
Estudio de Mercado Ajos en México

Mayo 2011

www.prochile.cl

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Ciudad De México

pro|CHILE

INDICE

<i>I. Producto:Ajos</i>	4
1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:	4
2. Descripción del Producto:	4
3. Código Sistema Armonizado Local:	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i>	4
1. Arancel General:	4
2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):	5
3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:	5
4. Otros Impuestos:	6
5. Barreras Para – Arancelarias	6
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i>	7
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso	7
2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:	7
3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)	8
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i>	9
1. Estadísticas 2010	9
2. Estadísticas 2009	9
3. Estadísticas 2008	9
<i>V. Características de Presentación del Producto</i>	10
1. Potencial del producto.	10
1.1. Formas de consumo del producto.	10
1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.)	11

1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).....	11
1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.....	12
1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.....	12
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>12</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista.....</i>	<i>13</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia</i>	<i>15</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>16</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones</i>	<i>17</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>18</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto</i>	<i>18</i>

PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

Ajos 0703-2000

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Ajos Frescos o Refrigerados.

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

Ajos 0703-2099

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

1. ARANCEL GENERAL:

SACH	Descripción	TIGIE	Descripción	Unidad de medida	Arancel general de importación	Arancel Preferencial bajo TLC Chile-México
07032000	Ajos, Frescos o Refrigerados.	07032099	Cebollas, chalotes, ajos, puerros y demás hortalizas aliáceas, frescos o refrigerados. Los demás, Ajos.	Kg	10%	Exento

Nota: Para que los importadores en el mercado mexicano pueden aplicar a esta preferencia arancelaria bajo el TLC Chile-México, será necesario que el exportador entregue el Certificado de Origen Correspondiente, en el cual

compruebe que el producto en cuestión es 100% chileno. Si esto no se llega a comprobar, el importador deberá cubrir el total de los impuestos a los que sea acreedor este producto, bajo las leyes mexicanas correspondientes.

TIGIE- Tarifa de Impuesto General de Importación y Exportación.

2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO:

Bajo el Tratado de Libre Comercio Chile-México los ajos ingresan con un arancel de 0.00%.

3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

A continuación se enlistan aquellos países que tienen firmado un TLC con México y sus respectivas preferencias :

País	Glosa / Tasa	Japón	Exento
		07032099	
Estados Unidos de América	Exento		
Canadá	Exento		
Costa Rica	Exento		
El Salvador	Exento		
Guatemala	Exento		
Honduras	Exento		
Nicaragua	Exento		
Colombia	Exento		
Uruguay	Exento		
Bolivia	Exento		
Islandia	*		
Noruega	Excluido		
Suiza	Excluido		
Unión Europea	Exento		
Israel	Excluido		

*Islandia. Revisar nota informativa (IL3) en el Sistema de Información Arancelaria.

4. OTROS IMPUESTOS:

Impuesto al Valor Agregado (IVA):

Para el caso de este producto, cuya importación no se está obligada del pago del IVA.

Esto con el siguiente término legal: La presente fracción forma parte del Anexo 27 de las Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior para 2009.

5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

Quienes importen a los Estados Unidos Mexicanos están obligados al cumplimiento de las siguientes disposiciones:

a) Estar inscritos en el padrón de importadores que está a cargo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, para lo cual deben encontrarse al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales, comprobar ante las autoridades aduaneras que se encuentran inscritos en el Registro Federal de Contribuyentes y cumplir con las disposiciones legales que regulan el ingreso y salida de las mercancías.

b) Llevar un sistema de control de inventarios registrado en contabilidad, que permita distinguir las mercancías nacionales de las extranjeras.

c) Contar con la información, documentación y aquellos medios de prueba necesarios para comprobar el país de origen y de procedencia de las mercancías para efectos de preferencias arancelarias, marcado de país de origen, aplicación de cuotas compensatorias, cupos y otras medidas que al efecto se establezcan conforme a la ley de Comercio Exterior y tratados internacionales de los que México sea parte y proporcionarlos a las autoridades aduaneras cuando estas lo requieran.

d) Entregar al agente o apoderado aduanal que se haya seleccionado para promover el despacho de las mercancías, una manifestación por escrito, bajo protesta de decir la verdad con los elementos que permitan determinar el valor en aduana de las mercancías; así como el documento que compruebe el encargo conferido para realizar sus operaciones.

e) El importador deberá conservar copia de dicha manifestación, obtener la información, documentación y otros medios de prueba para comprobar que el valor declarado ha sido determinado de conformidad con las leyes mexicanas y proporcionarlos a las autoridades aduaneras cuando estas lo requieran.



REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

NOM-008-FITO-19

Todas las importaciones de frutas y hortalizas frescas y los productos o subproductos vegetales utilizados como material de embalaje o empaque de los mismos, deben cumplir con los requisitos fitosanitarios establecidos por especie y país de origen, además de estar libres de suelo y otras partes de la planta diferentes al producto que se va a importar.

Los requisitos fitosanitarios para la importación de las frutas y hortalizas son:

- Certificado Fitosanitario Internacional, que indique el lugar de producción del producto.

