 58 son Mercado Soriana y 19 CityClub.

Las principales cadenas de autoservicios regionales en México son **Casa Ley** (120 autoservicios en el norte del país), que tiene una alianza estratégica con Safeway, con base en Culiacán, **Casa Chapa**, con 21 supermercados en el norte y noroeste de México, **Calimax**, con base en Tijuana y Baja California. Por último, cabe destacar el establecimiento de **HEB**, que en el norte del país está compitiendo directamente con Soriana.

Desde 1991, cierto número de **clubes** se han instalado en las ciudades más grandes de México. El concepto de club ha tenido cierto éxito. Estos están enfocados hacia las clases de ingresos altos, los cuales demandan productos importados y pueden comprar en grandes cantidades. Además, muchas tiendas pequeñas y restaurantes, las cuales acostumbraban a comprar mediante pequeños distribuidores, ahora compran al menos algunos de sus productos en este tipo de tiendas.

Tradicionalmente, las **tiendas departamentales** no vendían alimentos; sin embargo, en los últimos años, las que se encuentran localizadas en zonas residenciales de las grandes ciudades han empezado a destinar un pequeño espacio para la venta de pan dulce, productos gourmet y ciertos aperitivos (botana).

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

---

Las principales cadenas de tiendas departamentales en México son:

### **A Palacio de Hierro**

Cuenta con siete establecimientos en la Ciudad de México, uno en Puebla y otro en Monterrey y es reconocida por su liderazgo en moda, calidad y servicio, contando con prestigiosas marcas dentro de sus productos. Posee un área de productos gourmet entre los que se encuentran todo tipo de productos, principalmente de importación, de alta calidad. Sus principales productos son: caviar, paté, gran variedad de vinos, mariscos y pescados, aceite de oliva y vinagres, salsa, hierbas y especias, conservas, mermeladas y frutas, café y té, dulces, productos orgánicos, jamón serrano e ibérico español y embutidos.

### **B El Puerto de Liverpool**

El Puerto de Liverpool, con más de 150 años de historia, opera treinta y dos Almacenes Liverpool con un área de venta total de más de 300.000 m<sup>2</sup> y veintisiete almacenes Fábricas de Francia de más de 200.000 m<sup>2</sup>. Administra siete Centros Comerciales y tiene participación en otros tres en la Ciudad de México. En total cuenta con más de setecientos treinta locales comerciales en toda la República Mexicana, incluidos almacenes y centros comerciales. En estas tiendas se incluye un área de productos gourmet de alta calidad y distintas procedencias y también, al igual que en el Palacio de Hierro, un área dedicada a la panadería y la dulcería.

### **C Suburbia, Sanborns y SEARS**

Son tiendas departamentales pero no cuentan con ningún área de dedicada específicamente a alimentación.

**Abarrotes y puestos callejeros**, en general, los puntos de venta de comida son muy abundantes. En los barrios se pueden encontrar numerosas tiendas llamadas “abarrotes” en las que se vende una gran variedad de productos alimenticios, pudiendo asemejarse a las tiendas de ultramarinos que existen en España. Este tipo de establecimientos hacen que el producto esté accesible al público en todo momento. Aunque es raro encontrar conservas de pescado de importación en este tipo de comercios, conviene tener en cuenta que muchos de los importadores tienen acceso a este canal.

Se calcula que en México existen más de 1.3 millones de lo que puede denominarse puntos de venta informales, es decir, vendedores ambulantes o puestos callejeros de comida.

**Tiendas gourmet**, La Europea, La Castellana y La Naval, que a su vez funcionan como importadores y distribuidores, son también un importante canal de acceso al mercado. Estas, cuentan con tiendas propias frecuentadas por consumidores de clase media-alta que buscan alimentos de alta calidad, importados normalmente.

**Canal Horeca (Hoteles, Restaurantes y Cafeterías)**, uno de los canales de distribución más importantes que incluye hoteles, restaurantes y cafeterías.

El sector de la restauración en México representa solamente un 12% de las ventas de alimentos, pero está creciendo rápidamente. Es un sector altamente fragmentado con relativamente pocas operaciones organizadas corporativamente. Según la Asociación Mexicana de restau-

## **EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO**

---

rantes, en el 2006 existen 246.000 establecimientos formales, de los cuales el 96% son PYMES y mueven un volumen de 150 millones de pesos. Según la Secretaría de Turismo, cada año llegan más turistas a tierras mexicanas, superando actualmente los veinte millones, los cuales gastan por encima de los 7.000 USD en comidas y bebidas. Es por ello que el número de restaurantes que se dedican al sector turismo ha crecido sustancialmente en los últimos años.

Las principales cadenas de restaurantes cuentan con su propio centro de distribución.

La industria de la restauración en México se encuentra más desarrollada en las grandes ciudades como la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. La Ciudad de México representa más de un cuarto de las ventas del sector a nivel nacional. En estas grandes ciudades comer fuera de casa es una necesidad para muchos debido a las largas distancias. Sin embargo, en las ciudades pequeñas comer en un restaurante es una cuestión de placer, es una opción y no una necesidad.

En lo que al estudio se refiere, este segmento no es muy relevante en la estrategia a seguir por el exportador ya que, además de no ser un producto muy consumido por el sector de la restauración, son los propios restaurantes los que acuden a cadenas de superdescuento o clubs para aprovisionarse. Son pocos los restaurantes que teniendo consumo de estos productos, van directamente al distribuidor para proveerse.

## **2. ANÁLISIS CUALITATIVO**

### **2.1. Estrategias de canal**

Según las fuentes de información consultadas, la tendencia general del mercado es a bajar el precio del producto y consecuentemente la calidad. Esto es consecuencia de la creciente competencia de las conservas tanto latinoamericanas como asiáticas, como hemos podido apreciar previamente en los cuadros de importaciones mexicanas. En el lado positivo, encontramos que las marcas españolas han sabido adaptarse a esta circunstancia mediante la comercialización de dos o tres marcas comerciales, cada una para atender a un nicho de mercado diferente. Como consecuencia de ello, ha subido el consumo de las segundas marcas sin descender el de las de más calidad.

Las empresas exportadoras de conservas de pescado deben tener en cuenta que, aunque los canales de distribución sean los de más alta calidad en México, la conserva de pescado son un producto poco conocido entre los consumidores; en consecuencia, es normal que se decanten por el precio antes que por la calidad. Es por ello, que las marcas de conservas de pescado en las que prima la calidad sobre el precio, tienen un pequeño margen de actuación, siendo su nicho de mercado las tiendas verdaderamente especializadas (Palacio del Hierro, Liverpool, La Europea, La Naval).

En México, al contrario que en otros países, la figura del agente comercial o del representante no juega un papel tan relevante a la hora de introducir un producto en el mercado y se suele contactar directamente con los importadores-distribuidores o con las grandes superficies. Bien es cierto que existen algunos representantes que operan en el mercado con gran capacidad de negociación.

## **EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO**

---

Los importadores son los que se encargan de la importación y distribución de las conservas en los diferentes canales de distribución nacionales, ya sean autoservicios, tiendas especializadas o las centrales de abastos. Además, tienen la capacidad logística necesaria para el almacenamiento, transporte y distribución de las conservas a lo largo de diferentes puntos del país.

### **2.2. Estrategias para el contacto comercial**

En el Anexo II, se encuentra un listado de importadores de alimentación en México en el que vienen los datos de contacto de estas empresas.

Pero si lo que se desea es mantener una relación más directa con los potenciales distribuidores, existe la posibilidad de participar en ferias de alimentación (Ej. Alimentaria México, ver Anexo I), donde se encuentran, tanto importadores como distribuidores y productores de conservas. También existe la opción de ir a México en misión comercial, visitando personalmente a las empresas del sector. Para estas dos últimas acciones, el ICEX, los Organismos de promoción exterior regionales o las Cámaras de Comercio, brindan su apoyo ya sea económico u organizativo.

### **2.3. Condiciones de acceso**

Los formatos y productos que se encuentran en los lineales de los supermercados varían mucho dependiendo de la procedencia de la marca y el producto. A continuación, se expone un análisis de lo que se puede encontrar en las grandes superficies.

Entre los formatos que comercializan los fabricantes mexicanos, encontramos que son iguales entre las diferentes marcas, lata redonda de 170 grs. de peso neto, cambiando sencillamente los logotipos y los colores característicos de la imagen corporativa de cada empresa.

En las conservas importadas, el formato no es un factor que incida de manera determinante en la decisión de compra del consumidor mexicano. Así, encontramos que dependiendo del origen de cada conserva, el formato varía, sin que ello suponga un barrera de acceso al mercado. Los formatos que utilizan las marcas españolas en el mercado mexicano no difieren de los que se utilizan en el español. Es por ello que, a priori, no debe suponer una barrera de acceso al mercado.

Las conservas de pescado españolas, tanto por precio como por calidad distan mucho de las conservas mexicanas, pudiendo coincidir en los lineales de los supermercados, pero orientados a diferente tipo de consumidores.

En cuanto a las marcas españolas, observamos que las de mayor éxito son las que ofertan una amplia gama de productos. Esto se debe, fundamentalmente, a una razón de logística y de comodidad, ya que el importador tiene más facilidad para poder llenar un contenedor con variedad de productos de la misma marca o empresa.

Las principales marcas españolas que encontramos los autoservicios son: Conservas Justo López Varcancel, Cabo de Peñas, Dani y Palacio de Oriente. Además, también encontramos con menor presencia otras marcas como: Ortiz, Calvo, Secretos del mar, Gravilla, Ramón Peña, La Barbateña o Agromar. Existen otras, pero su presencia es testimonial con uno o dos productos en algún punto de venta.

## **EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO**

---

La tendencia general en la industria conservera mexicana es, como en el resto del mundo, la producción de platos elaborados, principalmente ensaladas a base de atún y vegetales.

En el anexo V, se exponen unas tablas en las que podemos ver las principales marcas de conservas, tanto de importación como nacionales, que podemos encontrar en los diferentes autoservicios de la ciudad de México, así como sus precios.

### **2.4. Condiciones de suministro**

El pago de las importaciones se realiza siempre con un plazo mínimo de 60 días desde la salida de la mercancía, debido a que éste es el tiempo que se tarda en recibirla. Lo más común es el pago a 90 días y, en ocasiones, como ocurre con las grandes superficies, se paga a 120 días.

El instrumento ideal como medio de pago para las primeras operaciones es la carta de crédito irrevocable y confirmada en banco de preferencia del exportador. También se utiliza con mucha frecuencia la remesa documentaria. Bien es cierto, que cada importador y operación es diferente y no siempre es posible acordar estos términos en la negociación.

