

---

# Estudio de Mercado

Chorizo y salchicha de cerdo; jamón de pavo

## en México

Abril 2011

---

[www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)

Documento elaborado por ProChile Guadalajara

pro|CHILE

## INDICE

<i>I. Producto: Chorizo y Salchichas de Cerdo; Jamón de Pavo.....</i>	<i>4</i>
<b>1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:</b> .....	4
<b>2. Descripción del Producto:</b> .....	4
<b>3. Código Sistema Armonizado Local:</b> .....	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria.....</i>	<i>5</i>
<b>1. Arancel General:</b> .....	5
<b>2. Arancel Preferencial Producto Chileno:</b> .....	6
<b>3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:</b> .....	6
<b>4. Otros Impuestos:</b> .....	7
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso.....</i>	<i>7</i>
<b>1. Regulaciones de importación y normas de ingreso</b> .....	7
<b>2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:</b> .....	9
<b>3. Ejemplos de etiquetado de productos</b> .....	10
<i>IV. Estadísticas – Importaciones.....</i>	<i>10</i>
<b>1. Estadísticas 2010</b> .....	10
<b>2. Estadísticas 2009</b> .....	11
<b>3. Estadísticas 2008</b> .....	11
<i>V. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>10</i>
<b>1. Potencial del producto</b> .....	12
<b>1.1. Formas de consumo del producto</b> .....	13
<b>1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.)</b> .....	14

<b>1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).....</b>	<b>14</b>
<b>1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.....</b>	<b>15</b>
<b>1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto. ....</b>	<b>15</b>
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>15</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista .....</i>	<i>16</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia .....</i>	<i>17</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>18</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones .....</i>	<i>18</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>23</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto .....</i>	<i>25</i>

## PRODUCTO: CHORIZO Y SALCHICHAS DE CERDO; JAMÓN DE PAVO

### 1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

16010000	Embutidos y productos similares, de carne, despojos o sangre; preparaciones alimenticias a base de estos productos
16023130	Jamón de pavo (gallipavo)

### 2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Jamón de pavo, chorizo de cerdo y salchicha de cerdo.

### 3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

16	Preparaciones de carne, de pescado o de crustáceos, de moluscos o de otros invertebrados acuáticos.
1601	Embutidos y productos similares de carne, despojos o sangre; preparaciones alimenticias a base de estos productos.
<b>1601.0099</b>	<b>Los demás. (Chorizos y salchichas de cerdo)</b>
1602	Las demás preparaciones y conservas de carne, despojos o sangre.
<b>1602.3101</b>	<b>Jamón de pavo</b>

**Fuente:** Sistema de Información Arancelaria Vía Internet – SIAVI  
<http://www.economia-snci.gob.mx:8080/siaviWeb/siaviMain.jsp>

Las preparaciones alimenticias se clasificarán en el Capítulo 16 siempre que contengan una proporción superior al 20% en peso de embutidos, carne, despojos, sangre o de una mezcla de estos productos.

La partida 1601 comprende los embutidos y productos similares, es decir, las **preparaciones** compuestas de carne o despojos (incluidos tripas y estómagos), cortados en trocitos o picados, o de sangre, introducidos en tripas, estómagos, vejigas, piel o envolturas similares (naturales o artificiales). Algunos de estos productos en ocasiones pueden carecer de envoltura, pero se moldean en la forma característica, es decir, en forma cilíndrica o análoga de sección circular, oval o rectangular (con aristas más o menos redondeadas).

Los embutidos y productos similares pueden estar crudos o cocidos, incluso ahumados y haber sido adicionados de grasa, tocino, fécula, condimentos, especias, etc. Por otra parte, estas preparaciones pueden contener trozos relativamente gruesos de carne o despojos (por ejemplo, de la dimensión de un bocado). Los embutidos y productos similares se clasifican en esta partida aunque estén cortados en

lonchas o se presenten en recipientes herméticos.

Se clasifican en esta partida, entre otros:

- 1) Las salchichas, salchichones y productos similares a base de carne (salchichas de Frankfurt, salami, etc.).
- 2) Los embutidos de hígado.
- 3) Las morcillas y butifarras.
- 4) El chorizo, la longaniza, la sobrasada, la mortadela y otras especialidades análogas.
- 5) Los patés, purés, cremas, galantinas y picadillos presentados en envoltura de embutidos o moldeados para darles la forma característica de embutido.

Esta partida comprende también determinadas preparaciones alimenticias (incluidos los platos cocinados) a base de embutidos o productos similares.

Por el contrario, **se excluyen** de esta partida:

- a) La carne que, embuchada en vejigas, tripas o envolturas similares (naturales o artificiales) no esté cortada en trocitos ni picada, tal como sucede con algunos jamones y paletillas en rollo.
- b) La carne cruda, picada o cortada en trocitos, que no contenga otros ingredientes, incluso embuchada.
- c) Las preparaciones en envolturas que no sean del tipo de las normalmente utilizadas para los embutidos, salvo si estas preparaciones estuviesen clasificadas en esta partida, incluso sin envoltura.

La sub-partida 1602.31 no comprende:

- a) Las carnes y despojos de aves, frescos, refrigerados o congelados, secos, salados o en salmuera, simplemente adicionados con condimentos u otros ingredientes que no alteren las características esenciales de dichas carnes y despojos.
- b) Las carnes y despojos comestibles que se presenten simplemente espolvoreados con sal

Fuente: Día en Línea ( <http://www.diaenlinea.com.mx/es/index.htm> )



## SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

### 1. ARANCEL GENERAL:

Arancel	Producto	Unidad de Medida
15%	<b>1601.0099:</b> Chorizos y salchichas de puerco, provenientes de países con los que México no tiene tratado ni acuerdo comercial.	Kg.
20%	<b>1602.3101:</b> Jamones de pavo provenientes de países con los que México no tiene acuerdo ni tratado comercial	Kg.

