

Perfil de mercado -Pota-



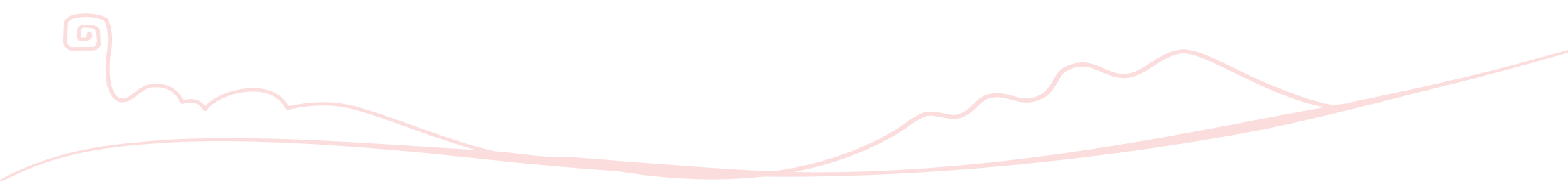
PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



Índice

01. Mercado	4
02. Condiciones de Acceso	14
03. Distribución y Canales de Comercialización	28
04. Datos de Contacto de Importadores	30
05. Fuentes de Información	32



01

Mercado

1.1 Tamaño (demanda del producto específico)

El consumo per cápita de pescados y mariscos en México equivalió a 13,78 kilogramos en el 2011, consumo que se ha ido incrementando paulatinamente en comparación a 2003 que representaba el 11,78 kilogramos. El consumo en México es superior casi en dos puntos porcentuales en comparación con el mercado latinoamericano que es de 12 kilogramos per cápita (Fuentes: CONAPESCA e INFOPECA).

México es un país que produce calamar gigante (pota) y una de sus principales presentaciones es la daruma (cocido y sazonado), representando el 80% de la producción nacional del calamar gigante, considerando que el destino del mismo es la exportación, puesto que el consumo interno predomina la forma de manto o filete, fresco- congelado y fresco-en-hielado.



1.2 Producción local

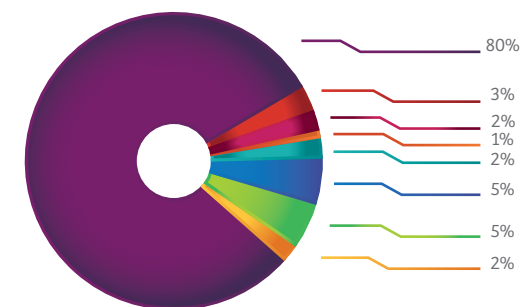
Principales especies capturadas en México	
2012	(toneladas)
MOLUSCOS	
Ostión	44 833
Almeja	15 431
Pulpo	28 906
Caracol	4 404
Abulón	303
Sub Total	93 877
CRUSTÁCEOS	
Camarón	146 605
Jaiba	21 359
Langostino	2 485
Langosta	2 959
Sub Total	173 408
PECES DE AGUA DULCE	
Carpa	26 177
Charal	2 224
Bagre	4 382
Sub Total	32 783

Principales especies capturadas en México	
2012	(toneladas)
PECES MARINOS	
Sardina	192 739
Atún	97 513
Mojarra	74 126
Tiburón	16 766
Lisa	9 281
Mero	11 357
Cagón	4 508
Sierra	10 951
Barrilete	21 190
Guachinango	6 343
Bandera	7 286
Robalo	7 557
Coruina	8 744
Jurel	15 364
Pargo	4 445
Sub Total	520 953
OTROS ANIMALES ACUÁTICOS	
Erizo	3 186
VEGETALES ACUÁTICOS	
Sargazo y Algas	1 771
TOTAL	825 978

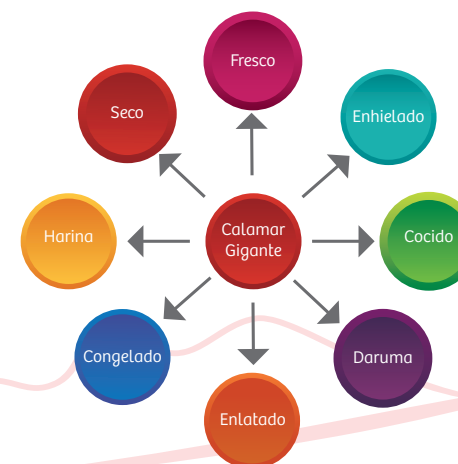
Fuente: CONAPESCA - INEGI

El sector pesquero en México está integrado por el sector social, el sector privado y el sector público, que en total forman una población ocupada por 217 212 personas.