Para las empresas que trabajan habitualmente con el mercado mexicano, el sistema más comúnmente utilizado es la transferencia bancaria en el plazo acordado.

En México, al igual que en la mayoría de los países, existe una mayor exigencia de las grandes superficies, en cuanto a condiciones de provisión, precio, plazo de pagos...

### **2.5. Promoción y publicidad**

Dependiendo del canal en que se posicionen los productos, es posible que la empresa importadora exija al exportador al menos un 5% en gastos para publicidad. Otras veces, es un 10% a pagar a medias entre la empresa española y el importador.

Las marcas con gran presencia en las grandes superficies suelen hacer campañas de promoción en los puntos de venta de cara a promover el consumo de las conservas de pescado.

### **2.6. Tendencias de la distribución**

La tendencia general en lo que a conservas de pescado se refiere va encaminada a la preparación de platos preparados. En México es muy común que la gente no cocine ni coma en casa. Es por ello que la fabricación de platos preparados es la orientación que está tomando la industria conservera mexicana.

Las conservas de pescado españolas eran originalmente importadas a través de empresas importadoras, que se encargaban de la posterior distribución. En los últimos tiempos, esta tendencia está cambiando y las grandes superficies empiezan a negociar directamente con el fabricante español. También se opta en ocasiones por un sistema mixto, donde la gran superficie negocia, pero es el importador el que se encarga de la logística del producto. Este es un buen sistema, ya que permite hacer un seguimiento más exhaustivo al producto que si fuese la gran superficie la que se encarga de este tema.

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

---

La expansión de las **grandes superficies** en México, tales como Comercial Mexicana, Wal-Mart, Soriana y Gigante y las ventajas que presentan en términos de compra, han contribuido a que se conviertan en un canal de distribución muy importante. Hay que señalar que en México cuando abre un autoservicio de una de estas compañías, muchas tiendas tradicionales pierden su negocio y se ven obligadas a cerrar.

Sin embargo, los mayoristas todavía representan una parte importante del canal, siendo ellos los que abastecen principalmente al canal Horeca.

Desde 1991, cierto número de **clubes de descuento** se han instalado en las ciudades más grandes de México. El concepto de club ha tenido cierto éxito. Están relacionados con las clases de ingresos altos, las cuales demandan productos importados y pueden comprar en grandes cantidades. Además, muchas tiendas pequeñas y restaurantes, las cuales acostumbraban a comprar mediante pequeños distribuidores, ahora compran al menos algunos de sus productos en este tipo de tiendas. De hecho, más de un 20% de las ventas de COSTCO pertenecen a este grupo.

Por tanto, podemos destacar la tendencia a la concentración, debido a la expansión de las grandes cadenas de autoservicios, que no sólo distribuyen, sino que también importan directamente una cantidad creciente de productos.

### 3. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

#### 3.1. Hábitos de consumo

Hoy, el pescado no es uno de los principales productos que componen la dieta típica del mexicano, no en vano, el consumo medio per capita de pescado está valorado en siete kilos anuales, según informa la Cámara Nacional de la Industria Pesquera.

Los mexicanos prefieren el pescado fresco, así que las únicas conservas de pescado que verdaderamente se consumen y son conocidas en México son el atún y las sardinas. Entre muchos sectores de la población, hay un gran desconocimiento de otras variedades de conservas.

Esta falta de hábito en el consumo de pescado no siempre fue así. Antes de la década de los ochenta, el pescado era un producto muy presente en la dieta habitual del mexicano medio. Un gran aumento del precio del pescado a finales de los años setenta, debido a que las mejores piezas eran destinadas a la exportación a EE.UU, hizo que la oferta de pescado fuera de mala calidad y con unos precios muy elevados. Como consecuencia de ello, el pescado dejó de ser un producto básico en los hábitos alimenticios de los mexicanos.

En el último lustro, los precios del pescado fresco han ido haciéndose cada vez más asequibles para las familias mexicanas y se ha notado una reactivación en el consumo de productos del mar.

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

---

### 4. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

En general, los productos españoles en México suelen ser percibidos como productos de calidad, diseño, clase... que son consumidos por los ciudadanos de clase media-alta.

En gastronomía, y en conservas en particular, esta percepción se mantiene. Las conservas españolas ocupan en los supermercados mexicanos, un lugar de privilegio y a la vista del consumidor, considerándose como un producto de calidad. También es cierto que muchos mexicanos asocian las conservas de pescado al atún y las sardinas en aceite y ni siquiera conocen la gran variedad que oferta la industria conservera española.

Si comparamos entre países, y según podemos observar en las tablas del Anexo V, las conservas asiáticas o latinoamericanas no están tan presentes en el mercado como las españolas. Éstas están en niveles de precio y calidad a medio camino entre las nacionales y las españolas, que tienen una presencia más que consolidada en el mercado mexicano.

Entre las conservas españolas existen varias empresas ofertando marcas con diferentes precios y calidades, siempre dentro de lo que podemos considerar gama alta, por lo que sus compradores suelen pertenecer a rangos socioeconómico medio-alto y con hábitos de alimentación más europeos que el mexicano medio.

En conclusión, podemos afirmar que el empresario español es bien recibido en el mercado mexicano. Los mexicanos siempre están abiertos a las nuevas tendencias y productos que puedan venir desde España, la alimentación no es una excepción. Este factor debe estar presente en los empresarios españoles que se planteen la posibilidad de iniciar relaciones comerciales con México, o incluso también, los quieran introducir alguna nueva idea en este mercado.

# IV ■ ANÁLISIS DE LA DEMANDA

## 1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

### 1.1. Factores sociodemográficos

México, a finales del año 2005 tenía una población de ciento seis millones de habitantes, con una tasa de crecimiento del 1,8%. Alrededor del 75,3 % de la población se centra en zonas urbanas, la mayoría vive en la ciudad de México. Se calcula que para el 2010 la población llegará a ciento trece millones de personas, fecha para cual se espera que el 79% de la población estará concentrada en zonas urbanas.

Las **familias** constituyen el grupo más importante de consumidores de México, representando el 78% de la población. Existen pocas personas que viven solas (ya sea en áreas rurales o grandes ciudades) y no suman más del 6% de la población. En algunos hogares pueden convivir hasta tres generaciones (nietos, padres, abuelos).

Dado el gran tamaño de los hogares y el promedio relativamente bajo de ingresos, el presupuesto familiar disponible tiende a ser escaso. Las familias mexicanas tienen un promedio de tres hijos y un poder de compra por hogar de 15.000 USD anuales. Aunque muchas familias gana aún menos que la cifra referida.

Los **jóvenes y solteros** mexicanos forman un grupo único. Aunque puede ser que no vivan solos o no tomen las decisiones de compra en el hogar, la mayor parte de su ingreso disponible lo gastan en ocio / objetivos sociales. Con sus necesidades básicas de habitación y alimentación satisfechas, este grupo de consumidores es capaz de comprar bienes más caros y otros artículos que en otras condiciones no podrían hacer.

Este grupo está fuertemente influido por los medios de comunicación; son el grupo meta de los mercadólogos que promueven sus productos a través de los medios de comunicación ya sean televisión, música, videos, películas y revistas.

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

### 1.2. Factores económicos

En la siguiente tabla podemos ver los datos más significativos de la economía mexicana:

**Tabla 15 - Principales resultados macroeconómicos de México.**

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<b>CRECIMIENTO PIB % real</b>	- 4,8	3,7	6,9	- 0,3	0,9	1,3	4,4	3
<b>EXPORTACIONES (MDD)</b>	117.459	136.391	166.455	158.443	160.763	164.766	187.999	213.994
<b>IMPORTACIONES (MDD)</b>	125.373	141.975	174.458	168.396	168.679	170.546	196.810	221.414
<b>SALDO BALANZA COMERCIAL (MDD)</b>	- 7.913	- 5.584	- 8.003	- 9.954	- 7.916	- 5.779	- 8.811	- 7.558
<b>IED (MDD)</b>	8.238	13.153	16.404	26.537	13.626	12.751	17.910	17.804
<b>DÉFICIT CUENTA CORRIENTE (MDD)</b>	- 15.800	- 14.013	- 18.159	- 18.008	- 14.058	9.150	- 8.712	- 5.708
<b>TASA DE DESEMPLEO (%)</b>	3,16	2,50	2,20	2,42	2,70	3,41	3,92	3,58
<b>INFLACIÓN (%)</b>	18,61	12,32	8,96	4,40	5,70	3,98	5,19	3,33
<b>TIPOS DE INTERÉS (CETES) (%)</b>	24,80	23,60	15,26	11,31	7,18	6,20	6,80	9,19
<b>DÉFICIT PÚBLICO (% DEL PIB)</b>	1,24	1,15	1,10	0,73	1,20	0,62	0,25	0,09
<b>RENTA PER CÁPITA</b>	4.200	-	-	-	-	-	-	7.450

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, SHCP y Banxico

Datos generales comparativos México-España:

#### MÉXICO

- Octava potencia exportadora de la OMC tomando toda la UE como un bloque, y decimo-tercera en el ranking general por países.
- Según estimaciones del FMI, economía nº 13 en 2005 y PIB 715.000 MILL USD.
- Renta per. cápita: 7,4 miles de dólares.
- Comercio Exterior de bienes 2005:

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

---

X: 213.994 millones de dólares

M: 221.414 millones de dólares

$X+M/ \text{PIB}^* = 56,1\%$

- Población: 106 millones (estimación 2005)
- Extensión: 1,96 millones de  $\text{Km}^2$
- 

### ESPAÑA

- Decimocuarta potencia exportadora en el ranking general por países de la OMC.
- Según estimaciones del FIM, economía nº 8 en 2005 y PIB 1.120.000 MILL USD.
- Renta per. cápita: 18,2 miles de dólares.
- Comercio Exterior de bienes 2005:

X: 192.498 millones de dólares

M: 289.801 millones de dólares

$X+M/\text{PIB} = 44 \% **$

Población: 44 millones (2005. Fuente: INE)

Extensión: 0,5 millones de  $\text{Km}^2$

A continuación analizamos algunos puntos fuertes y débiles de la economía mexicana:

- **Puntos fuertes:**

- México se ha convertido en una potencia industrial debido a su ingreso en el Tratado de Comercio de América del Norte, TLCAN.
- En los últimos años, su estabilidad macroeconómica ha sido buena.
- El ejercicio de control sobre las deudas tanto interna como externa, junto con una balanza comercial moderada, ha atraído a la inversión extranjera.
- Con un sector bancario consolidado desde la crisis económica de los años 1994 y 1995, el país ha sido mucho menos vulnerable a las crisis financieras.