## 2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO: EXENTO

Tasa Preferencial aplicable a mercancías originarias provenientes de Chile de acuerdo al Tratado de Libre Comercio entre Chile y México, en el que el Gobierno Mexicano establece las condiciones para la eliminación de aranceles aduaneros para el comercio entre Chile y México, sobre mercancías originarias de la región conformada por ambos países, con reglas de origen y mecanismos específicos para definir tales mercancías, las cuales consideran requisitos de Normas Oficiales Mexicanas (NOM's), o para tramitar el despacho aduanero de mercancías, entre otras, siempre que estén de conformidad con los compromisos internacionales adquiridos por México.

## 3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

Fracción Arancelaria	1601.0099	1602.3101
Canadá	Exento	20%
Colombia	Nota 1	Nota 1
Costa Rica	Exento	20%
El Salvador	Exento	Exento
Estados Unidos	Exento	20%
Guatemala	Exento	Exento
Honduras	Exento	Exento
Israel	15%; Nota 2	20%; Nota 2
Islandia	Excluido	Excluido
Japón	Excluido	Excluido
Liechtenstein	Excluido*	Excluido*
Nicaragua	Exento	Exento
Noruega	Excluido	Excluido
Suiza	Excluido	Excluido
Unión Europea	15%; Nota 3	20%; Nota 3
Uruguay	Nota 4	Exento

El término "Excluido" se refiere a fracciones que quedaron exentos de impuestos, de acuerdo a tratados o acuerdos comerciales establecidos con los países citados; el tema excluido implica que la fracción quedó excluida de la negociación de un acuerdo comercial, por lo tanto, aplica el arancel de Nación más favorecida: arancel que un país miembro de la OMC cobra a las importaciones provenientes de otro país miembro.

**Nota 1:** La importación de mercancías provenientes de **Colombia** comprendidas en la fracción arancelaria 1601.0099 se sujetará a la preferencia arancelaria del 28%, respecto a la tasa arancelaria ad valorem prevista en el artículo 1 de la LIGIE (arancel general), siempre que cumpla con lo establecido en la Resolución 252 de la ALADI.

**Nota 2:** La importación de mercancías comprendidas en la fracción arancelaria 1601.0099 originarias del Estado de Israel, estará sujeta a la tasa arancelaria prevista en el artículo 1. de la LIGIE, sin reducción alguna.

**Nota 3:** La importación de las mercancías comprendidas en la fracción arancelaria 1601.0099 que provengan de la **Unión Europea** conforme a lo dispuesto en el Anexo II denominado "Calendario de

Desgravación de México" referido en los artículos 3 al 10 de la Decisión, estará sujeta al arancel previsto en el artículo 1o. de LIGIE, sin reducción alguna.

**Nota 4:** La importación de mercancías originarias de la región conformada por Uruguay comprendidas en la fracción arancelaria 1601.0099 estará sujeta a la preferencia arancelaria del 28%.

\* Como resultado de la unión aduanera establecida por el Tratado del 29 de marzo de 1923 entre Suiza y el Principado de Liechtenstein, Suiza representará al Principado de Liechtenstein en los asuntos cubiertos por él.

#### 4. OTROS IMPUESTOS:

El **arancel-cupo**, aplicable a la fracción arancelaria 1601.0099 de la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación, cuando el importador cuente con **certificado de cupo** expedido por la Secretaría de Economía, será \$0.01 x ton (= aprox. USD\$0.0008 x ton).



## REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

### 1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

Aplicación de las Normas:

**Para 1601.0099 (salchicha y chorizo de cerdo) y 1602.3101 (jamón de pavo):**

**NOM-051-SCFI-1994:** Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados.

**NOM-002-SCFI-1993:** Productos preenvasados. Contenido neto. Tolerancias y métodos de verificación.

**NOM-130-SSA1-1995:** establece las disposiciones y especificaciones sanitarias que deben 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.

**NOM-002-SSA1-1993:** establece las especificaciones que deben cumplir los dos tipos de cierre o costura lateral a utilizar en el cuerpo de los envases metálicos de tres piezas, que puede ser costura con soldadura eléctrica o costura con pegamento o cementada.

**NOM-213-SSA1-2002:** establece las especificaciones sanitarias que deben cumplir los productos cárnicos procesados.

**NOM-030-ZOO-1995:** Especificaciones y procedimientos para la verificación de carne, canales, vísceras y despojos de importación en puntos de verificación zoonosanitaria.

**NOM-044-ZOO-1995:** busca uniformar los procedimientos, actividades, criterios, estrategias y técnicas operativas para la prevención, control y erradicación de la Influenza Aviar en todo el territorio nacional,

incluyendo aves comerciales, de traspatio, canoras, ornato y silvestres en cautiverio, así como aves de combate, avestruces y de programas sociales.

**Junto con esas normas además aplican:**

- **NOM-002-SCFI-1993:** establece las tolerancias y los métodos para la verificación de los contenidos netos de productos preenvasados y los planes de muestreo usados en la verificación de productos que declaran su contenido neto en unidades de masa o volumen.
- **NOM-008-SCFI-1993/2002:** Sistema general de unidades de medida.
- **NOM-030-SCFI-1993:** Información comercial. Declaración de cantidad en la etiqueta.

Especificaciones.

- **NOM-086-SSA1-1994:** Bienes y servicios. Alimentos y bebidas no alcohólicas con modificaciones en su composición. Especificaciones sanitarias.
- **NOM-120-SSA1-1994:** Prácticas de higiene y sanidad para el proceso de alimentos, bebidas no alcohólicas y alcohólicas.
- **NOM-122-SSA1-1994:** Bienes y servicios. Productos de la carne. Productos cárnicos curados y cocidos y curados, emulsionados y cocidos. Especificaciones sanitarias.
- **NOM-194-SSA1-2004:** establece las especificaciones sanitarias que deben cumplir los establecimientos que se dedican al sacrificio y faenado de animales para abasto, almacenamiento, transporte y expendio de sus productos. Así como las especificaciones sanitarias que deben cumplir los productos.
- **NOM-004-ZOO-1994:** Grasa, hígado, músculo y riñón en aves, bovinos, caprinos, cérvidos, equinos, ovinos y porcinos. Residuos tóxicos. Límites máximos permisibles y procedimientos de muestreo.
- **NOM-005-ZOO-1993:** Campaña Nacional contra la Salmonelosis Aviar.
- **NOM-009-ZOO-1994:** Proceso sanitario de la carne.
- **NOM-013-ZOO-1994:** Campaña Nacional contra la Enfermedad de Newcastle
- **NOM-024-ZOO-1995:** Especificaciones y características zoonosológicas para el transporte de animales, sus productos y subproductos, productos químicos, farmacéuticos, para uso en animales o consumos por éstos
- **NOM-037-ZOO-1995:** Campaña Nacional contra la Fiebre Porcina Clásica.
- **NOM-046-ZOO-1995:** establece las características, criterios, procedimientos y operación del Sistema Nacional de Vigilancia Epidemiológica.
- **NOM-054-ZOO-1996:** Establecimiento de cuarentenas para animales y sus productos.