Destino de la Producción Nacional de Calamar



Destino de la Producción de Calamar Gigante



Estacionalidad de la Producción

	Entidad Federativa		
	Baja Cal. Sur	Sonora	Sinaloa
ENE			
FEB			
MAR			
ABR			
MAY			
JUN			
JUL			
AGO			
SEP			
OCT			
NOV			
DIC			

Fuente: CONAPESCA



- Da trabajo a más de 5 000 pescadores
- Más de 2 350 embarcaciones menores
- Más de 65 embarcaciones mayores
- Más de 12 500 empleos directos e indirectos en la captura, transformación y comercialización
- Más de 150 000 toneladas anuales de captura
- México ocupa el 6° lugar de producción de calamar gigante.

1.3 Importaciones

Importaciones de anchoveta (Sardina Peruana) (Valor en dólares y Volumen en Kg)

IMPORTACIONES	2013 ene-dic		2012 ene-dic		2011 ene-dic		2010 ene-dic	
	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen
Total	5 508 367	4 121 598	563 172	3 956 880	6 628 468	4 438 873	947 632	765 882
Perú	4 042 380	3 166 627	4 296 674	3 186 164	5 775 357	4 029 788	670 129	579 882
Chile	1 103 353	835 502	842 895	676 343	445 186	320 000	178 836	166 310
China	265 668	101 220	156 020	47 942	245 315	64 040	0	0
España	75 878	16 781	201 847	39 018	148 121	23 707	77 299	17 655
Japón	12 375	385	15 748	490	9 706	409	13 859	747
Vietnam	0	0	7 125	1 500	3 249	670	0	0
India	8159	1 000	4 519	659	1 534	259	0	0
Cuba	0	0	0	0	0	0	0	0
Alemania	0	0	0	0	0	0	0	0
Malasia	0	0	0	0	0	0	0	0
Portugal	0	0	0	0	0	0	7 509	1 287
Tailandia	550	80	0	0	0	0	0	0
Estados Unidos de América	0	0	106 889	4 762	0	0	0	0

Fuente: Secretaría de Economía – SIAVI

En este producto, Perú provee el 87% de las importaciones de calamar gigante fresco (Pota) al mercado mexicano.

Se aprecia un consumo mayor de pota, generando un incremento en los precios nacionales y un pequeño desabastecimiento del producto en el mercado interno, razón por la cual el precio por kilogramo de pota proveniente de Perú pasó de \$ 1,15 a \$ 1,43 USD entre los años de 2010 a 2011.

1.4 Exportaciones

Exportaciones de Calamar Gigante (Pota) (Valor en dólares y Volumen en Kg)

EXPORTACIONES	2013 ene-dic		2012 ene-dic		2011 ene-dic		2010 ene-dic	
	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen
Total	534 321	337 403	1 998 108	906 939	2 820 135	625 495	4 250 832	2 787 022
Países Bajos	85 402	61 961	1 268 972	519 852	14 224 74	359 875	325 496	114 154
Estados Unidos de América	244 880	270 052	620 287	349 375	888 765	65 845	1 409 261	136 099
España	0	0	95	9 513	254 638	64 439	495 508	4 962 52
Hong Kong	204 039	5 369	75 277	2 800	131 428	5 953	228 912	11276
China	0	0	24 999	25 000	119 997	125 000	1 084 530	1 208 815
Japon	0	0	3	60	2 828	4 350	29 855	56 225
Corea del Sur	0	0	0	0	5	30	137 870	206 200
Cuba	0	0	0	0	0	0	0	0
Tailandia	0	0	0	0	0	0	37 500	50 000
Taiwan	0	0	8 475	339	0	0	501 900	508 000
Vietnam	0	0	0	0	0	0	0	0

FUENTE: SIAVI Secretaría de Economía y Banco de México

Los principales consumidores de pota mexicana son Holanda y Estados Unidos de América, empacados en private label o congelados.

1.5 Características generales

Uno de los principales problemas a los que se enfrenta la industria pesquera es la carencia de un sistema ágil y adecuado de distribución y mercadeo que facilite la disponibilidad de los productos en las diferentes regiones del país sin embargo, se han realizado esfuerzos para establecer una red coordinada de distribución y mejorar las condiciones de conservación y manejo de las capturas, creando frigoríficas y mercados de productos del mar en puertos estratégicos, así como campañas de publicidad en los medios masivos de comunicación y la edición y distribución de recetas.



1.6 Usos, formas de consumo, presentaciones, precios, competencia

El calamar gigante se ha comercializado en presentaciones que ofrecen poco valor agregado. En México se vende en la forma de manto o filete, fresco- congelado y fresco-enhielado, tentáculos o “bailarina” (cabeza con tentáculos) y aleta, en los centros principales de distribución nacional como el mercado de Zapopan, en Jalisco y en La Nueva Viga, en el Distrito Federal. Asimismo, aunque en proporción menor, se comercializa calamar enlatado en presentaciones diversas (cocido, en trozos, en su tinta, a la mexicana, etcétera), y son dos compañías mexicanas las fabricantes. La presentación utilizada sobre todo en Asia se llama “daruma” (cocido y sazonado). A Estados Unidos se exporta seco y congelado, y fresco-congelado a España. El consumo per cápita de calamar es de 95 gramos al año.