- **Puntos débiles:**

- La excesiva concentración de sus exportaciones a EE.UU.
- El problema de competitividad en lo que a comercio se refiere, principalmente, con su principal competidor China.
- Las cuentas públicas han dependido excesivamente de los ingresos del petróleo.
- La complicada situación política ha impedido el progreso de algunas reformas estructurales esenciales como mejoras en el sistema fiscal, energía, reformas laborales, etc.
- Debido a la falta de inversión y mano de obra cualificada no ha sido posible que se lleven a cabo esfuerzos encaminados a una mayor especialización productiva.

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

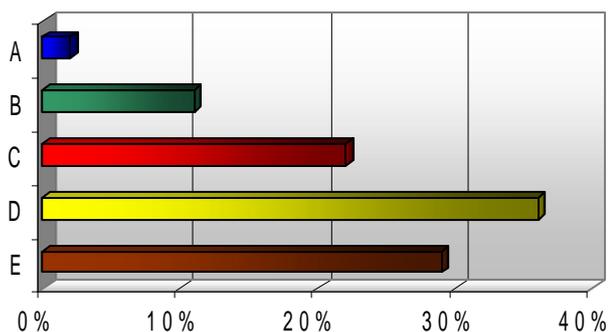
### 1.3. Distribución de la renta disponible

De acuerdo con la Strategic Research Corporation, los 20 millones de hogares existentes aproximadamente en México, pueden ser divididos en 5 niveles socio-económicos:

- *Hogares de ingresos altos (A)*: Este grupo representa casi el 2% del total de los hogares. Las cabezas de estos hogares son generalmente propietarios de negocios grandes o medianos, gerentes corporativos, directores o profesionales graduados.
- *Hogares de ingresos medios a altos (B)*: Este grupo incluye a los propietarios de negocios pequeños, profesionales y funcionarios públicos. El nivel de educación es, mínimo, de secundaria. Este grupo representa el 11% de los hogares mexicanos.
- *Hogares con ingresos medios (C)*: Este grupo se conoce también como la naciente clase media. Está compuesta por dueños de pequeños negocios y trabajadores preparados por lo menos en grado de primaria. Representan el 22% de los hogares.
- *Hogares con ingresos bajos (D)*: Esos hogares se caracterizan por estar formados por aquellas personas que realizan oficios que no requieren conocimientos previos como chóferes, mensajeros, criadas o veladores. La mayoría de este grupo no cuenta con una educación básica completa y trabaja en el sector informal del país. Este grupo representa el 36% de los hogares mexicanos.
- *Hogares en situación de pobreza extrema (E)*: El restante 29% de los hogares mexicanos pertenece a este nivel socio-económico. Incluye a los desempleados y aquellos que son generalmente incluidos en los programas de asistencia social.

Gráfico 2

Distribución de los hogares mexicanos por nivel socio-económico



Aunque México está englobado dentro del grupo de países emergentes, podemos comprobar como está a la cabeza de estos países, tal y como muestran los datos de la siguiente tabla:

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

- Tabla 16. Datos económicos (2005)

Indicadores	México	Media de países emergentes
PNB per capita (PPP dollars)	8980	4300
PNB per capita	6230	1280
Índice de desarrollo humano	0,814	0,697
Porcentaje de los ingresos nacionales del 10% más rico	43,1	33
Porcentaje de población urbana	75	43
Porcentaje de población menor de 15 años	32,3	31
Número de teléfonos por cada mil habitantes	158	112
Número de ordenadores por cada mil habitantes	82	28

*Fuente: Trading safely*

### 1.4. Tendencias sociopolíticas

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos del 5 de febrero de 1917, establece que México es una República Representativa, Democrática y Federal, constituida por treinta y un Estados y un Distrito Federal, unidos en una Federación, pero libres y soberanos en su régimen interno.

El poder legislativo reside en el Congreso de la Unión integrado por la Cámara de Diputados ([www.camaradediputados.gob.mx](http://www.camaradediputados.gob.mx)) y por el Senado ([www.senado.gob.mx](http://www.senado.gob.mx)). La Cámara de Diputados está constituida por quinientos diputados de los que trescientos son elegidos por mayoría relativa y doscientos por el principio de representación proporcional mediante el sistema de listas regionales votadas en cinco circunscripciones plurinominales de cuarenta escaños cada una y se renueva cada tres años. El Senado, por su parte, está compuesto por ciento veintiocho senadores, noventa y seis son elegidos por mayoría relativa y treinta y dos son elegidos por el principio de representación proporcional, mediante el sistema de listas votadas en una sola circunscripción plurinomial nacional, y se renueva cada seis años.

Los tres grandes partidos del escenario político mexicano son el Partido Revolucionario Institucional (PRI), el Partido de Acción Nacional (PAN) y el Partido de la Revolución Democrática (PRD).

El poder ejecutivo reside en el Presidente de la República y su Gabinete. En diciembre de 2000 accedió a la presidencia de la República por un período de seis años el Sr. Vicente Fox Quesada, primer presidente del Partido de Acción Nacional (PAN), tras más de setenta años de hegemonía del PRI.

El 2 de julio de 2006, se celebraron elecciones presidenciales y se renovaron también ambas Cámaras del Congreso. El ganador de la contienda electoral fué el Sr. Felipe Calderón Hinojosa, del PAN, quien tomó posesión como presidente de México el pasado 1 de Diciembre de 2006, por un período de seis años.

## **EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO**

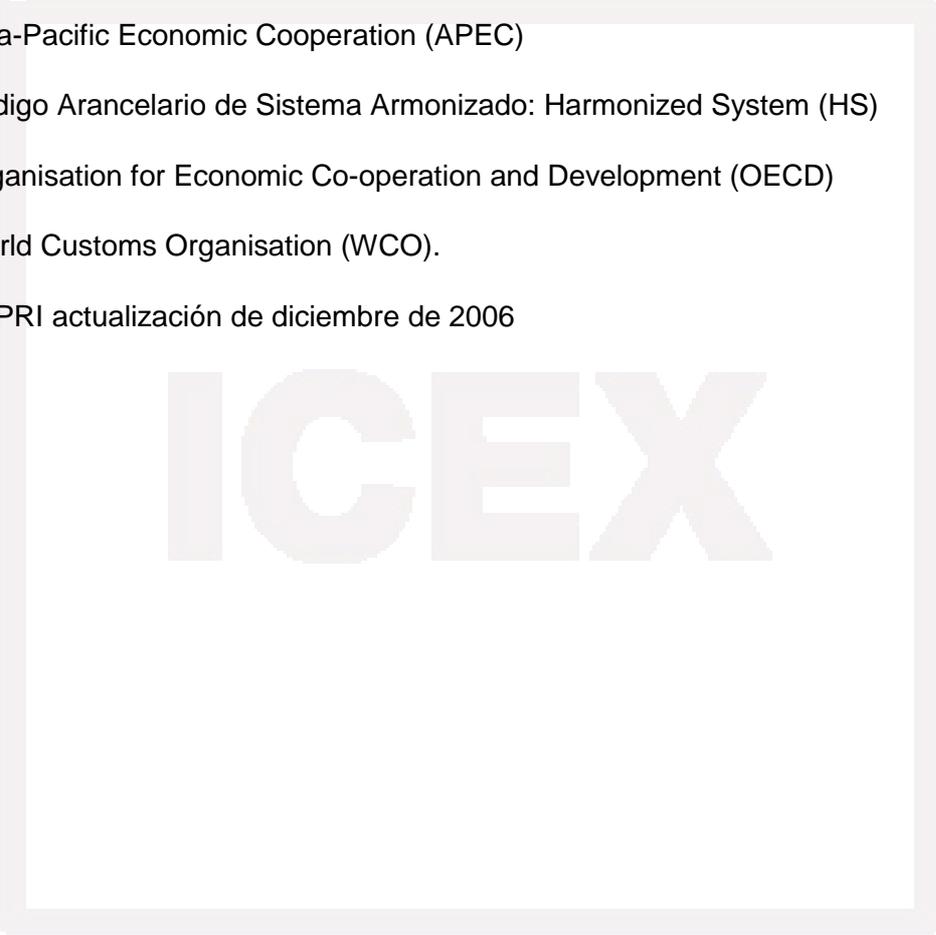
---

### **1.5. Tendencias legislativas**

Durante los últimos años, México se ha abierto al exterior y ha firmado diversos acuerdos para

México es miembro de las siguientes organizaciones y ha firmado los siguientes acuerdos:

- World Trade Organisation (WTO)
- North American Free Trade Agreement (NAFTA)
- Free Trade Agreement with European Union (EU)
- Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC)
- Código Arancelario de Sistema Armonizado: Harmonized System (HS)
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)
- World Customs Organisation (WCO).
- APPRI actualización de diciembre de 2006



ICEX

# V ■ ANEXOS

### I. INFORMES DE FERIAS

Las principales ferias en México dirigidas a los productores, importadores, distribuidores y compradores de alimentación son las siguientes:

- La principal feria de productos agroalimentarios de México es **Alimentaria México**, que se celebra anualmente en la Ciudad de México la primera semana de junio.  
En la edición de 2006 contó con 399 expositores, 10.339 visitantes y profesionales de 28 países. El ICEX participa en esta feria con un pabellón oficial en apoyo a los productos españoles.  
Para mayor información visitar la página web <http://www.alimentaria-mexico.com>. Existe un informe completo de la Feria en la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México.
- Otro evento de interés es la **Convención Nacional del Comercio Detallista ANTAD** organizada por la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD). Evento de Alimentos y Tecnología Comercial que promueve el desarrollo del comercio detallista y de sus proveedores. Antad organiza la Expo-Antad en Guadalajara (14-16 de marzo 2007): evento dirigido a los compradores de tiendas departamentales y grandes superficies, donde se pueden encontrar todo tipo de productos dirigidos a este tipo de centros de consumo.
- Asimismo, también es importante **ABASTUR**, que se celebra a finales de septiembre en la ciudad de México. Es la exposición internacional de la industria alimenticia, bebidas y equipamiento para hostelería más importante en su género en México y en América Latina con más de 18.000 visitantes. Para mayor información visitar la página web: [www.abastur.com](http://www.abastur.com)

### II. LISTADO DE DIRECCIONES DE IMPORTADORES DE INTERÉS.

#### **BODEGAS LA NEGRITA**

Persona de contacto: Gregorio Sánchez (Director General)

Sergio Salazar (Importaciones)

Eduardo Rodríguez García (Director General)

Lago Hielmar 78. Col. Anahuac

11320 México D.F.

Tel.: (00 52) (55) 52 50 48 55/ 16 11/ 40 37/ 42 18

Fax: (00 52) (55) 52 03 99 92

E mail: [gsanchez@lanegrita.com](mailto:gsanchez@lanegrita.com)

[erodriguez@lanegrita.com](mailto:erodriguez@lanegrita.com)

[ssalazar@lanegrita.com](mailto:ssalazar@lanegrita.com)

*Nota: Importan y representan. Vinos, aceite de olivo, productos gourmet. Conservas vegetales y de frutas, alcaparra, aceituna, espárrago, pepinillo.*

#### **CENTRO ABARROTERO, S.A. DE C.V.**

9 Norte, Num. 1602 esquina con 16 PTE.

Colonia Centro

Puebla

Tel.-(0052 222) 4232-04, 3232-04, 4627-33

Fax.- (00 52 222) 4627-30

[centroabarroterosa@prodigy.net.mx](mailto:centroabarroterosa@prodigy.net.mx)

Hermelindo Fuentes (Gerente de Ventas)

*Nota: En un principio era una empresa dedicada a la compra/venta de productos de abarros pero últimamente sólo se dedican a los productos de importación. De España importan: vinos del Bierzo, de La Rioja y espumoso del Bierzo, Brandy, orujo del Bierzo, aceite de oliva de Córdoba, pimientos y castañas del Bierzo.*

#### **CESARFER, SA DE CV**

Persona de contacto: César Fernández (Director General y Gerente de Compras)

Lic Francisco Fernández (Gerente de Ventas)

Av. Gavilán 151 int., local 9-A.