- **NOM-055-ZOO-1995:** Requisitos mínimos para la elaboración de vacunas emulsionadas inactivadas contra la influenza aviar subtipo H5N2.

**Sólo para 1601.0099 (salchicha y chorizo de cerdo):**

**NOM-145-SSA1-1995:** establece las disposiciones y especificaciones sanitarias que deben cumplir los productos cárnicos troceados y curados, así como los productos cárnicos curados y madurados.

**Sólo para 1602.3101 (jamón de pavo):**

**NOM-158-SCFI-2003:** establece las denominaciones y clasificaciones comerciales de los diferentes tipos de "Jamón", que se comercializan dentro del territorio de México, así como las especificaciones fisicoquímicas, microbiológicas y organolépticas, que deben reunir estos productos para ostentar dichas denominaciones, los métodos de prueba para demostrar su cumplimiento y la información comercial que deben contener los envases que los contienen.

**Junto con esa norma también aplican:**

- **NMX-F-083-1986:** Alimentos – Determinación de humedad en productos alimenticios
- **NMX-F-089-S-1978:** Determinación de extracto etéreo (método soxhlet) en alimentos.
- **NMX-F-321/S-1978:** Determinación de fécula por hidrólisis ácida en embutidos.
- **NMX-F-428-1982:** Alimentos – Determinación de humedad (Método rápido de la termobalanza).
- **NMX-F-608-NORMEX-2002:** Alimentos – Determinación de proteínas en alimentos – Método de prueba.
- **NOM-030-SCFI-1993:** Información comercial: declaración de cantidad en la etiqueta; especificaciones
- **NOM-145-SSA1-1995:** establece las disposiciones y especificaciones sanitarias que deben cumplir los productos cárnicos troceados y curados, así como los productos cárnicos curados y madurados.

## 2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

Hoja de requisitos zoonosanitarios emitida por la Dirección General de Salud Animal, de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), e inspección en el punto de entrada al país, en términos del manual de procedimiento que al efecto emita la propia dependencia<sup>1</sup>

De acuerdo a la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación (T.I.G.I.E) la importación de dicha fracción arancelaria no se está obligada al pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA).

Además de lo mencionado anteriormente para las importaciones a través de la presente fracción arancelaria es requisito:

- Estar inscrito en el Padrón de Importadores de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), de acuerdo a la Ley Aduanera de México.

<sup>1</sup> No obstante las envolturas o embalajes de madera, costalera de yute, ixtle, paja, gramíneas o de otros productos de origen vegetal, que contengan mercancías de importación, se someterán a inspección fitosanitaria por parte de la Dirección General de Inspección Fitozoosanitaria, de la SAGARPA, para determinar las medidas profilácticas a que hubiere lugar.

- Llevar a cabo los procedimientos para el trámite, de las Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior.

### 3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS



## IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

### Salchichas y chorizos de cerdo (1601 0099)

#### 1. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Estados Unidos	3.971.616	18.564	91,38
Canadá	117.063	1.091	5,37
Dinamarca	97.808	3,92	1,93
España	23.229	2,68	1,32
<b>Subtotal</b>	<b>4.209.716</b>	<b>20.315</b>	<b>100</b>
<b>Total</b>	<b>4.209.716</b>	<b>20.315</b>	<b>100</b>

## 2. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Estados Unidos	3.848.157	17.849	92,44
Canadá	83.739	728	3,77
Dinamarca	122.188	506	2,62
España	17.401	226	1,17
<b>Subtotal</b>	<b>4.071.485</b>	<b>19.309</b>	<b>100</b>
<b>Total</b>	<b>4.071.485</b>	<b>19.309</b>	<b>100</b>

## 3. ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Estados Unidos	3.723.594	16.944	90,98
Canadá	92.791	831	4,46
Dinamarca	129.376	488	2,62
España	32.341	357	1,91
Alemania	387	5	0,03
<b>Subtotal</b>	<b>3.978.489</b>	<b>18.624</b>	<b>100</b>
<b>Total</b>	<b>3.978.489</b>	<b>18.624</b>	<b>100</b>

Fuente: World Trade Atlas.

### Jamón de pavo (1602 3101)

#### ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Estados Unidos	519.272	2.870	100
<b>Subtotal</b>	<b>519.272</b>	<b>2.870</b>	<b>100</b>
<b>Total</b>	<b>519.272</b>	<b>2.870</b>	<b>100</b>

ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Estados Unidos	277.573	1.306	84,32
Chile	54.799	241	15,59
Canadá	153	1	0,08
<b>Subtotal</b>	<b>332.525</b>	<b>1.548</b>	<b>100</b>
<b>Total</b>	<b>332.525</b>	<b>1.548</b>	<b>100</b>

ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Estados Unidos	671.635	2.944	94,68
Chile	34.167	164	5,28
Canadá	156	1	0,05
<b>Subtotal</b>	<b>705.958</b>	<b>3.109</b>	<b>100</b>
<b>Total</b>	<b>705.958</b>	<b>3.109</b>	<b>100</b>

Fuente: World Trade Atlas.