Precios promedio mínimos y máximos de mariscos en presentación de 1 kg

Producto / Presentación	Mínimo		Máximo		Dif. en USD	Dif. en %
	Precio (USD)	Cadena	Precio (USD)	Cadena		
Calamar / Tentáculos cocido	4,03	Soriana Plus	7,75	Chedraui	3,72	92,4
Calamar / Filete crudo	1,91	Mercado Soriana / Soriana Plus / Soriana Súper	2,96	Chedraui	1,05	55,0
Calamar / Tentáculos crudo	2,24	Mercado Soriana / Soriana	3,12	Central de Abastos	0,88	39,4
Calamar / Americano	3,62	Tienda UNAM	4,99	Bodega Comercial Mexicana / City Market	1,37	38,1

Fuente: Programa Quién es Quién en los Precios, PROFECO 2011

Precio al 2013				
Especie	Precio Mínimo	Cadena	Precio Máximo	Cadena
Calamar-filete crudo	\$29,90	Bodega Comercial Mexicana	\$47,00	Super Chedraui

Precio en pesos mexicanos. Fuente: PROFECO, Quien es quien en los precios

En cuanto a la producción pesquera mexicana, el calamar concentra el 5%, el camarón (11%), atún (5%) y tilapia (5%). El restante 28% lo conforman más de 270 especies. (Fuente: Comisión Nacional de Acuacultura y Pesca – CONAPESCA).



02

Condiciones de Acceso

2.1 Requisitos Específicos para los importadores

2.1.1 Aranceles: Preferencias por TLC, competidores, NMF

Unidad de Medida (Kg)	Arancel General	IVA	Arancel Preferencial
Importación	20%	Exento	16%
			AIC

Tratados de Libre Comercio					
					
E.U.A.	Canadá	Colombia	Japón	Bolivia	Costa Rica
Exento	Exento	Exento	***	ABROGADO	Exento
					
Nicaragua	Israel	Com. Europea	Guatemala	El Salvador	Honduras
Exento	Excluido	Exento	Exento	Exento	Exento
					
Suiza	Noruega	Islandia	Liechtenstein	Chile	Uruguay
Exento	Exento	Exento	Exento	Exento	Excluido

Fuente: Secretaría de Economía – SIICEX

Nota:

De conformidad con el Acuerdo de Integración Comercial entre Los Estados Unidos Mexicanos y La República del Perú, suscrito en la ciudad de Lima, Perú, en el 2013 el arancel preferencial acordado es 16% por estar en una categoría C de desgravación arancelaria, abajo encontrarán el régimen legal y arancelario del producto.

Sección:	I	Animales vivos y productos del reino animal
Capítulo:	03	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos
Partida:	0307	Moluscos, incluso separados de sus valvas, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; invertebrados acuáticos, excepto los crustáceos y moluscos, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; harina, polvo y "pellets" de invertebrados acuáticos, excepto los crustáceos, aptos para la alimentación humana.
		- Jibias (<i>Sepia officinalis</i> , <i>Rossia macrosoma</i>) y globitos (<i>Sepiola</i> spp.); calamares y potas (<i>Ommastrephes</i> spp., <i>Loligo</i> spp., <i>Nototodarus</i> spp., <i>Sepioteuthis</i> spp.):
SubPartida:	030749	-- Los demás.
Fracción:	03074999	Los demás.

Unidad de Medida (Kg)	Arancel General	IVA
Importación	20	Ex.
Exportación	Ex.	0%

RESTRICCIONES:

A la Importación:

Autorización sanitaria previa de la COFEPRIS (Únicamente cuando 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 depósito fiscal. La autorización se presenta en términos del Art. 6 del Acuerdo)

A la Exportación:

ANEXOS:

Anexo 27: Su importación no está sujeta al pago del IVA (RCGMCE 5.2.11.)

OBSERVACIONES:

Generales:

Desde el 1 de febrero de 2012, la importación de esta mercancía originaria de Perú está sujeta a la desgravación arancelaria que se indica en la columna correspondiente para cada año y quedará exenta de pago de arancel a partir del 1 de enero de 2021 (Punto Décimo Segundo del Decreto por el que se establece la Tasa Aplicable del IGI para las mercancías originarias de Perú, publicado el 01/02/2012):

Arancel del 1 de enero al 31 de diciembre del año respectivo									
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	A partir de 2021
18,0	16,0	14,0	12,0	10,0	8,0	6,0	4,0	2,0	Ex.

2.1.2 Requisitos del comprador específicos

Es obligación del importador en México estar legalmente registrado como contribuyente y contar con un Padrón de Importadores.

2.1.3 Barreras/estándares/normas (resúmenes y enlaces)

Autorización sanitaria previa de la COFEPRIS (Únicamente cuando 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 depósito fiscal. La autorización se presenta en términos del Art. 6 del Acuerdo).