Col. Guadalupe del Moral.

09300 México D.F.

Tel.: (0052) (55)56 86 62 31/ 64 00/ 05 41/ 11 86

Fax: (0052) (55)56 85 17 48

E mail: [cesarfer@cesarfer.com](mailto:cesarfer@cesarfer.com)

Francisco Fernández: [ffg@cesarfer.com](mailto:ffg@cesarfer.com)

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

---

Web: [www.cesarfer.com](http://www.cesarfer.com)

*Nota: Importan y distribuyen vino y productos de alimentación en general (productos gourmet, aceitunas, conservas vegetales, aceite de oliva, vinagre, platos preparados como la fabada, especias, ColaCao, embutidos enlatados, sidra,...etc.)*

### **COMERCIAL HISPANA SRL**

Personas de contacto: Lic. Rafael Olarra (Director General y Gerente de Compras)

Lic. Marco Antonio Hernández (Director Comercial)

Lic. M<sup>a</sup> Elena Díaz (Importaciones)

Avda Toluca, 373 Bodega L.

Col. Olivar de los Padres.

01780 México D.F.

Tel.: (0052) (55) 56 81 23 90/ 50 09

Fax: (0052) (55) 56 81 23 90

Email: [hispana@data.net.mx](mailto:hispana@data.net.mx)

[logistica@comercialhispana.com](mailto:logistica@comercialhispana.com)

[www.comercialhispana.com](http://www.comercialhispana.com)

*Nota: Importan, distribuyen y representan vinos y alimentos en general y gourmet, todos de origen español, (conservas de pescado, arroz, pimiento, tomate, salmón, jamón, pavo, queso, dulces, tortilla española, aceituna, pimientos, lentejas, aceite de olivo, conservas vegetales)*

### **COMERCIALIZADORA MEXPORT, S.A. de C.V.**

Persona de contacto: Eutiquio Sobrino

Avenida del Rosario 1025, Colonia Tierra Nueva, 02130, México D.F.

Tel.: (0052) (55) 53948902

Fax: (0052) (55) 53949547

E-mail: [servicios@otela.com](mailto:servicios@otela.com)

*Nota: Importan, agua, vinos, patés, conservas de pescado, cava, conservas vegetales, dulces, queso, jamón ibérico, paleta ibérica).*

### **COMERCIALIZADORA VYACSA, SA DE CV (MEGAFOODS)**

Contacto: Ing. Alberto Calderas (Director General)

C/ Pochtecas, n° 63, Col. Paseos de Churubusco

09030 México, D.F.

Tel y fax: (00 52) (55) 56 94 64 82, 56 94 66 71

Fax: 56 94 66 71, ext. 26

E-mail: [acavyacsa@prodigy.net.mx](mailto:acavyacsa@prodigy.net.mx)

*Nota: Distribuyen únicamente lácteos, embutidos, conservas vegetales y de frutas, tanto nacionales como de importación.*

### **CONSERVAS LA TORRE, SA DE CV**

Persona de contacto: Juan Carlos Lorenzo Leboeiro (Director general)

H. Congreso de la Unión 6535. Col. Santa Coleta.

07490 México D.F.

Tel. (00 52) (55) 57 50 11 22 / 10

Fax: 00 52) (55) 57 50 13 50

E-mail: [jclorenzo@mexis.com](mailto:jclorenzo@mexis.com)

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

---

[www.conservas-la-torre.com](http://www.conservas-la-torre.com)

*Nota: Importador - distribuidor de conservas de frutas y conservas de atún. Acceso a grandes superficies en toda la República.*

### **COVEFRUT**

Contacto: Ing. Francisco Allen, (Director)

Ing. Armando Armenta, (Control de Calidad)

Camino Real al Ajusco 55

Colonia Ampliación Tepepan

Delegación Xochimilco

CP 16020

México D.F.

Tel. 00 52 55 56 41 03 39

Fax: 00 52 55 56 41 03 69

E-mail: [covefrut@prodigy.net.mx](mailto:covefrut@prodigy.net.mx)

*Nota: Fabricante de conservas y salsas picantes. Distribuidores de aceituna principalmente de Baja California.*

### **DELICATESSEN INTERNACIONAL, SA DE CV**

Persona De Contacto: Salomón Amiga (Gerente)

Lago Aullagas 140

Col. Ignacio Manuel Altamirano, Deleg. Miguel Hidalgo

11240 México DF

Tel: (00 52 55) 5527 2412

Fax: (00 52 55) 5527 6832

E-mail: [delicatessen@prodigy.net.mx](mailto:delicatessen@prodigy.net.mx)

*Nota: Importadores y distribuidores de productos gourmet (aperitivos, aceitunas, conservas vegetales, elotito tierno). Todavía no han importado ningún producto español.*

### **DIGRANS, SA –vinos- (MERCANTIL CUATITLÁN –alimentos-)**

Persona de contacto: Rodrigo Álvarez (Gerente administrativo)

Isidro García (Gerente General)

Enrique Dunant 20.

Colonia El Partidor

54879 Cuatitlán.

Estado de México

Tel.: (0052) (55) 58 72 29 11/ 28 86

Fax: (0052) (55) 58 72 48 56

E mail: [digrans@prodigy.com.mx](mailto:digrans@prodigy.com.mx)

[ralvarez@digrans.com](mailto:ralvarez@digrans.com)

*Nota: Importan y distribuyen granos y semillas en general: frijoles, arroz, lentejas, vinos chilenos y algunos productos en almíbar. Conservas de pescado*

### **DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS EXCLUSIVOS. MARCIAL PABLO FERNÁNDEZ**

ALATORRE

Tel.: (0052) 55 82 73 95

Fax.: (0052) 56 5930 06

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

---

[www.bongourmet.com](http://www.bongourmet.com)

*Nota: Importan y distribuyen productos de Alemania, Francia, Canadá y España (Panadería: orejitas, flutes, bocaditos...especias españolas...)*

### **DISTRIBUCIONES LEBEÑA (DISTRIBUIDORA INTERNACIONAL ROCA SA)**

Persona de contacto: Francisco Soberón (Director General)

San Luis de la Paz 413-A

Col. Miguel Hidalgo

Delegación Tlalpan

14410 México D.F.

Tel.: (0052) (55) 56 65 31 30

Fax: (0052) (55) 56 65 33 80

E-mail: no tienen

*Nota: Importan y distribuyen vinos y licores españoles.*

*Distribuciones Lebeña importa tomate, pimiento morrón, espárragos, etc.*

*Distribuidora internacional Roca importa vinos.*

### **ELÍAS PANDO (antes BODEGAS SANTO TOMÁS)**

Persona de contacto: Alejandro Peña (Gerente de compras)

Ing. Jesús Díez (Gerente de vinos)

Mariano Ybarra

Lerdo 323.

Col. San Simón Tolnahuac

06920 México D.F.

Tel: (0052) (55) 55 83 78 66, 55 82 06 66

Fax: (0052) (55) 55 83 34 79, 55 83 35 35

E-mail: [codipe@hotmail.com](mailto:codipe@hotmail.com)

[mic160967@yahoo.com.mx](mailto:mic160967@yahoo.com.mx)

*Nota: Importan y distribuyen chocolate, aceite, conservas y vino.*

### **ENLACE COMERCIAL INTERNACIONAL, SA DE CV**

Contacto: Lic. Marta Gloria Ledesma Féret (Gerente de Exportaciones)

2ª Cerrada de Olivo 17

Colonia Florida

CP 01030

México D.F.

Tel. 00 52 55 56 61 51 26

Fax: 00 52 55 56 61 00 47

E-mail: [ltejadaj@prodigy.net.mx](mailto:ltejadaj@prodigy.net.mx)

*Nota: Importadores, distribuidores y comercializadores de productos alimenticios en general.*

### **ENLACE MERCANTIL, SA DE CV**

Contacto: Carlos Eduardo Jiménez López (Director General)

Manzanillo 123, desp. 105

Colonia Roma Sur

CP 06760

México D.F.

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

---

Tel. (00 52) (55) 55 84 41 65 / 55 74 33 17

Fax: (00 52) (55) 55 74 27 60

E-mail: [enlaceme@prodigy.net.mx](mailto:enlaceme@prodigy.net.mx)

*Nota: importan y representan encurtidos, conservas de pescados y vegetales, azafrán y pimentón, aceite de oliva, aceitunas, semillas, canela.*

### EXCLUSIVAS BENET

Persona de contacto: Manuel Quilez Tello (Asesor comercial)

Manuel Ablanado (Gerente de ventas)

Graciela Olgín (Director Compras)

D. Juan Carlos Trejo (Gerente Tráfico De Importaciones)

Ixnahualtongo, 96, Col. Lorenzo Boturini.

15820 México D.F.

Tel.: (0052) (55) 55 52 74 77

Fax: (0052) (55) 55 52 84 21

E-mail: [mquilez@benet.com.mx](mailto:mquilez@benet.com.mx)

[jctrejo@benet.com.mx](mailto:jctrejo@benet.com.mx)

Web: [www.exclusivas-benet.com](http://www.exclusivas-benet.com)

*Nota: Importan de varios países (España, Italia, Francia, Chile, Alemania, Portugal, Holanda, Asia). Principalmente importan y representan vinos y algunos productos gourmet (ostión, mejillón, almejas)*

### FERRER Y ASOCIADOS, S.A. de C.V.

Persona de contacto: Richard Clair (Director Comercial)

Laguna de Términos 66-A.

Col. Anahuac.