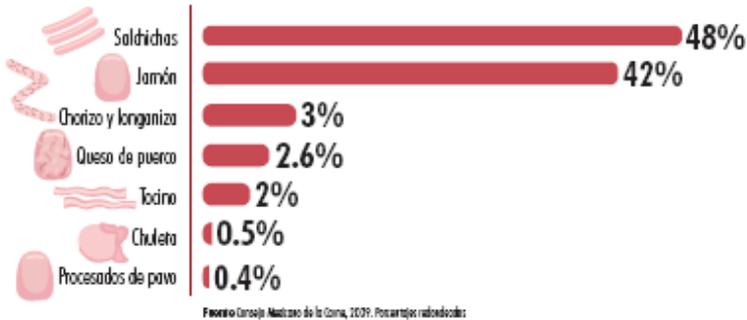
## V ■ POTENCIAL DEL PRODUCTO

### 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

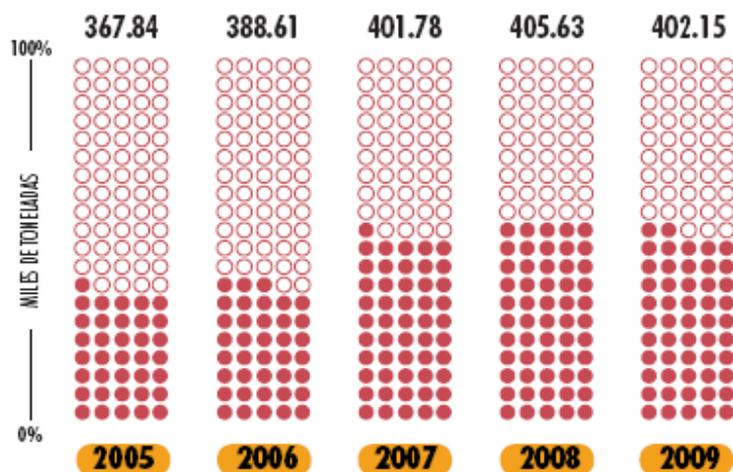
Las salchichas (48% de la oferta de embutidos y alimentos procesados), el jamón (42%) y los chorizos (3%) son los productos más populares dentro de los embutidos. Además, la producción está creciendo, como indican datos del Consejo Mexicano de la Carne, 2009.

## ► La reina de los embutidos

La salchicha es más popular incluso que el jamón. Este es el porcentaje de oferta que ocupa entre los embutidos y otros alimentos procesados:



## ► Producción de salchicha en México



Fuente: Revista del Consumidor con datos del Consejo Mexicano de la Carne (<http://revistadelconsumidor.gob.mx/wp-content/uploads/2010/10/salchichas2.pdf>)

### 1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO

El jamón de pavo se usa mucho en la cocina mexicana para las quesadillas (tortilla mexicana con queso y muchas veces jamón), los sándwiches, y en combinación con huevo (por ejemplo en omelets). Un plato típico mexicano con jamón es el “niño envuelto”, lo cual son rollos de pan, mayonesa, jamón y queso amarillo. Además, el jamón es un ingrediente importante en platos preparados, sobre todo en ensaladas y pizzas. En trocitos, el jamón se consume como bocadillo. Muchos mexicanos prefieren el jamón de pavo al jamón de cerdo, ya que es considerado más saludable. También es muy común el “jamón de pavo y cerdo” que contiene una mezcla de ambos tipos de carne.

En México, el chorizo de cerdo se consume de tres maneras, desmenuzado, fileteado y en rebanadas. El chorizo desmenuzado es el más popular, se prepara junto con huevos, frijoles y en tacos. El Chorizo fileteado se refiere al chorizo entero partido en la mitad que se pone a asar, a veces también en rodajas. El chorizo en rebanadas se consume en pizzas, paellas o a la parrilla.

Las salchichas se comen sobre todo en hot-dogs (completos) que se preparan en casa, en tiendas de conveniencia, en restaurantes, puestos en la calle y cines. Otras formas de consumir salchichas de cerdo son las salchichas asadas, las “banderillas” (un palillo con una salchicha empanizada), y como bocadillo (salchicha picada con ají, lima y sal).

### 1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).

Los productores de embutidos y jamón en México siguen usando campañas publicitarias tradicionales para promover el consumo de sus productos, en canales locales de televisión, radio, prensa, folletos y carteles publicitarios en supermercados y otras tiendas. La mayoría de los compradores de embutidos y jamón tiene poco acceso a Internet o medios de comunicación individuales, ya que son principalmente las amas de casa que se ocupan de hacer las compras de alimentos para sus familias.

En México se está promocionando la carne con etiqueta de certificación de cría y matanza en condiciones saludables, mediante la cual las instituciones públicas y civiles quieren señalar que es carne mexicana de calidad.



### 1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES

Importadores dedicados a la distribución de carne comentan que eligen la producción cárnica de países para su importación a México por el precio y la calidad, pero sobre todo por la difusión que tiene la marca en los consumidores mexicanos, ya que una marca que es reconocida en el mercado, se vende con más rapidez y tiene mayor penetración en el mercado local. Junto a lo anterior mencionan que los vendedores de otros países tienen que adaptar los nombres por tipo de embutido como son conocidos en México.

Es importante el acercamiento y conocimiento de las necesidades del distribuidor, ya que refieren, en ocasiones prefieren las carnes y productos cárnicos de Estados Unidos o Canadá a la de otros países, por las facilidades que otorgan a los faenadores de adecuarse a las características que necesitan, como

embutidos bajos o sin sodio carne con o sin hueso y empaques, variedad que encuentran atractiva para la venta del producto en el mercado local.

#### 1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

Los embutidos y jamones se consumen durante casi todo el año de manera equilibrada. Sólo el mes de diciembre el consumo es más alto por navidad, así como sucede con la mayoría de los alimentos.

#### 1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Los principales centros de distribución de carne en México se encuentran en la Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara, Puebla y Toluca. Sin embargo, el consumo de embutidos y jamones es alto en todo el país, destacando las ciudades más grandes, sobre todo para productos gourmet.

## VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

En México, aparte de la distribución en restaurantes, hoteles, catering y establecimientos especializados o charcuterías, el jamón y los embutidos se comercializan principalmente en tiendas de autoservicio o supermercados, los cuales ocupan el 80% de las ventas totales. Las tiendas gourmet, que si bien especializadas por los tipos de productos que venden, son las que registran las ventas más bajas del total con alrededor del 5%.

#### Supermercados de todo México:

- 1) Walmart de México** (1743 establecimientos en México): [www.walmartmexico.com.mx](http://www.walmartmexico.com.mx)  
Comprende los Wal-Mart Supercenter (192), Bodega Aurrerá (912), Superama (75), Sam's Club (109), Suburbia (90) y los restaurantes Vips y El Portón (365).
- 2) Soriana** (471 establecimientos): [www.soriana.com](http://www.soriana.com)  
Comprende Soriana Hipermercados, Supermercados, Mercados y City Club.
- 3) Chedraui y Súper Che** (211 establecimientos): [www.chedraui.com.mx](http://www.chedraui.com.mx)  
Comprende: Chedraui, Súper Che y Súper Chedraui.
- 4) Comercial Mexicana** (205 establecimientos): [www.comercialmexicana.com.mx](http://www.comercialmexicana.com.mx)  
Comprende: Alprecio, Bodega Comercial Mexicana, City Market, Mega, Sumesa, Costco, Comercial Mexicana.

#### Supermercados regionales del norte de México:

- 5) Casa Ley** (150 establecimientos): [www.casaley.com.mx](http://www.casaley.com.mx) (base en Culiacán, Sinaloa)
- 6) Calimax** (64 establecimientos): [www.calimax.com.mx](http://www.calimax.com.mx) (base en Tijuana, Baja California)
- 7) S-Mart** (47 establecimientos): [www.s-martmx.com](http://www.s-martmx.com) (base en Ciudad Juárez, Chihuahua)
- 8) H-E-B México** (32 establecimientos): [www.hebmexico.com](http://www.hebmexico.com) (base en San Antonio, Texas)
- 9) Súper del Norte** (26 establecimientos): [www.superdelnorte.com.mx](http://www.superdelnorte.com.mx) (base en Hermosillo, Sonora)

**10) Casa Chapa** (16 establecimientos; venta por mayoreo a tiendas de conveniencia, restaurantes etc.): [www.casachapa.com.mx](http://www.casachapa.com.mx) (base en Monterrey, Nuevo León)

Tiendas de conveniencia de todo México:

**11) Oxxo** (7300 establecimientos): [www.oxxo.com](http://www.oxxo.com)

**12) 7 Eleven** (1206 establecimientos): [www.7-eleven.com.mx](http://www.7-eleven.com.mx)

**13) Tiendas Extra** (800 establecimientos)

Tiendas departamentales de México:

**14) Liverpool** (82 establecimientos): [www.liverpool.com.mx](http://www.liverpool.com.mx)

Comprende Liverpool (54), Fábricas de Francia (24) y tiendas Duty Free (4)

**15) Palacio de Hierro** (10 establecimientos; 7 en el D.F. y 1 en Guadalajara, Monterrey, Puebla): [www.elpalaciodehierro.com.mx](http://www.elpalaciodehierro.com.mx)

Tiendas especializadas / gourmet:

**16) La Europea** (40 establecimientos): [www.laeuropea.mx](http://www.laeuropea.mx)

**17) La Villa de Madrid** (6 establecimientos en el D.F.): [www.lavillademadrid.com.mx](http://www.lavillademadrid.com.mx)

**18) La Criolla** (3 establecimientos en el D.F.): [www.lacriolla.com.mx](http://www.lacriolla.com.mx)

## VIII. PRECIOS DE REFERENCIA (US-\$) – MAYORISTA

### Salchichas y chorizos de cerdo (1601 0099)

Principales Países de Origen	2008	2009	2010	% de cambio 10/09
Estados Unidos	4,55	4,64	4,67	0,65
Canadá	8,95	8,69	9,32	7,25
Dinamarca	3,77	4,14	4,01	-3,14
España	11,02	13,01	11,55	-11,22
Alemania	13,64	-	-	-

### Jamón de pavo (1602 3101)

Principales Países de Origen	2008	2009	2010	% de cambio 10/09
Estados Unidos	4,38	4,7	5,53	17,66
Chile	4,8	4,41	-	-
Canadá	9,51	8,38	-	-

Fuente: World Trade Atlas.

## PRECIOS DE REFERENCIA (US-\$) – RETAIL

Producto	Supermercado (Soriana)	Tienda Gourmet (La Europea)
Jamón de Pavo	7,56 promedio / kg	Sin registro
Salchicha de Cerdo	7,98 promedio / kg	Sin registro
Chorizo de Cerdo	7,14 promedio / kg	2,52 / 100g (= 25,20 USD / kg)

## VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Aunque no hubo una campaña de promoción coordinada de los productores de embutidos y jamón, se pueden identificar varias estrategias para promover estos productos en México. Para clientes conscientes de una nutrición saludable, se distinguen ciertas características en las envolturas de los embutidos y jamones, entre ellas el contenido de grasa (“98% Libre de Grasa”; “Bajo en Grasas”), de sal (“Bajo en Sal”), de gluten (“Libre de Gluten”), de sodio (“Bajo en Sodio”), de colesterol (“Bajo en Colesterol”), la fineza (“18% Extra Fino; Proteína P.L.G.”), el proceso de elaboración (“Proceso de Elaboración Artesanal”; “Sin Colorizantes – Sin Saborizantes”), la producción según las reglas del judaísmo (“Salchicha Kosher – 100% de Res”) y el valor nutritivo (“Disfruta de un lunch nutritivo”).

Para productos de nivel medio-alto (gourmet), generalmente se usan imágenes del producto mismo (muchas veces ya preparado en combinación con más productos) para promoverlo, mientras productos estándar, como por ejemplo la salchichas de cerdo, a menudo se promocionan con imágenes de niños o familias felices etc. En ambos es frecuente el uso de imágenes de lechuga para acompañar el jamón o embutido, para crear la imagen de un producto sano.