Anexo 27: Su importación no está sujeta al pago del IVA (Resolución Miscelánea de Comercio Exterior 5.2.11.)

2.2 Requisitos del Consumidor

2.2.1 Regiones/Sectores de mayor consumo dentro del mercado

Las regiones que más consumo representan en México son: Veracruz, Tabasco, Tamaulipas, Nayarit, Baja California, Baja California Sur, Campeche, Guerrero y Sinaloa. Puesto que son las regiones donde se localizó la demanda del producto como comparativo para que el exportador pueda conocer el comportamiento de la demanda de su producto por región y en cada Estado de la República Mexicana.

ENTIDAD	2012
Baja California Sur	41 961
Baja California	415
Sinaloa	2 186
Sonora	13 064
Veracruz	23
Tamaulipas	41
Oaxaca	6
Colima	1
Otras	3

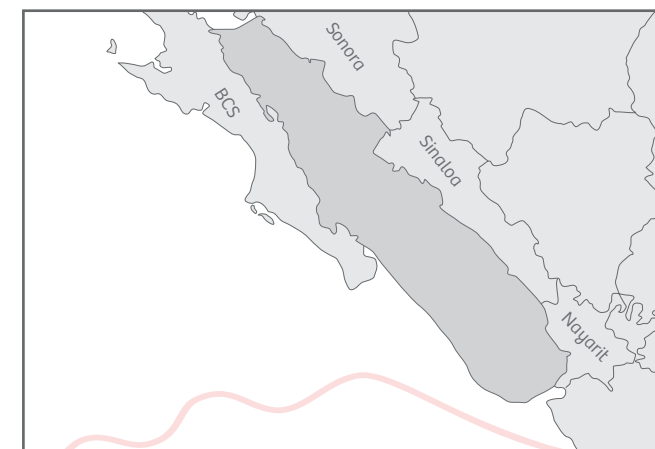
Fuente: SAGARPA

PRODUCCION DE POTA (PESO VIVO EN TONELADAS)

ENTIDAD	2007	2008	2009	2010	2011
Baja California Sur	41 961	50 090	57 847	38 877	8 621
Baja California	415	6 266	3 824	11 718	15 098
Sinaloa	2 186	1 865	2 515	3 484	1 364
Sonora	13 064	26 216	26 916	12 384	9 811
Veracruz	23	21	9	5	13
Tamaulipas	41	17	19	11	29
Oaxaca	6	-	3	5	7
Colima	1	3	6	2	21
Otras	3	3	1	2	9
TOTAL	57 700	84 481	91 140	66 488	34 973