11320 México D.F.

Tel.: (0052) (55) 52 03 66 11/ 84 65/ 67 07/ 91 62

Fax: (0052) (55) 52 03 88 66

E-mail: [richard@ferrer.com.mx](mailto:richard@ferrer.com.mx)

[jeanyves@ferrer.com.mx](mailto:jeanyves@ferrer.com.mx)

[www.ferrer.com.mx](http://www.ferrer.com.mx)

*Nota: Importan y distribuyen vinos de mesa, aceite de oliva y algunos productos gourmet. De España importa: Ribera del Duero, Rioja, vino de Toledo, Sierra de Alcaraz, Región Costers de Segre.*

### GRUPO AGROINDUSTRIAL SAN MIGUEL, SPR DE RL

Personas de Contacto: Lic. Patricio Madrazo Placeres (Director de Ventas)

Juan Hernández Callejas (Gerente de Ventas)

Constituyente Cándido Avilés 37

Colonia Memetla

CP 05330

México D.F.

Tel. (0052) (55) 58 12 64 64

Fax: (0052) (55) 58 12 53 70

E-mail: [pmadrazo@snmiguel.com](mailto:pmadrazo@snmiguel.com)

[jhernandez@snmiguel.com](mailto:jhernandez@snmiguel.com)

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

---

Web: [www.snmiguel.com](http://www.snmiguel.com)

*Nota: Distribuyen a toda la República legumbres y hortalizas frescas y en conserva (palmitos, espárragos, pimientos, alcachofa, ensalada mediterránea).*

### **GRUPO CORVI, SA DE CV (ORGANIZACION SAHUAYO)**

Personas de Contacto: Benjamín Villaseñor (Presidente), Rocío González (asistente)

Lic. José Luis Hernández de la Mora (Director de comercialización)

Ramiro Gago (Director de Compras)

Pico de Tolima 29

Colonia Jardines de la Montana.

CP 14210

México D.F.

Tel. . (00 52) (55) 56 28 51 00 / 56 45 15 81

Fax: . (00 52) (55) 56 28 51 51

Sr. Ramiro Gago: [gago\\_r@gcorvi.com.mx](mailto:gago_r@gcorvi.com.mx)

Sr. Benjamín Villaseñor : [villaseñor@infosel.com.mx](mailto:villaseñor@infosel.com.mx)

[www.grupocorvi.com.mx](http://www.grupocorvi.com.mx)

*Nota: Distribución de conservas vegetales y de frutas, platos preparados, conservas de pescado, confitería, chocolates, abarrotes.*

### **GRUPO FERROSO, SA DE CV**

Persona de contacto: Ing. Pedro Sordo (Director general)

M. Cervantes Saavedra 394-18

Col. Irrigación, Deleg. Miguel Hidalgo

11500 México DF

Tel: (00 52) (55) 53300985

Fax. (00 52) (55) 5580 5580

E-mail: [ventasferroso@super-boom.com](mailto:ventasferroso@super-boom.com)

[www.super-boom.com](http://www.super-boom.com)

*Nota: Comercializadora de bienes de consumo, tiene acceso a Wall-Mart, Vips; también Palacio de Hierro y Liverpool, Soriana, Comercial Mexicana, Gigante. Sobre todo importan juguetes aunque también aceite de oliva y algunos productos gourmet. Están pensando en ampliar su gama de productos.*

### **GRUPO TRICO, S.A. de C.V.**

Persona de contacto: Marco Antonio Torres Moreno (Gerente de Compras e Importaciones)

Av. Revolución No. 1145, Col. Mixcoac.

03910 MEXICO D.F.

Tel: (00 52) (55) 3095 1500

Fax: (00 52) (55) 3095 1414

E-mail: [matorres@trico.com.mx](mailto:matorres@trico.com.mx)

<http://www.trico.com.mx>

*Nota: Importan y distribuyen vinos y licores, productos gourmet (queso), conservas vegetales (aceitunas verdes), conservas de pescado y marisco, pan, pasteles, embutidos, aceite de oliva.*

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

---

### **IMPORTACIONES CANTABRIA (INDUSTRIA AGRÍCOLA CARREDANA)**

Persona de contacto: Ramón Posada (Encargado de Compras)

Cazuela 28-A, zona norte, Central de Abastos

Col. Ejidos del Moral. 09040 México D.F.

Tel.: (00 52) (55) 56 94 90 94/ 66 94/ 66 34

Fax: (00 52) (55) 56 94 91 54

E-mail: [pasmarc@prodigy.net.mx](mailto:pasmarc@prodigy.net.mx)

*Nota: Importan y distribuyen turrónes, vinos, conservas, galletas. Países de los que importa: España, Francia, Dinamarca, Grecia, Canadá, Chile, Sudáfrica, Noruega y Reino Unido. Venden a autoservicios.*

### **IMPORTACIONES MANCHEGAS**

Persona de contacto: Juan Antonio Ruiz Poveda (Director general)

C/ Guillermo Prieto, nº 120, casa N

Col. San Rafael, Del. Cuauhtémoc

06470 México, D.F.

Tel: (00 52) (55) 55661021

Fax: (00 52) (55) 5566 6639

E-mail: no tiene

*Nota: Importador y distribuidor de productos gourmet, sobre todo de quesos y pescado congelado.*

### **IMPORTACIONES PORTALES (BOU IMPORT-EXPORT)**

Persona de contacto: Alberto Bou

Joaquín Zapién Reyes

Alhambra 726

Colonia Portales

CP 03300

México D.F.

Tel.: (00 52) (55) 56 09 04 11

Fax: (00 52) (55) 55 32 66 81

E-mail: [vtasforaneas@terra.com.mx](mailto:vtasforaneas@terra.com.mx)

*Nota: Importan y representan principalmente quesos de toda Europa. Pero están interesados también en conservas.*

### **IMPORTADORA Y EXPORTADORA ORFE, S.A. DE C.V. (ORCUSA, SA DE CV)**

Persona de contacto: M<sup>a</sup> de la Luz Macías (Gerente de Importaciones)

Dirección: Ohio 38, Col. Nápoles

03100 México D.F.

Teléfono: 00 52 55 56878450 / 56692962

Fax: 00 52 55 55436049

Email: [ventas@orfemexico.com.mx](mailto:ventas@orfemexico.com.mx)

[gorlotti@orfemexico.com.mx](mailto:gorlotti@orfemexico.com.mx)

[www.orfemexico.com.mx](http://www.orfemexico.com.mx)

## **EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO**

---

*Nota: importan vinos de Italia, Francia, Chile..., aceite, alcaparras, vinagre, conservas, café, pastas, ... de Italia. No importan nada de España.  
Marcas: OLEIFICIO SALVATORE, IL CHIACINO*

### **JOSÉ MANUEL SANTOS DEL CORRAL (INTERNACIONAL GASTRONÓMICA)**

Contacto: José Manuel Santos Corral (Director General)

Verónica Olivares Saro (Subdirector General)

Tesoro 49. Col. Estrella.

07810 México D.F.

Tel. (00 52) (55) 55 37 94 60/ 80 05

Fax: (00 52) (55) 55 37 85 05/ 94 60

Email: no tienen

*Nota: Importan y distribuyen bacalao, pimiento morrón, fruta en conservas, aceite, pescado fresco y congelado.*

### **KADOSA INTERNACIONAL, SA DE CV**

Contacto: Lic. Ramón Domínguez Turanzas (Director General)

Isaías Rodríguez Fierro (Director Comercial)

Insurgentes Sur 1236, 4º

Colonia Del Valle.

03100 México D.F.

Tel. 00 52 55 55 75 75 15 / 5559 2064

Fax: 00 52 55 55 75 08 44

*Nota: Productos lácteos, embutidos y conservas vegetales y de frutas, granos y semillas, productos gourmet enlatados.*

e.mail: [kadosa\\_midwest@infosel.net.mx](mailto:kadosa_midwest@infosel.net.mx)

### **LA DIVINA (VINOS LICORES NAUCALPAN, S.A. DE C.V. )**

Persona de contacto: Ana Laura Ruanova (Importaciones)

Tenayuca 69

Colonia Ind. San Nicolás Tlaxcoapan

Tlalnepantla

Edo. de México

C.P. 54030

Tel: 00 52 55 5366-2500

Fax: 00 52 55 5366 2511

[aruanova@ladivina.com.mx](mailto:aruanova@ladivina.com.mx)

[www.ladivina.com.mx](http://www.ladivina.com.mx)

*Nota : Conjunto de tiendas distribuidas en el DF y otros Estados de México que venden vinos y licores y productos gourmet (aceite de oliva, aceitunas, alcaparras, conservas, espárragos, corazones de alcachofa ...)*

### **LA EUROPEA**

Personas de contacto: Fernando Gómez (Director de Importaciones)

Rodolfo Gaona #86, Col Lomas de Sotelo, C.P.11200, México, D.F:

Tel.: (00 52) (55) 52906220/21/22

Fax: (00 52) (55) 5395 9393

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

---

E-mail: [fgomez@laeuropea.com.mx](mailto:fgomez@laeuropea.com.mx)

[www.laeuropea.com.mx](http://www.laeuropea.com.mx)

*Nota: Importan y representan vinos, alimentos y bebidas en general.*

### **IMPORTACIONES COLOMBRES,S.A. DE C.V.**

Nueva Santo Domingo, 130-B

Fraccionamiento Industrial San Antonio

Azcapotzalco

México DF

C.P. 02760

Tel: 00 52 55 5561 6966, 5561 7602

Fax: 00 52 55 5561 6797

*Nota: es la importadora de La Europea*

**LA NAVAL:** Ultramarinos finos desde 1932

La empresa Douro es la importadora (ver más adelante)

Tienda matriz:

Insurgentes Sur 373, esquina con Michoacán

Colonia Exhipódromo Condesa

Teléfono: (00 52) 55 5584 3500

Gerente: Luis Manuel Hernández

[lanaval@lanaval.com.mx](mailto:lanaval@lanaval.com.mx)

[www.lanaval.com.mx](http://www.lanaval.com.mx)

Sucursal Félix Cuevas:

Félix Cuevas, esquina Moras

Colonia del Valle

Teléfono: (00 52) 55 5652 1016

Miguel Flores

Sucursal Pedregal:

Avenida de las Fuentes 550 I-12

Colonia Jardines del Pedregal

Teléfono: (00 52) 55 5652 1016

Carlos Cordero

*Nota: Tienda de productos gourmet con todo tipo de productos abarroteros importados y muchos de ellos de España: vinos y licores (es su fuerte y tienen todo tipo de D.O. españolas), conservas, salchichonería (jamón serrano, chorizo, morcilla...), quesos (manchego, ...), etc.*

### **LA PUERTA DEL SOL (COVIMEX Y PODA, SA DE CV)**

Persona de contacto: Avelino Soberón (Gerente)

Alhambra 506. Col. Portales. 03300 México D.F.