Es muy común también el poner énfasis en la procedencia del producto, sea mexicano o importado (por ejemplo los productos canadienses usan una hoja de arce como símbolo para distinguirse de la competencia), ya que existen diferentes segmentos de consumidores que buscan específicamente el producto importado o nacional. Aparte de la procedencia, se mencionan estilos regionales de la producción, por ejemplo “salchicha ahumada estilo polaco” (aunque no es hecha en Polonia, sino en EEUU), “salami estilo húngaro” etc.

# IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Para todos los tipos de jamones y embutidos es muy común que se vendan en paquetes de plástico que no tienen características especiales (Algunos son resellables, sobre todo, cuando el producto se vende en rebanadas).

### Chorizo:

El chorizo se vende en cantidades de 100g, 200g (2 chorizos de 100g juntos), 250g, 550g, 1kg (4 chorizos de 250g juntos; 2 de 500g). Se comercializan tanto chorizos sueltos (de 100 a 250g), como dos chorizos juntos (2 chorizos de 100g) o cantidades mayores en envolturas de plástico (10 chorizos de 100g en un paquete, 5 de 110g en uno). Aparte de los chorizos enteros, también se vende chorizo rebanado en presentaciones de 100 a 200g (con cada rebanada pesando entre 3 y 5g) o chorizo desmenuzado a granel.

Presentación Típica de Chorizo Español



Chorizo Importado de Canadá



### Jamón de pavo:

El jamón de pavo se vende típicamente en cantidades de 200g, 250g, 300g, 500g (2 paquetes de 250g), 900g (3 paquetes de 300g), 1kg (2 paquetes de 500g), 1,25kg (5 paquetes de 250g), 1,6kg (2 paquetes de 800g), 2kg (2 paquetes de 1kg), 2,5kg, 5kg. En la venta por mayoreo se suelen poner entre 8 y 14 piezas en una caja, llegando así a un peso de 2,8kg (14 paquetes de 200g), 12kg (12 paquetes de 1kg), 16kg (8 paquetes de 2kg).

En cantidades hasta 2kg normalmente se vende en rebanadas (de 25 a 30g), mientras los jamones con un peso mayor a 2kg se venden no rebanados para la venta a granel en los supermercados (los clientes especifican la cantidad de gramos deseada). En México se distinguen diferentes tipos de jamón, por ejemplo tipo York, Virginia o Americano que se diferencian principalmente por su modo de preparación. En los jamones es muy común hacer referencia en el empaque a su bajo porcentaje de grasa y otras características que indican que es un producto saludable.

Jamón de Pavo Tipo Virginia



Jamón de Pavo Tipo Americano



### Salchichas:

Las salchichas de cerdo normalmente se venden en paquetes de 400g, 500g, 1kg (2 paquetes de 500g), 1,7kg, 2kg, 2,5kg con una salchicha pesando entre 40 y 60g (400-600g = 10-12 salchichas; 1kg = 24 salchichas; 2,5kg = 60 salchichas). En la venta por mayoreo se suelen poner entre 9 y 24 paquetes en una caja, llegando así a un peso de 12kg (24 paquetes de 500g), 18kg (18 paquetes de 1kg), 22,5kg (9 paquetes de 2,5kg). Las salchichas se consumen mucho en hot-dogs, por lo cual algunos productores señalan en el empaque "para hot-dogs".

Las salchichas para asar suelen ser más gruesas y pesadas que las otras mencionadas anteriormente, se venden en cantidades de 400g, 1kg, cada salchicha pesando entre 60 y 100g (400g = 6 salchichas, 1kg = 10 salchichas).

A algunas salchichas (especialmente a las salchichas para asar y ahumadas) se les agregan ingredientes adicionales, como queso cheddar y chile jalapeño.



Presentación Típica de Salchichas Tipo Hot-Dog



Salchichas para Asar con Queso Cheddar y Chile Jalapeño

Presentaciones especiales:

En México es muy común comer sándwiches de jamón y queso, por lo cual algunas empresas venden rebanadas de jamón y de queso en el mismo empaque, llegando a un peso total de entre 500g y 1kg. Aparte de la presentación clásica en envolturas de plástico, existe una empresa que vende rebanadas de jamón tipo York y de queso tipo Gouda junto con rebanadas de pechuga de pavo en cajas de plástico reutilizables, para conservar alimentos en el refrigerador.

Otra presentación especial con productos mediterráneos (rebanadas de jamón serrano, de lomo embuchado, de chorizo Pamplona, de salami tipo italiano y aceitunas verdes rellenas de anchoas) es una caja de cartón envuelta en plástico con una ventanita de plástico que permite ver el contenido. El peso total es de 1kg.

También para productos estándar (salchichas, jamón, chorizo etc.) es posible encontrar una presentación especial, por ejemplo se encuentran varios paquetes de salchichas que se venden juntos en una malla blanca.

Los ejemplos mencionados demuestran que el productor para el mercado mexicano puede aplicar cierta creatividad en el diseño de su producto para atraer al consumidor.



## X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

### Salchichas de cerdo:

El mercado de las salchichas es el más grande dentro de los embutidos en México, incluso es más grande que el mercado de jamón. Sin embargo, las salchichas de cerdo no son muy populares en los consumidores mexicanos. El 82% prefiere las salchichas de pavo, ya que se consideran más sanas y con un mejor sabor. México es el país con mayor número de obesos en el mundo, lo cual se refleja en el mercado de varias maneras. Es muy común la venta de “salchichas de pavo” que en realidad contienen carne o grasa de cerdo también (lo cual sólo se admite en los ingredientes). Además, los productores de salchichas y embutidos en general hacen grandes esfuerzos para presentar sus productos como sanos, saludables, y nutritivos (véase “8.-” para algunos ejemplos). Por lo que la estrategia de los productores mexicanos ha tenido éxito, ya que el 73% de las personas considera que las salchichas son sanas y nutritivas.