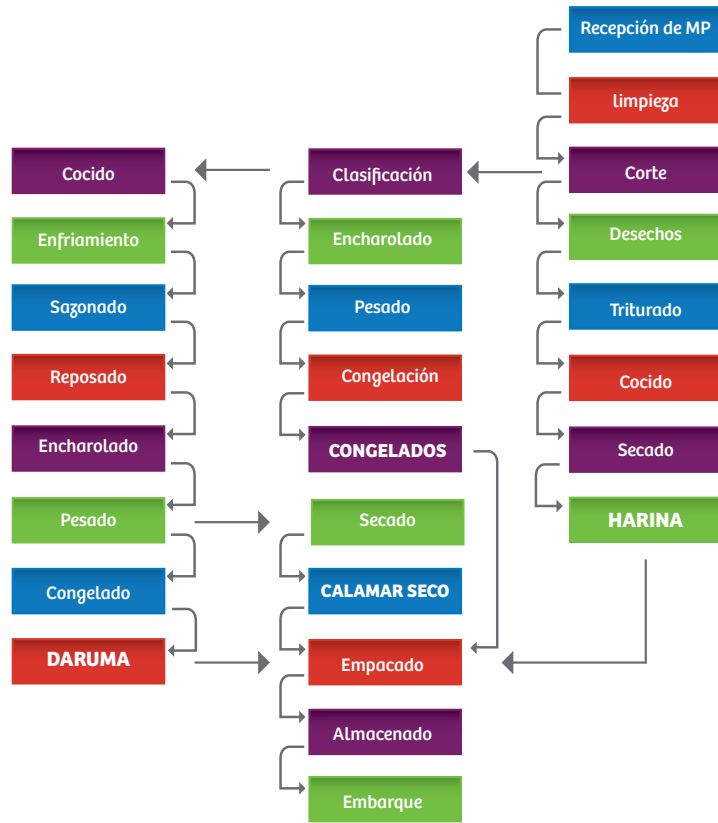
Fuente: SAGARPA

Zona de pesca del Calamar Gigante en el Golfo de California



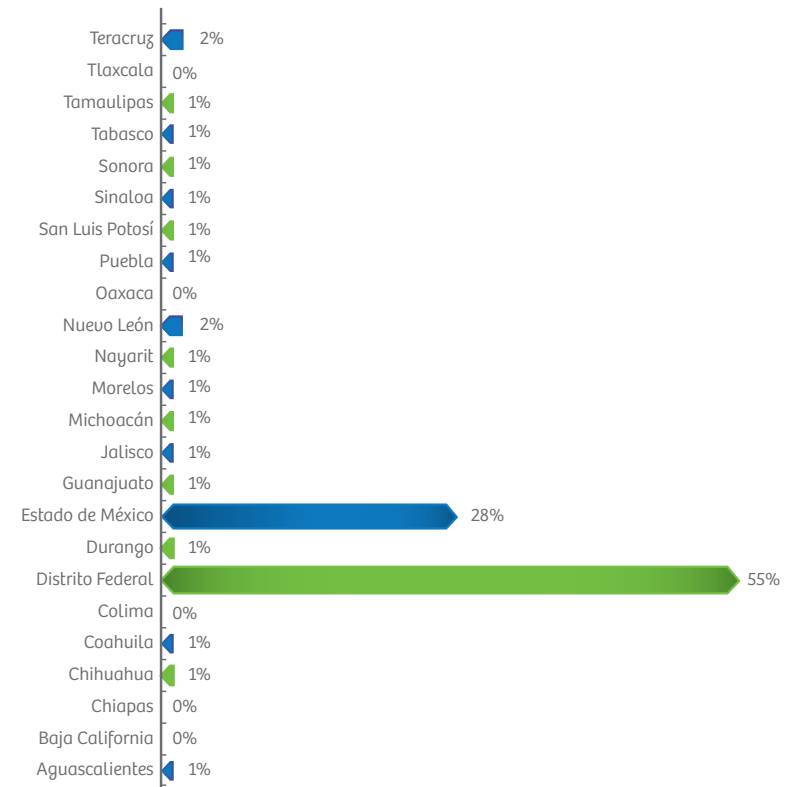
Fuente: SAGARPA

Procesamiento de la Pota en México



Fuente: SAGARPA

Consumo de Pota



Fuente: Anuario Estadístico de SAGARPA

2.2.2 Tendencias del consumidor/ perspectivas del mercado/ ventajas del producto a estudiar/ competencia

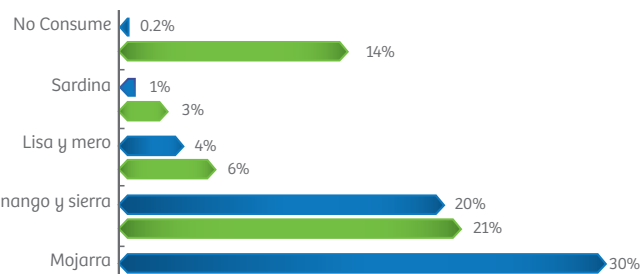
Hábitos del consumidor mexicano

El consumidor mexicano consume en un 30% de su dieta de pescado la mojarra. El 75% consume camarones prefiriendo por su sabor a los dos productos mencionados. El 77% de los consumidores prefieren los pescados y mariscos frescos. El 35% de los consumidores compran estos productos en tiendas de auto-servicio, aunque el 40% prefiere comprarlos en mercados y mercados sobre ruedas (tianguis), por la creencia de la frescura. En semana santa el 78% de la población mexicana se abs-

tiene de comer carnes rojas, sin embargo, sólo el 47% sustituye la carne roja por pescados y mariscos.

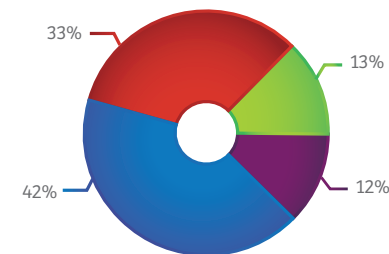
El 69% de los consumidores comen pescado y/o mariscos una vez por semana de preferencia los viernes o los días de cobro de su salario, preferentemente en restaurantes de mariscos, restaurantes de comida internacional, cantinas y otros establecimientos mercantiles que expenden pescado y mariscos.

Variedad del consumo de pescado



Fuente: PROFECO

Razón por la que consume estas variedades



◆ Le gusta el sabor ◆ Respeto el cuaresma ◆ Por su ualor nutritiuo ◆ Precio

Fuente: PROFECO

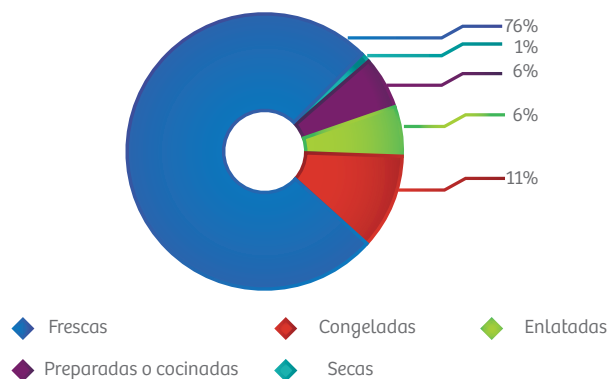
Lugares donde los consumidores compran pescado y mariscos