Tel.: (00 52) (55) 55 32 15 52/ 31 71/ 16 19

Fax: (00 52) (55) 55 32 43 44

E-mail: [puertsol@prodigy.net.mx](mailto:puertsol@prodigy.net.mx)

[www.lapuertadelsol.com.mx](http://www.lapuertadelsol.com.mx)

## **EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO**

---

*Nota: Importan y representan. Los productos que manejan son conservas vegetales (pepinillo, col agria), productos gourmet (conservas de mariscos), aceite de oliva, y vino.*

### **LOZANO MAGAÑA, SA DE CV**

Persona de contacto: Javier Lozano (Gerente General)

Paseo de la Reforma 300, despacho 301

Col. Juárez, 06600 México D.F.

Tel.: (0052) (55) 55 25 3737

Fax: (0052) (55) 55 25 3538

E-mail: [lozanom@solar.sar.net](mailto:lozanom@solar.sar.net)

[www.lozanom.com.mx](http://www.lozanom.com.mx)

*Nota: Representante de los vinos de Importaciones Cantabria. Tienen contrato de exclusividad con una bodega riojana por lo que están interesados en contactar con bodegas de otras DO que no sea Rioja. También importan aceite de oliva, granos y semillas, conservas (aceitunas, vegetales, de pescado, alcaparras, ...), azafrán, galletas, turrónes.*

### **MARINDUSTRIAS**

Persona de Contacto: Lic. Jorge Luis Llopes González (Director de Comercialización)

Hamburgo No. 241

Colonia Juárez

C.P. 06600

México D.F.

Tel: (0052) (55) 52 08 72 58 / 11 02 04 80

Fax: (0052) (55) 52087705

E-mail: [jlopez@grupomar.com](mailto:jlopez@grupomar.com)

Web: [www.grupomar.com](http://www.grupomar.com)

*Nota: Importan y distribuyen pescados congelados y enlatados, productos gourmet (angulas y atún blanco). Marcas: Tuny y Nicolasa.*

### **MARINTER (INDUSTRIAL SIDRERA, DISTRIBUIDORA CIRCO)**

Personas de contacto: Ing. José Luis Rivas (Director General)

Miguel Ángel Rivas (Director de Compras)

Paseo de las Jacarandas 328.

Col. Santa M<sup>a</sup> Insurgentes.

CP 06430

México D.F.

Tel.: (00 52) (55) 1946 0440 (Rocío Paredes, asistente del Ing.)

Fax: (00 52) (55) 1946 0445

E-mail: [mrivas@marinter.com.mx](mailto:mrivas@marinter.com.mx)

[www.marinter.com.mx](http://www.marinter.com.mx)

*Nota: Importan y representan. Son los distribuidores de Liverpool, SA de CV para productos gourmet (paté, pastas), vinos y licores, y aceite de olivo. Liverpool importa directamente algunos bienes agroalimentarios y otros lo hace a través de esta comercializadora.*

### **MERCANTIL CUAUTILÁN, S.A. de C.V.**

Prol. Venustiano Carranza Num. 411

Col. El Partidor

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

---

54879, Cuatitlán /(México)

Tel. 0052 55 58701716

Fax: 0052 55 58701632

[mercaut@prodigy.net](mailto:mercaut@prodigy.net)

[www.mercantilcuatitlan.com](http://www.mercantilcuatitlan.com)

*Nota: Importa gran variedad de productos de alimentación de todo el mundo.*

### **NORIEGA Y LAVALLE, S.A. de C.V. (DOGALE COMERCIO EXTERIOR)**

Persona de contacto: Fernando Noriega

Cuatitlán 480. Col. Chapalita. 45040 Guadalajara. Jalisco

Teléfono: (00 52) (33) 3 647 2406

Fax: (00 52) (33) 3 647 2404

E-mail: [dogale@att.net.mx](mailto:dogale@att.net.mx) / [dogale@prodigy.net.mx](mailto:dogale@prodigy.net.mx)

Web: [www.dogale.com.mx](http://www.dogale.com.mx)

*Nota: importan y distribuyen especias, dulces, conservas vegetales y de frutas, productos gourmet (alcaparra, aceitunas, cereza). Ámbito de representación: todo el país. Interesados en conservas de pescados y mariscos.*

### **NOVELDA S.A. de C.V.**

Persona de contacto: Ing. Juan Luis Navarro (Director General)

Marco Antonio López

Guillermo Prieto No. 106. Letra B. Col. San Rafael

C.P. 06470 México D.F.

Tels: (0052) (55) 26317397 / 53569127

Fax: (0052) 5705 5340

E-mail: [novelda@prodigy.net.mx](mailto:novelda@prodigy.net.mx)

[msnovelda@prodigy.net.mx](mailto:msnovelda@prodigy.net.mx)

*Nota: Importador de productos gourmet, jamón serrano, quesos, azafrán, chorizo, productos de pato, enlatados, faisán, codorniz, fabada, lomo, paella, lentejas, habas, aceite de oliva novelda, Tienen acceso a las grandes superficies.*

### **PAC-SA**

Supermanzana 301, manzana, lote 32-01

Km. 17, carretera Puerto Juárez Quintanarro. Tulúm

Cancún, Benito Juárez Quintanarro

Tel. 0052 01 998881

[compras@pac-sa.com.mx](mailto:compras@pac-sa.com.mx)

*Nota: Alimentación en general, orientados al canal Horeca.*

### **PARTIMAR (PARTICIPACIONES MARIANO)**

Personas de contacto: Lic. Paolo Falasco (Gerente General)

Roberto García (Gerente Financiero)

Rosas Moreno 32. Col. San Rafael.

06470 México D.F.

Tel: (00 52) (55) 55 66 35 44/ 30 58/ 2370 / 3544

Fax: (00 52) (55) 55 46 70 15

E-mail: [paolofal@partimar.com](mailto:paolofal@partimar.com)

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

---

[www.partimar.com](http://www.partimar.com)

*Nota: Importan productos italianos (vinos, aceites, conservas).*

### **PASANI, S.A. de C.V.**

Persona de contacto: Pilar Patiño

Elodie Montagnol

Campeche 280, Int 504

Colonia Hipódromo Condesa

Delegación Cuauhtemoc

México, D.F.

CP 06100

Tel: 00 52 55 5584 0767 / 0735

[ppatiño@pasani.net](mailto:ppatiño@pasani.net)

[www.pasani.net](http://www.pasani.net)

*Nota: Importadora de alimentos y bebidas. Les interesan las conservas españolas.*

### **RIEX S.A. de C.V.**

Solidaridad 2008

Fraccionamiento Unidad Nacional

Snta Catarina

Nuevo León

Tel: 00 52 81 8336 1810 / 8336 1350 / 8336 2101

Fax: 00 52 81 8336 2131

[gnaiera@riex.com.mx](mailto:gnaiera@riex.com.mx)

[www.riex.com.mx](http://www.riex.com.mx)

*Nota: importadora y distribuidora de productos gourmet de varios países.*

### **SLIM DEL CARIBE**

Ing. Francisco Urrutia

Supermanzana 33, lote , planta baja . Retorno 9

Col. Supermanzana 23

Centro Cancún Quintanarro

Tel. 0052 01 99888464486

[ascim@prodigy.net](mailto:ascim@prodigy.net)

*Nota: Alimentación en general, orientados al canal Horeca.*

### **TERANA, S.A.**

Persona de contacto: Juan Manuel Sánchez

Cerrada de Canalito, 64-A

Colonia Progreso

Delegación Álvaro Obregón

C.P. 01080

México D.F.

Tel: 00 52 55 5681-2419, 5681-2560

Fax: 00 52 55 5683-7916

[msanchez@terana.com.mx](mailto:msanchez@terana.com.mx)

[www.terana.com.mx](http://www.terana.com.mx)

## **EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO**

---

*Nota: Distribuidores de sopa Maruchan, especias, dulces y conservas*

### **UNIÓN DE GRANDES MARCAS, S.D. DE C.V. (UNGRAM)**

Persona de contacto: Sr. Germán Shenfler y Sra. Norma Iñiguez Caso

Avda. 16 de septiembre 385

Col. San Lorenzo Tlaltenango.

11210 México D.F.

Teléfono: 00 52 55 55 76 69 33 / 53 58 50 68

Fax: 00 52 55 53 58 50 78

E mail: [ventasautoservicio@ungram.com](mailto:ventasautoservicio@ungram.com)

[info@ungram.com](mailto:info@ungram.com)

[servicioclientes@ungra.com](mailto:servicioclientes@ungra.com)

Web: [www.ungram.com](http://www.ungram.com)

*Nota: Importadores y representante de enlatados, vinos de diferentes países, conservas, especias, turrón*

### **GRANDES SUPERFICIES**

#### **CASA CHAPA**

HelveticaNeueLT Pro 55 Roman

Fidel Velázquez 1513 poniente, local 5-F. Col. Central. 64190 Monterrey. Nuevo León

Tel. (00 52) (81) 8130 6900 (Conmutador)

Fax: (00 52) (81) 83 71 71 71

E-mail: [rgarza@casachapa.com.mx](mailto:rgarza@casachapa.com.mx)

[jalmaquer@casachapa.com.mx](mailto:jalmaquer@casachapa.com.mx)

[www.casachapa.com.mx](http://www.casachapa.com.mx)

*Nota: Gran superficie (21 Supermercados) en el Norte y Noroeste de México. Comercializa abarrotes, limpiadores, comestibles, entre ellos aceite de olivo.*

#### **CASA LEY SA DE CV**

Personas de contacto: Juan Alberto Flores (Director Comercial)

Lic. Agustín Gaytán (Gerente y representante en el D.F.)

Aldo Robles (Gerente de Importaciones, en Culiacán)

Dirección en el D.F.:

Montes Urales 635. Col. Lomas de Chapultepec.

11000 México D.F.

Dirección Sinaloa:

Carretera Internacional y Calle Deportiva Km 1434.

Col. Infonavit Humaya.

80020 Culiacán. Sinaloa

Tel. (00 52) (55) 52 02 02 56/ 29 47 (DF), (01667) 759 10 00 (conmutador Sinaloa)

Fax: (00 52) (55) 52 02 05 01, 67 50 50 10

E mail: [jaflores.dircom@casaley.com.mx](mailto:jaflores.dircom@casaley.com.mx)

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

---

*Nota: Gran superficie (120 establecimientos: megamercados, hipermercados y supermercados). Es la competencia de Soriana en el norte del país*

### COMERCIAL MEXICANA

Personas de contacto: Sr. Federico Ortiz (Director General de Compras)

Ing. Jorge Ocadiz (Director de abarrotes)

Oscar Iván Lorenzo (Gerente de compras de vinos y licores)

Lic. Francisco Hernández (Gerente Compras Abarrotes).