Las dos razones principales por las cuales se compran las salchichas son las preferencias de los niños (más del 70% de los consumidores afirma que las compra porque “los niños las piden”) y la sencillez para prepararlas (36%). Según datos de la Profeco (Procuraduría Federal del Consumidor) las salchichas son igualmente populares en todos los niveles socio-económicos. Sin embargo, existe una brecha enorme entre las más baratas y más caras (entre 1,26 y 14,26 USD/kg). Como las salchichas de pavo son más caras que las de cerdo, se consumen más en los niveles socio-económicos medio-altos. Entre 2008 y 2010, las importaciones de embutidos de ave hacia México alcanzaron más del doble en volumen que todos los demás embutidos (según World Trade Atlas).

Tomando en cuenta los datos mencionados en los dos párrafos anteriores, a los productores chilenos se les recomiendan varias estrategias para entrar al mercado mexicano:

- **Enfatizar cualquier ventaja que pueda tener el producto para la salud**, ya que los consumidores empiezan a ser cada vez más concientes de los efectos de su nutrición para su salud personal.
- **Dirigir los productos a niños**, ya que ellos representan un grupo muy importante dentro de los consumidores.
- **Producir para niveles socio-económicos medio-altos**, porque el mercado de salchichas es muy competitivo y muchas empresas venden productos de baja calidad para poder ofrecer su producto a un precio bajo. Sin embargo existen segmentos importantes dentro de los consumidores que buscan productos de calidad y están dispuestos a pagar un precio mayor.
- **Crear una imagen positiva de productos chilenos**; muchos exportadores a México ponen énfasis en el origen de su producto, ya que existe una cierta preferencia para el producto importado dentro de partes importantes de los consumidores (por ejemplo se podría incluir una bandera chilena en el diseño de los empaques).
- Dentro del sector gourmet **ofrecer productos innovadores**, ya que todavía se puede ampliar mucho la variedad, por ejemplo se venden pocos diferentes tipos de salchichas para asar.

#### Jamón de pavo:

El mercado de jamón de pavo parece ser el más prometedor dentro de los productos analizados en este estudio de mercado. Como mencionado anteriormente, la carne de pavo se considera más sana, un aspecto muy importante en un país como México, donde la población empieza a preocuparse por su salud. Además, el jamón es el embutido segundo más importante, cuyo consumo es muy amplio en todo el país y todas las clases sociales. Para colocar jamón chileno en el mercado mexicano es importante **tomar en cuenta las diferentes denominaciones** que tiene el jamón en México (tipo York, Americano, Virginia etc.). Además, las mismas recomendaciones hechas para las salchichas de cerdo (menos el “dirigir los productos a niños”) son válidas para el jamón de pavo también.

#### Chorizo de cerdo:

El mercado de chorizo es mucho más pequeño que los dos anteriores, sin embargo es un producto que se consume en todo el país en comidas muy arraigadas en la cultura mexicana. El chorizo ocupa el tercer lugar en los embutidos más consumidos y se puede esperar que mantenga su posición establemente en el futuro. El chorizo de cerdo empieza a tener una fuerte competencia del chorizo de pavo, por las mismas razones de búsqueda de una nutrición saludable. Esto no significa que los consumidores van a dejar de comprar chorizo de cerdo, pero es importante que el producto tenga características que lo destaquen sobre los demás chorizos. Por un lado se pueden también **buscar aspectos positivos para la salud**, pero además el **énfasis en el origen del producto**, una **manera tradicional de producción** o simplemente un **diseño innovador del empaque** pueden ser opciones para la colocación del producto en el mercado mexicano.

Como se puede observar el mercado de los embutidos en México es muy competitivo, se tiene una **creciente demanda** y con mayor **preferencia hacia los productos extranjeros**, punto focal donde el sector **exportador chileno** tuvo presencia en el año 2009, sin embargo se requieren más esfuerzos por presentar **productos innovadores**, con mayor valor agregado y dirigidos a nichos tanto de distinto poder adquisitivo, gustos o preferencias de consumo, seguido de posicionamiento de mercado donde se especifique la característica de **distinción** del producto, como producto de origen chileno, a través de estrategias de **promoción y marketing**.

Para un exportador que quisiera incursionar en este mercado, se le recomienda **acercarse a las oficinas de Prochile Regional, Central o en México** para poder brindarle información más detallada sobre las estrategias de ingreso comercial, así como a la Consejería Agrícola de Chile en México, quienes podrán proveerle de asesoría sobre procesos normativos y certificaciones que será necesario obtener antes de iniciar el proceso exportador.

Datos de Contacto:

Prochile Ciudad de México: [alexfermon@prochilemexico.com](mailto:alexfermon@prochilemexico.com)

Tel: +52 (55) 5280-9702

Prochile Guadalajara: [contacto@prochilejalisco.com](mailto:contacto@prochilejalisco.com)

Tel: +52 (33)3642-4165

Para contactarse a las Consejería Agrícola de Chile en México puede dirigirse a:

consejeria\_agricola@consejagri.org - [www.consejagri.mx](http://www.consejagri.mx)

Teléfonos: +52 (55) 5659-9793 (55) 56584928

## XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

### **1) Expo Carnes**

La Expo Carnes es una feria para especialistas del sector cárnico de América Latina que tiene lugar cada año en Monterrey, Nuevo León, y es organizada por el Consejo Mexicano de la Carne ([www.comecarne.org](http://www.comecarne.org)). Se reúnen proveedores, empaques y visitantes de los diferentes segmentos de la industria cárnica y avícola. En los últimos eventos se ha alcanzado un crecimiento continuo del 25% en área de exposición.

Lugar del evento:

Cintermex (Centro Internacional de Negocios, Monterrey A.C.)

Av. Fundidora No. 501

Col. Obrera

64010 Monterrey

Nuevo León, México

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

Tel.: +52-81 8369-6969

Fax: +52-81 8369-6911

Página web: [www.expocarnes.com](http://www.expocarnes.com)

Contacto:

APEX (Asociación promotora de Exposiciones, A.C.)