◆ Tiendas de Autoservicio ◆ Restaurantes ◆ Pescaderías
◆ Central de Abasto ◆ Mercados y Tianguis

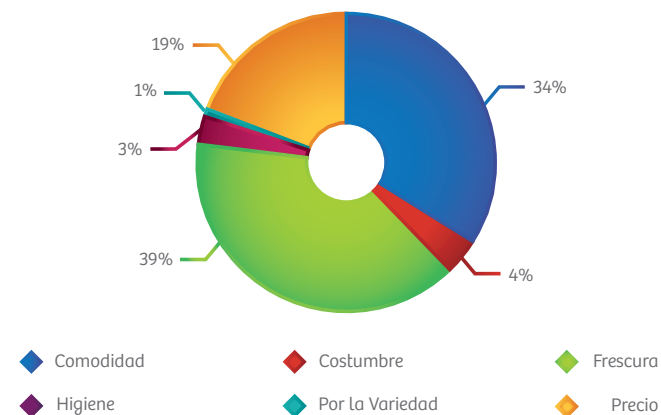
Fuente: PROFECO

Presentación de los pescados



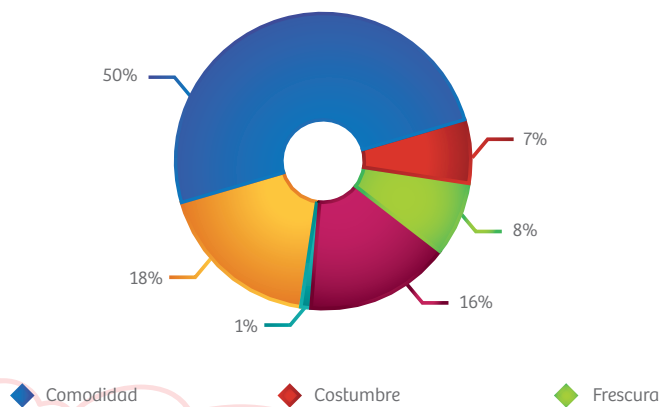
Fuente: PROFECO

Razones por las que compran los consumidores en mercados y tianguis



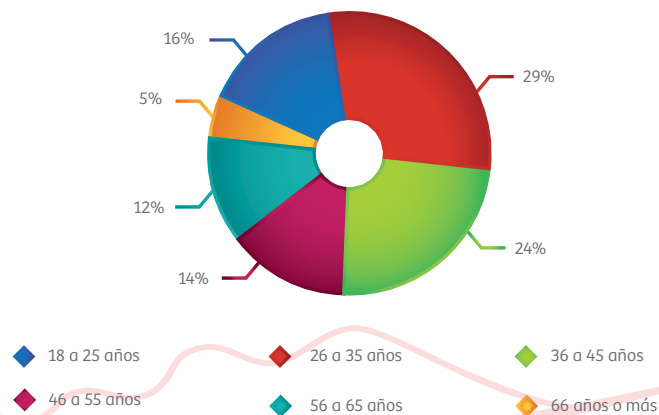
Fuente: PROFECO

Razones por las que compran los consumidores en tiendas de autoservicio



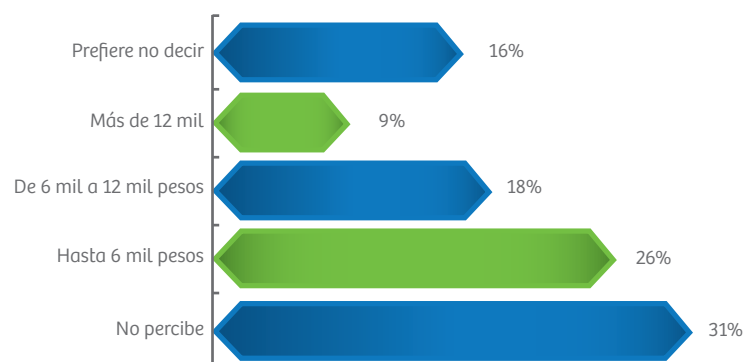
Fuente: PROFECO

Rango de edad de los consumidores de pescado y mariscos



Fuente: PROFECO

Nivel de ingreso de los consumidores de pescado y mariscos



Fuente: PROFECO

2.2.3 Recomendaciones

En general, la pota que es mejor conocida como calamar gigante, es un producto barato y accesible para los consumidores mexicanos. Desgraciadamente, no es un producto muy consumido en los hogares mexicanos debido a la falta de cultura culinaria. Por lo que se sugiere que se establezca una campaña de información para que el consumidor conozca las bondades de la pota y diversas formas de preparación. Esta campaña debe ser continuada con la estrategia de comunicación y promoción en diversos puntos de venta, donde se sugiere realizar degustaciones y la preparación de los productos en los puntos de venta, ya sea fría o caliente la preparación.