Avda. Adolfo López Mateos 201. Col. Santa Cruz Acatlán. Naucalpan de Juárez.

C.P. 53140. Estado de México

Tel: (00 52) (55) 52709466 / 5270 9479 / 52709456 / 52709574

Fax: (00 52) (55) 5 371 7591

E-mail: [fortiz@comerci.com.mx](mailto:fortiz@comerci.com.mx) / [fhernand@comerci.com.mx](mailto:fhernand@comerci.com.mx) / [olorenzo@comerci.com.mx](mailto:olorenzo@comerci.com.mx)

Web: [www.comerciamexicana.com.mx](http://www.comerciamexicana.com.mx)

*Nota: Gran superficie (186 establecimientos: bodegas, megamercados, hipermercados y supermercados). Entre los productos que importan se encuentra el vino, conservas de verduras (zanahorias, alcachofas, col de Bruselas), productos gourmet (latería, anchoas, pates), aceite de olivo (Fiesta, Romería, Monterreal).*

### COMERCIAL SORIANA SA DE CV

Persona de contacto: Ricardo Madero (Director de Compras y Abarrotes)

Alberto Avellán (Subdirector de abarrotes)

Claudia Costa (secretaria de dirección)

Alejandro Rodas 3102-A. Col. Cumbres, sector 8

64610 Monterrey. Nuevo León

Tel: (00 52) (81) 83 29 90 00 / 83 29 91 19

Fax: (00 52) (81) 83 29 92 20

E-mail [rmadero@soriana.com.mx](mailto:rmadero@soriana.com.mx)

[ab@soriana.com](mailto:ab@soriana.com)

[www.soriana.com.mx](http://www.soriana.com.mx)

*Nota: Importan diversos productos españoles. Gran superficie (217 establecimientos: megamercados e hipermercados). Domina el norte del país, aunque está presente en toda la República, salvo el D.F.*

En MÉXICO, D.F. :

SINERGIA

Cerrada de Tecamachalco No.45 5º Piso

Col. Reforma Social

Tel. (00 52) (55) 5540-3778 / 4110 / 4170

Persona de Contacto: Carolina Herrera

*Nota: Importan diversos productos españoles. Gran superficie (123 establecimientos: megamercados e hipermercados). Domina el norte del país, aunque está presente en toda la República, salvo el D.F.*

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

---

### **COSTCO**

Personas de contacto: Polo Ramirez (Gerente de Abarrotes)  
Cecilia Sanabria (Asistente)  
Juan Carlos Dávila ( Compra confitería)  
Álvaro del Val (Compra de vino, cigarros y puros)  
Luis Galindo (Compra de pescados frescos)  
Jorge Estrada (Compra de productos Gourmet)  
José Luis Pérez (Compra de bebidas)  
Carlos Basaguren (Compra de congelado)

Bld. Magnocentro, 4. Col. San Fernando La Herradura  
Huiquiluca. Estado de Mexico 52765  
Tel.: (00 52) (55) 52 46 55 00/ 55 01/ 56 00  
Fax: (00 52) (55) 52 46 54 70  
E mail:

[aval@costco.com.mx](mailto:aval@costco.com.mx)  
[jrodriguezp@costco.com.mx](mailto:jrodriguezp@costco.com.mx)  
[jdavila@costco.com.mx](mailto:jdavila@costco.com.mx)  
[pramirez@costco.com.mx](mailto:pramirez@costco.com.mx)  
[cbasaguren@costco.com.mx](mailto:cbasaguren@costco.com.mx)

*Nota: Gran Superficie. Venta mayorista. Entre los productos que importan se encuentran el vino, conservas de verduras (alcachofas), aceite oliva (Ybarra), productos gourmet (galletas, latería, salmón, jamón serrano, pasteles)*

### **EL PUERTO DE LIVERPOOL SA DE CV**

Personas de contacto: Héctor Luna (Gourmet), Rafael Alatríste (Director de Diversos), Miguel Espejel (Subdirector de Restaurantes), Alejandro Masías (Coordinador de Restaurantes)  
Mariano Escobedo 425, Col. Chapultepec-Morales  
11570 México D.F.

Tel.: (0052) (55) 53 28 68 00/ 64 00/ 65 00 (Conmutador)  
Fax: (0052) (55) 55 31 72 51  
E mail: [hluna@liverpool.com.mx](mailto:hluna@liverpool.com.mx)  
[ralatríste@liverpool.com.mx](mailto:ralatríste@liverpool.com.mx)

Web: [www.liverpool.com.mx](http://www.liverpool.com.mx)

*Nota: Tienda departamental, tipo El Corte Inglés (32 establecimientos). También tiene otros 25 establecimientos de Fábricas de Francia. Entre los productos que importan se encuentran el vino, aceite de oliva, productos gourmet (pastas, embutidos, latas), conservas vegetales (elotito, corazón de alcachofa)*

### **GIGANTE**

Personas de contacto: Miguel Peinado (Gerente de Mercancías en general)  
Oscar Benitez (Compra de vinos)  
Marcos García (Comprador de Abarrotes Comestibles y especias)  
Luis Alberto Basili (Quesos y lácteos)  
Marco Antonia García (especies)  
Luis Garcia (Pescado)

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

---

Ejército Nacional 769-A.  
Col. Granada, Del. Miguel Hidalgo.  
C.P. 11520. D.F.  
Tel: (00 52) (55) 5269 8000  
Fax: (00 52) (55) 5269 8139  
[sramasko@gigante.com.mx](mailto:sramasko@gigante.com.mx)  
[ma1garcia@gigante.com.mx](mailto:ma1garcia@gigante.com.mx)  
[labasili@gigante.com.mx](mailto:labasili@gigante.com.mx)  
[lgarcia@gigante.com.mx](mailto:lgarcia@gigante.com.mx) Tel: 50390919  
[www.gigante.com.mx](http://www.gigante.com.mx)

*Nota: Gran superficie (182 establecimientos: bodegas, hipermercados y supermercados).  
Importan y comercializan*

### **GRUPO IDEA SA DE CV (COMERCIAL VH, OPERADORA FUTURAMA, OPERADORA MERCOS, SUPER SAN FRANCISCO DE ASÍS, TIENDAS DE DESCUENTO ARTELI)**

Persona de contacto: Lic. Gerardo Ospital Enríquez (Director General)  
Jaime Balmes 11, edif. C, desp. 702-C. Col. Los Morales-Polanco. 11510 México D.F.  
Tel. (00 52) (55) 53 95 37 55/ 34 51  
Fax: (00 52) (55) 55 76 36 59  
E-mail: [gospital@g-idea.com.mx](mailto:gospital@g-idea.com.mx)

*Nota: Controla una cadena de 160 hipermercados y supermercados en el norte y sur del país. Cada empresa tiene su director general, pero la primera selección la hace este grupo. Maneja todo tipo de productos, menos textiles. Tiendas de autoservicio, marca propia.*

### **PALACIO DE HIERRO SA DE CV**

Persona de contacto: Jaime Garza, (Gerente de compras Gourmet)  
José Ángel Sanchez Aedo (Director de Gourmet)  
Santiago Fernández (Compras)  
Valladolid 85, 2º. Col. Roma. 06700 México D.F.  
Tel.: (0052) (55) 52 29 54 00 (Conmutador)  
Fax: (0052) (55) 5511 3956/5207 5180  
E mail: [jfgarza@palaciohierro.com.mx](mailto:jfgarza@palaciohierro.com.mx)  
[jasanchez@palaciohierro.com](mailto:jasanchez@palaciohierro.com)  
[santiago.fernandez@palaciohierro.com.mx](mailto:santiago.fernandez@palaciohierro.com.mx)

Web : [www.palaciohierro.com.mx](http://www.palaciohierro.com.mx)

*Nota: Tienda departamental, tipo El Corte Inglés (9 establecimientos). Entre los productos que importan están el vino, aceite de oliva, conservas vegetales, productos gourmet (jamón serrano, latería)*

### **SUPERMERCADOS INTERNACIONALES H-E-B, S.A. DE C.V.**

Personas de contacto: Otto Voss (Comprador de abarrotes)  
Virgilio Gutiérrez (Asistente de Otto Boss)  
Emilio Zola # 743 (Entre Belisario Dominguez y Priv. Zola)  
Col. Obispado, Monterrey, N.L. C.P.64060  
Tel: (52) (81) 8153-11-00, 8153-12-00 y 8153-14-00  
E-mail: [ovoss@hebmex.com](mailto:ovoss@hebmex.com)  
[www.hebmexico.com](http://www.hebmexico.com)

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

---

*Nota: Gran superficie del norte del país.*

### **TIENDAS CHEDRAUI SA DE CV**

Personas de contacto: Gui Pierson (Importaciones)  
Julio César Martínez (Nuevos proyectos y mercadería)  
Lic. Rolando Rocha Ochoa (Director de Compras)  
César Anaya (Subdirector de Compras de Abarrotes)  
Alma Maradiaga (Vinos ext. 8116)  
Arturo San Vicente (Quesos y enlatados ext. 8133)  
María Grasso (Salsas ext. 8115)

Av. Javier Rojo Gómez 400  
Col. Barrio de San Pedro  
CP 09000  
México D.F.