Av. Parque Fundidora No. 501, Loc. 88

Col. Obrera

64010 Monterrey

Nuevo León, México

[lsierra@apex.org.mx](mailto:lsierra@apex.org.mx)

[hsaldivar@apex.org.mx](mailto:hsaldivar@apex.org.mx)

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

Tel.: +52-81 8369-6660, 64 y 65

Fax: +52-81 8369-6732

## **2) Latin American Food Show**

La Latin American Food Show (LAFS) en Cancún es la feria de alimentos y bebidas con mayor número de países participantes y se considera la más grande y concurrida de Latinoamérica. Su objetivo principal es “reunir en un mismo sitio la oferta exportable de productos alimenticios y servicios de América Latina”. La feria se divide en 11 secciones, una de ellas el “mundo de cárnicos y embutidos”.

### Lugar del evento:

Cancunmesse  
Carretera Federal Cancún - Puerto Morelos  
km. 329.5  
7500 Cancún, SM 52  
Benito Juárez, Quintana Roo, México  
Tel.: +52-998 209 1366  
Página web: [www.lafs.com.mx](http://www.lafs.com.mx)

### Contacto:

Ferias Latinoamericanas S.A. de C.V.  
Av. Río Mixcoac No. 39, Piso 5  
Col. Insurgentes Mixcoac  
03920 México, D.F.  
Tel.: +52-55 5598 9246 / 5598 3487  
Fax: +52-55 5598 9003  
Patricia Machorro  
Contrataciones de Stand  
[patricia.machorro@lafs.com.mx](mailto:patricia.machorro@lafs.com.mx)

## **3) Alimentaria México: Expo de Alimentos y Bebidas**

Alimentaria México es una exposición anual que cuenta con la presencia de importantes compradores y visitantes pertenecientes a todos los sectores relacionados con los alimentos y bebidas. En el 2010 asistieron 400 empresas de 22 países y 11.151 visitantes profesionales al evento, para el 2011 (31 de mayo al 2 de junio) se esperan hasta 475 empresas. Es una de las ferias de alimentos y centros de negocios para la industria más importantes de México, ya que brinda muy buena calidad y una gran variedad de proveedores, tanto nacionales como internacionales, de todos los sectores alimenticios.

### Lugar del evento:

Centro Banamex  
Av. Conscripto No. 311  
Col. Lomas de Sotelo  
11200 México D.F.  
Tel.: +52-55 5268-2000  
Página web: [www.alimentaria-mexico.com](http://www.alimentaria-mexico.com)

### Contacto:

[expositormexico@alimentaria.com](mailto:expositormexico@alimentaria.com)  
Tel.: +34-93 452 18 00  
Fax +34-93 452 18 01

### Marta Catalá

Ejecutiva de ventas internacionales  
[mcatala@alimentaria.com](mailto:mcatala@alimentaria.com)  
Agentes para mercado chileno:  
Martín Díez  
[madiez@feriasalimentarias.com](mailto:madiez@feriasalimentarias.com)  
Irene Salazar  
[irene@feriasalimentarias.com](mailto:irene@feriasalimentarias.com)  
Tel.: +54-11 4555 0195  
Fax: +54-11 4554 7455

## **4) Expo ANTAD**

Es una exposición organizada por la “Asociación Nacional de tiendas Departamentales y de Autoservicio” dirigida a participantes nacionales e internacionales del Comercio Detallista y sus proveedores, se organizan foros para acercar ambos grupos. Están presentes los principales proveedores de bienes de consumo como tiendas y cadenas comerciales y de autoservicio de México.

### Lugar del evento:

Expo Guadalajara  
Av. Mariano Otero No. 1499  
Esquina Av. Las Rosas  
Col. Verde Valle

### 44550 Guadalajara

Jalisco, México  
Tel.: +52-33 3343-3000  
Página web: [www.expoantad.net](http://www.expoantad.net)

Contacto:

Miriam Madrigal  
Ejecutiva de cuenta  
Av. Arcos No. 782, Dpto. 3  
Colonia Jardines del Bosque

44520 Guadalajara  
Jalisco, México  
[mmadrigal@antad.net](mailto:mmadrigal@antad.net)  
Tel.: +52-33 3121-4577  
Fax: +52-33 3121-5437

**5) Gourmet Show**

La Gourmet Show es una feria especializada en alimentos, bebidas e ingredientes para la cocina gourmet que se realiza en el World Trade Center de la Ciudad de México.

Lugar del evento:

Centro Internacional de Exposiciones y  
Convenciones World Trade Center  
Filadelfia S/N  
Col. Nápoles  
03810 México D.F.  
Tel.: +52-55 9000 9000

Página web:

<http://tradex.mx/web/gourmet-show/home.html>

Contacto:

Tradex Exposiciones Internacionales, S.C.  
Ana Rosa Corral: [anacorral@tradex.com.mx](mailto:anacorral@tradex.com.mx)  
Georgina García: [geo@tradex.com.mx](mailto:geo@tradex.com.mx)  
Tel.: +52-55 5604 4900 ext. 122 y 154

## XIII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

1. Secretaría de Economía del Gobierno de México: [www.economia.gob.mx](http://www.economia.gob.mx)
  - Aranceles de internación
  - Medidas para-arancelarias (cupos, licencias de importación, etc.)
  - Acuerdos Comerciales suscritos por el país.
  - Sistema de información de aranceles en Internet
  - Estadísticas de comercio exterior (*importaciones y exportaciones, ítem / país y viceversa*)
  - Normas sanitarias y fitosanitarias.
  - Reglamentaciones de envase y embalajes, marcas, etc.
2. Aduana de México: [www.aduanas.sat.gob.mx](http://www.aduanas.sat.gob.mx)
  - Régimen de comercio exterior
3. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA): [www.sagarpa.gob.mx](http://www.sagarpa.gob.mx)
4. Confederación de Porcicultores Mexicanos A.C: [www.cmp.org](http://www.cmp.org)
5. Consejo Mexicano de la Carne: [www.comecarne.org](http://www.comecarne.org)
6. Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria: [www.senasica.gob.mx](http://www.senasica.gob.mx)

7. Revista del Consumidor de la Profeco (Procuraduría Federal del Consumidor) con muchos datos y estadísticas sobre el consumo de una gran variedad de productos en México:  
[www.revistadelconsumidor.gob.mx](http://www.revistadelconsumidor.gob.mx)