Los mexicanos siempre están abiertos a las nuevas tendencias y productos que puedan venir del exterior y, la alimentación, no es una excepción. Este factor debe estar presente en los empresarios peruanos que se planteen la posibilidad de iniciar relaciones comerciales con México, o incluso también, entre los que quieran introducir alguna nueva idea en este mercado. En México, la distribución del ingreso y según las distin-

tas disponibilidades de alimentos a las que acceden los consumidores mexicanos, en cantidad y calidad, se observa una discrepancia en la seguridad nutricional de los hogares mexicanos. En 10% de los hogares más pobres, el consumo de alimentos proporcionó 66% de las calorías (4 985/7 517 Kcal) y 60% de las proteínas requeridas (139/233 gramos), mientras que en 10% de los hogares más ricos el suministro medio total fue de 95% de las calorías necesarias (9 482/9 932 Kcal) y de 117% de las proteínas (364/311 gramos). El déficit energético de los hogares subalimentados se reduce a medida que se mejora el ingreso familiar (Estudio del INEGI: La alimentación en México: un estudio a partir de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares).

Por lo anterior, la pota es una fuente maravillosa de proteínas que ofrece un precio muy accesible para esos hogares mexicanos clasificados en un status social bajo y medio bajo. Es importante que se desarrollen esfuerzos de comunicación con el fin de educar y destacar sus cualidades.

03

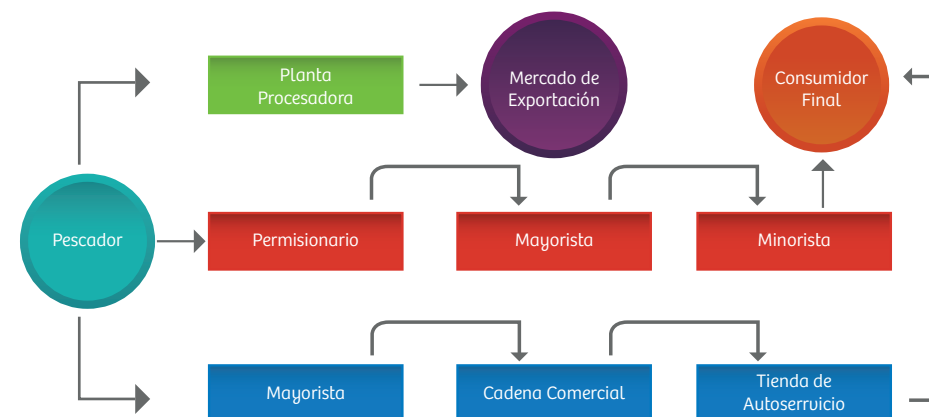
Distribución y Canales de Comercialización

La comercialización se realiza a través de diferentes agentes económicos (véase el esquema). En México, son los intermediarios quienes utilizan diferentes plataformas de redistribución, y a escala internacional ésta se realiza mediante empresas de coconversión mexicano-asiáticas instaladas aquí, con canales de distribución bien definidos sobre todo hacia Corea y Japón. La participación del productor primario, el pescador, en la comercialización es limitada; es de 12,6% en el precio final; en tanto que la del intermediario mayorista es de 80,8%. En términos absolutos, el margen de comercialización del calamar gigante para ese año fue de \$ 18,33 usd por kilo. Uno de los factores que influyen en dicho proceso y en el precio es el predominio de las empresas asiáticas, que demandan la mayor parte del calamar capturado para usarlo en sus procesos industriales, como materia prima para exportación. Al introducirse al mercado mexicano hay que considerar los elevados costes de distribución provocados principalmente por los elevados márgenes de distribución que aplican los intermediarios.

Estas son las rutas que en general toman los productores de calamar gigante (pota) en el mercado mexicano. Se puede apreciar que en el mercado mayorista se desplaza una gran cantidad de producto directamente a las cadenas comerciales o a las tiendas de autoservicio, siendo esta la opción con mayor competencia. Otro camino es tomado del abasto al concesionario, mayorista, minorista, que es el canal de comercialización en supermercado, mercados sobre ruedas (tianguis) y establecimientos que expenden pescados y mariscos.

Es un mercado sumamente competitivo; sin embargo, tanto los detallistas (tiendas de autoservicio) como los mayoristas controlan los precios que rigen el mercado mexicano, existiendo diferencias sustanciales de acuerdo al canal que se elija.