Tel. (0052) (55) 1103 8000

E mail: [gpierson@chedraui.com.mx](mailto:gpierson@chedraui.com.mx)  
[rrocha@chedraui.com.mx](mailto:rrocha@chedraui.com.mx)  
[asvicen@chedraui.com.mx](mailto:asvicen@chedraui.com.mx)  
[mggrasso@chedraui.com.mx](mailto:mggrasso@chedraui.com.mx)  
[cesanaya@chedraui.com.mx](mailto:cesanaya@chedraui.com.mx)

*Nota: Gran superficie (117 establecimientos entre los que figuran megamercados, hipermercados y supermercados). Tienen la sede central en Xalapa, Veracruz*

### **WAL-MART (AURRERÁ, SUPERAMA, SAM'S CLUB Y WAL-MART)**

Personas de contacto: Alejandro Fernández (Divisional vinos y licores)  
Yolanda Enríquez (Subdirectora de papeles domésticos, mascotas y bebés)  
Jorge Hernández González (Comprador de abarrotes procesados (mermeladas, mieles, jara-  
bes)), ext. 5644  
José Francisco Casado (Vicepresidente de perecederos)  
Luis Miguel Oria (comprador vinos y licores)  
Israel Barona Laredo (ext. 5416)  
César Romero (Comprador de vinos)  
René Rentarías (Compradora de vinos)  
Avda Universidad, 936 - A. Col. Santa Cruz Atoyac. (junto a Plaza Universidad, oficinas en  
parte de atrás del Wal-Mart)  
Del Benito Juárez.  
C.P. 03310. México DF  
Tel.: (00 52) (55) 5420 0200  
Fax: (00 52) (55) 54 20 02 82  
Alejandro Fernández: [materna@wal-mart.com](mailto:materna@wal-mart.com)  
Cesar Romero: [mcmrome@wal-mart.com](mailto:mcmrome@wal-mart.com)

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

---

Yolanda Enríquez: [myenrig@wal-mart.com](mailto:myenrig@wal-mart.com)

José Francisco Casado: [mjcasad@wal-mart.com](mailto:mjcasad@wal-mart.com)

*Nota: Las compras se deciden desde la dirección general de Avda. de la Universidad para todo el grupo. Es el grupo distribuidor más grande de México. Posee 105 Wal-marts, 70 Sam'sClub, 203 Bodegas Aurrerá, 55 Superama, 55 Suburbia, 243 Vips, 58 El Portón.*

Así mismo, otros directorios empresariales de acceso libre en Internet son:

- Directorio Espacios, es un directorio publicado por el mismo grupo editorial que la revista Espacios de Construcción y Arquitectura; también esta disponible online en [www.espacios.com](http://www.espacios.com)
- En la página del Sistema de Información Empresarial Mexicano, SIEM, [www.siem.gob.mx](http://www.siem.gob.mx), donde se pueden consultar fabricantes y distribuidores, por giro o producto. Este padrón empresarial no es obligatorio y las empresas se inscriben voluntariamente; por esta razón, no es una relación exhaustiva de todos los agentes de la industria.
- [www.cihac.com.mx](http://www.cihac.com.mx) En esta página encontraremos el directorio de los participantes en la feria EXPO CIHAC, clasificados por productos
- [www.mexicoweb.com.mx](http://www.mexicoweb.com.mx), se puede realizar una búsqueda por producto.
- [www.cosmos.com.mx](http://www.cosmos.com.mx), es una de las mejores, aunque las búsquedas suelen dar resultados demasiado amplios, está bastante actualizada.
- [www.quiaen.com](http://www.quiaen.com)

### III. PRINCIPALES PRODUCTORES DE CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

Los principales productores nacionales son:

#### **Herdez S.A. de C.V.**

Ingenieros Militares 85, piso

11230, México D.F.

Tel.: 0052 55 55763577

[www.grupoherdez.com.mx](http://www.grupoherdez.com.mx)

#### **Pescados Industrializados S.A., Pinsa**

Puerto de Mazatlán, 406

Parque Industrial Alfredo Bonfil

Mazatlán (Sinaloa)

Tel.: 0052 669 9825111

[www.pinsa.com](http://www.pinsa.com)

#### **Del Centro S.A.de C.V. (Industrias Elías Pando)**

Lerdo 321

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

---

Col. San Simón Tolnahuac  
06920  
México D.F.  
Tel.: 0052 55 55837866  
[www.grupopando.com](http://www.grupopando.com)

### **Empacadora del Golfo de México, S.A. de C.V.**

José Azueta No. 1041  
Col. Centro  
Veracruz 91700  
Teléfono : +52 229 931 4688  
Fax : +52 229 932 6770  
[www.faro.com.mx](http://www.faro.com.mx)

### **Conservas Nair (Grupo Del Fuerte)**

[www.delfuerte.com](http://www.delfuerte.com)

## IV. NORMAS APLICABLES A LAS PARTIDAS OBJETO DEL ESTUDIO

Arancel	NOM	NOM Etiquetado
16041	NOM-130-SSA1-1995	NOM-51-SCFI-1994
160413	NOM-130-SSA1-1995	NOM-51-SCFI-1994
16041301	NOM-130-SSA1-1995	NOM-51-SCFI-1994
16041399	NOM-130-SSA1-1995	NOM-51-SCFI-1994
16041401	NOM-130-SSA1-1995	NOM-84-SCFI-1994
16041499	NOM-130-SSA1-1995	NOM-84-SCFI-1994
16041501	NOM-130-SSA1-1995	NOM-51-SCFI-1994
160416	NOM-130-SSA1-1995	NOM-51-SCFI-1994
160419	NOM-130-SSA1-1995	NOM-84-SCFI-1994
16041999	NOM-130-SSA1-1995	NOM-51-SCFI-1994
160420	NOM-130-SSA1-1995	NOM-51-SCFI-1994
16042099	NOM-130-SSA1-1995	NOM-51-SCFI-1994
16042099	NOM-130-SSA1-1995	NOM-84-SCFI-1994
160430	NOM-130-SSA1-1995	NOM-51-SCFI-1994
16043099	NOM-130-SSA1-1995	NOM-51-SCFI-1994
160520	NOM-130-SSA1-1995	NOM-51-SCFI-1994
160590	NOM-130-SSA1-1995	NOM-51-SCFI-1994

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

### V. TABLAS DE MARCAS Y PRECIOS DE CONSERVAS DE PESCADO

En la siguiente tabla, se recogen las principales marcas de conservas de pescado que se encuentran en cualquier autoservicio mexicano. Durante el año 2006, el valor de un euro rondó los trece pesos. Para obtener un cálculo preciso en la conversión de moneda, podemos hacer el cálculo en el sitio Web, [www.xe.com](http://www.xe.com).

CONSERVAS DE PESCADO MEXICANAS			
Marca	Formato	Producto	Precio medio
Dolores	RO-170 grs.	Atún en aceite vegetal	7,62 pesos
Dolores	RO-170 grs.	Atún en agua	7,62 pesos
Dolores	RR-120	Ventresca de atún "premium"	22,90 pesos
Hernandez	RO-170 grs.	Atún en aceite vegetal	8,40 pesos
Hernandez	RO-170 grs.	Atún en agua	8,40 pesos
Tuny	RO-170 grs.	Atún con chipotle	8,50 pesos
Tuny	RO-170 grs.	Salmón en agua	11,70 pesos
Tuny	RO-165 grs.	Pulpo en su tinta	9,55 pesos
Tuny	RO-165 grs.	Pulpo al ajillo	9,55 pesos
Nair	RO-170 grs.	Atún en aceite vegetal	7,95 pesos
Hernandez	OL -425 grs.	Sardina en salsa de tomate	11,40 pesos
Celmex	OL-425 grs.	Sardina en salsa de tomate	10,50 pesos
Mazatan	RO-170 grs.	Atún con chile	6,49 pesos
Mazatan	RO-170 grs.	Ensalada de atún	9,49 pesos
Litoral	TR-110 grs.	Anchoas en aceite vegetal	35,10 pesos

CONSERVAS DE PESCADO EXTRANJERAS			
Marca	Formato	Producto	Precio medio
Brunswick	RR-85 grs.	Mejillones (hecho en China)	16 pesos
Brunswick	RR-85 grs.	Ostiones ahumados (hecho en China)	25 pesos
Brunswick	RR-106 grs.	Sardinias en salsa de tomate (hecho en China)	9 pesos
Brunswick	RR-106 grs.	Sardinias en salsa picante (hecho en China)	9 pesos
Brunswick	RR-106 grs.	Sardinias en aceite (hecho en China)	9 pesos
Brunswick	RR-213 grs.	Salmón rosado de Alaska	20 pesos
May Lily	RR-105 grs.	Ostiones (Origen Corea)	38 pesos
May Lily	RR-105 grs.	Mejillones en escabeche (Origen Corea)	25 pesos
May Lily	RR-105 grs.	Almejas al natural (Origen Corea)	27 pesos
Portanet	RR-105 grs.	Mejillones en escabeche (Origen Corea)	36 pesos
Pacífico	RR-160 grs.	Trozos de atún ahumado en aceite (Costa Rica)	12 pesos
Pacífico	RR-160 grs.	Trozos de atún con garbanzos (Costa Rica)	10 pesos
Pacífico	RR-160 grs.	Trozos de atún con orégano (Costa Rica)	12 pesos
Pacífico	RR-160 grs.	Trozos de atún con maiz dulce (Costa Rica)	10 pesos
Pacífico	RR-160 grs.	Trozos de atún al ajillo (Costa Rica)	12 pesos
Robinson Crusoe	RO-190 grs.	Mejillones en escabeche (Origen Chile)	33 pesos
Robinson Crusoe	RO-190 grs.	Berberechos del pacífico (Origen Chile)	47 pesos
Robinson Crusoe	RO-190 grs.	Berberecho del pacífico (Origen Chile)	47 pesos

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN MÉXICO

---

CONSERVAS ESPAÑOLAS			
Marca	Formato	Producto	Precio medio
El Vigilante	RR-110 grs	Calamares en su tinta	35,10 pesos
El Vigilante	RR-115 grs.	Navajas al natural	52,50 pesos
El Vigilante	RR-115 grs.	Atún blanco en aceite de oliva	30,00 pesos
El Vigilante	RR-115 grs.	Mejillones en escabeche	43,90 pesos
El Vigilante	RR-120 grs.	Sardinias en aceite de oliva (sardinillas)	35,00 pesos
El Vigilante	RR-45 grs.	Anchoas en aceite de oliva	34,00 pesos
El Vigilante	RR-111 grs.	Pulpo en aceite de oliva	35,70 pesos
El Vigilante	RR-111 grs.	Angulas de surimi en aceite de oliva	46 pesos
El Vigilante	RR-111 grs.	Chipirones rellenos en su tinta	57,00 pesos
El Vigilante	RR-120 grs.	Berberechos gourmet	170 pesos

## VI. BIBLIOGRAFÍA

- Aduanas de México: <http://www.aduanas.sat.gob.mx/webadunet/body.htm>
- Bases de datos
  - World Trade Atlas (Importaciones - Exportaciones)
  - DIA – Legislación Aduanera y de Comercio Exterior en México.
- Revista T21 ([www.transportesxxi.com](http://www.transportesxxi.com))
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)
- Promar Internacional (2002) “Oportunidades para las conservas de pescado español en México”
- ICEX: El mercado de las conservas de pescado en EE.UU, Italia y Países Bajos.
- CANAINCA: Cámara Nacional de la Industria Conservera (Memoria 2005).
- CANAINPESCA: Cámara Nacional de las Industrias Pesquera y Acuícola.
- SAGARPA: Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación ([www.sagarpa.gob.mx](http://www.sagarpa.gob.mx))
- Secretaría de Economía del Gobierno de México: Normativa: [www.economia-noms.gob.mx](http://www.economia-noms.gob.mx)
- Entrevistas con empresas importadoras, distribuidoras y representantes del sector.