Canales de Comercialización del Calamar Gigante



Precios por canal de distribución

CANAL	Precio Mínimo (USD)	Precio Máximo (USD)
Mayoristas	1,02	3,21
Tiendas de autoservicio	2,29	9,23
Permisionario	0,92	1,56
Minorista	2,11	4,65
Planta procesadora	0,74	1,98

04

Datos de Contacto de Importadores

K&M SEAFOOD PRODUCTS (Tijuana)

Au.Diego Rivera 2532, Int.500
Zona urbana Rio, Tijuana CP: 22010
Tel. 52 +664 634 7449
www.kmsfd.com

**GRANJAS ACUICOLAS DEL CARMEN S.P.R.
DE R.L. DE C.V**

Calle 17 No.168 x 10 y 12
Mérida, Yucatán, México.
Tel. 52 + 999 944 0996

**KUME IMPORTACIONES, S.A. DE C.V. -
CASA MATRIZ**

José López Portillo Oriente 218, Nueva
Tijuana, 22508 Tijuana, Baja California,
México.
Tel. 52 + 55 55 38 83 37 y 55 19 36 64
Fax: 52 + 55 54 40 24 98
www.kume.com.mx

EL ARRECIFE

Prol. Eje 6 Sur #560 E-30
Colonia Aculco
Delegación Iztapalapa
C.P. 09410 México D.F.
TEL: 52+ (55) 5600 3495 / (55) 5600 8460

NETMAR

C/ Newton 57-A, Col. Polanco, C.P:11560,
México D.F.
Tel. 52 + 55 2487 3251, 2487 32 52
www.netmar.com.mx

NUEVA COMERCIALIZADORA BATIZ

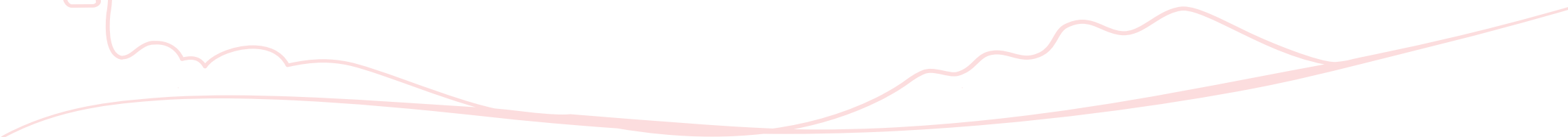
Culiacán, Sinaloa, México.
Móvil: 521+ 66 71 95 51 70.

COMERCIALIZACION MEXOCEAN

Prol. Eje 6 Sur No. 560 Bodega E-7 y E-12
San José Aculco México, D.F.
Tel: +52 (55) 5600 0223
www.mexocean.com.mx

**DISTRIBUIDORA DE PESCADOS
Y MARISCOS EL CHARAL**

Ruiz Cortines No. 621 Col. Vidriería
C.P. 64520 Monterrey, N.L.
Tel: 52+ (81) 8130 5250



05

Fuentes de Información

5.1 Instituciones y Entidades

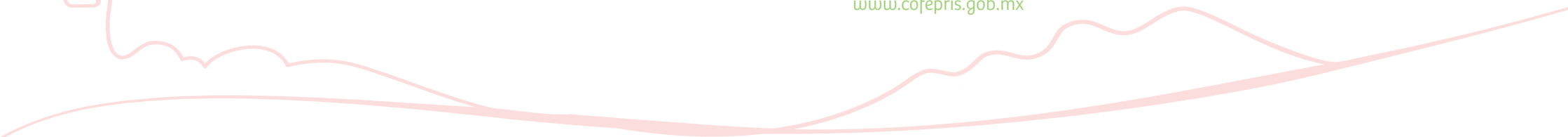
- Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC)
Aniceto Ortega 1009
Colonia Del Valle C.P. 03100
Ciudad de México, Distrito Federal
Teléfono: 52 (55) 56-04-04-78
www.caniracnacional.com.mx
- Asociación de Comerciantes de la Nueva Viga
Dirección: Prol. Eje 6 Sur No. 560 Piso 1, San José Aculco, Iztapalapa,
Distrito Federal, 09000
Tel: 55-5600-3603
www.lanuevaviga.mx
- Central de Abastos de la Ciudad de México
Canal de Río Churubusco S/N Esquina Canal de Apatlaco,
Colonia Central de Abastos C.P. 09040
Tel: (55) 5694-6236
<http://ficeda.com.mx>

5.2 Ferias comerciales

- ALIMENTARIA MEXICO 2012
www.alimentaria-mexico.com
- Latin American Food Show – LAFS
www.lafs.com.mx
- ABASTUR 2012
www.abastur.com
- EXPO ANTAD 2012
www.expoantad.net
- PESCAMAR
www.pescamar.com.mx

5.3 Fuentes de Información Adicional

- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA)
www.sagarpa.gob.mx
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)
www.inegi.gob.mx
- Secretaría de Economía (SE)
www.economia.gob.mx
- Comisión Federal para la protección de Riesgos Sanitarios – COFEPRIS
www.cofepris.gob.mx



Plan de Desarrollo de Mercado México



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