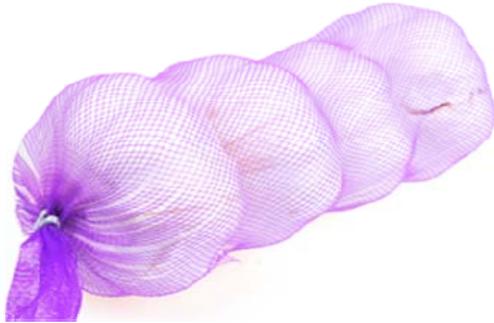
2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

La importación de productos vegetales a México está regulada por el Acuerdo que establece la clasificación y codificación de mercancías cuya importación está sujeta a regulación por parte de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA),

La clasificación y codificación de las mercancías cuya introducción a territorio nacional está regulada por la Dirección General de Sanidad Vegetal (DGSV) de la SAGARPA, mediante inspección en el punto de entrada al país por parte de la Dirección General de Inspección Fitozoosanitaria (DGIF) de la SAGARPA, a fin de certificar que los productos a importar se encuentren libres de plagas y enfermedades. De ser procedente, se otorga el Certificado Fitosanitario para Importación.

3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)

Ajo En Malla



Presentación:	4pzas.
Empaque:	Red plástica de 100 hilos en color morado, etiquetado para su venta individual

Ajo a Granel



Presentación:	10 Kg
Empaque:	Caja de cartón corrugado con orificios para ventilación

Ajo Pelado



Presentación:	0.5 kg, 1 kg, 10 kg
Empaque:	Bolsa coextruida de 5 capas de alta barrera para empaque al vacío, etiquetado para su venta individual

Beneficios:

- Listo para usarse
- Libre de daños físicos, químicos y microbiológicos.
- Libre de impurezas, cáscara y tierra
- Diversas presentaciones para mejorar su uso
- Reduce hasta en un 25% el desperdicio de pelarlo manualmente

IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

1. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Argentina	6,167,940	16,642,000	42.81%
Chile	4,456,600	12,310,114	31.67%
Estados Unidos	2,818,283	6,624,321	17.04%
Perú	1,309,430	3,296,192	8.48%
Subtotal	14,752,253	38,872,627	100%
Total	14,752,253	38,872,627	100%

2. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Argentina	6,320,728	8,995,303	48.26%
Chile	3,548,620	5,476,018	29.38%
Estados Unidos	2,603,642	4,011,358	21.52%
Perú	97,600	157,800	0.85%
Subtotal	12,570,590	18,640,479	100%
Total	12,570,590	18,640,479	100%

3. ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Argentina	7,204,540	9,951,709	60.42%
Chile	2,920,560	4,634,676	28.14%
Estados Unidos	1,318,286	1,883,792	11.44%
Perú	0	0	0.00%
Subtotal	11,443,386	16,470,177	100%
Total	11,443,386	16,470,177	100%

Fuente: Global Trade Atlas

V ■ POTENCIAL DEL PRODUCTO

1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

En los últimos años, México ha intensificado el cambio en los hábitos de consumo y su promoción de la alimentación sana, reconociendo en los ajos un alimento que reúne esta característica.

En México se reportan superficies sembradas de esta hortaliza a principios del Siglo XX en la región del Bajío, adquiriendo mayor importancia económica hasta mediados de siglo, en donde se tienen registradas las primeras exportaciones de ajo, como resultado de la ventaja comparativa que implica su posibilidad de cosecha en la época del año en la que se registra regularmente una oferta mundial baja.

En México se tiene un consumo aproximado de 500 gramos por persona al año, de los cuales una cifra cercana al 82% se consume fresco y el 18% a través de diferentes productos derivados de procesos industriales como aceite, polvo, medicamentos, extractos, etc.

El uso principal del ajo es como condimento, particularmente en los platillos de la cocina mexicana, en caldos, sopas, carnes y en salsas.

Las presentaciones requeridas por los consumidores son diversas, desde el bulbo del ajo en fresco o seco, en conserva y deshidratado.

1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO

El principal uso del ajo es como condimento en la elaboración de alimentos corresponden a las siguientes : deshidratación de frutas y legumbres; elaboración de concentrados para caldos de carne de res, pollo, pescado, mariscos y verduras; elaboración de mayonesa, vinagre y otros condimentos, incluye refinación de sal; elaboración de botanas y productos de maíz y; elaboración de otros productos alimenticios para consumo humano, destacando en la mayoría de los casos el requerimiento de ajo deshidratado, derivado en la mayoría de los casos de aquellos ajos que son considerados de desecho o que no reúnen las características de tamaño y calidad que demanda el mercado en fresco.

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

La aplicación de nuevas tecnologías como el uso de páginas de Internet, para el desarrollo de su producto es muy importante, ya que en base a ellas puede dar a conocer sus productos, con sus características y especificaciones, así como generar ventas, ya que puede implementar el contacto directo con el consumidor y realizar los pedidos necesarios.

1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).

La siguiente información es a partir de la entrevista realizada al Sr. Manuel Aguilar Serrano, Encargado General de Aguilar Hermanos, comercializadora de ajos.

De acuerdo con los datos emitidos por el Sr. Manuel Aguilar Serrano la selección del producto, que en este caso el ajo, se hace de acuerdo al tamaño y al precio, ya que dentro de la oferta que existe, siempre se va a buscar a los proveedores que mantengan el precio más accesible.

En México la oferta del ajo mexicano se mantiene en un periodo de 7 meses que comprenden los meses de abril a octubre, proveniente de la parte del Bajío de la República Mexicana que comprende los estados de Guanajuato, Querétaro y Michoacán, así como de los estados de Zacatecas y Aguascalientes, en cuanto a los otros 5 meses que comprenden un lapso de noviembre a marzo, la oferta empieza a buscar el mercado de productos extranjeros, como lo son los ajos argentinos y chilenos, es cuando la crece la demanda de estos productos.

En cuanto al producto proveniente de Chile, este cuenta con una buena reputación, ya que en términos generales este producto es de buen tamaño, tiene buena calidad y un precio accesible, pero solamente es considerado en temporada.

Uno de las desventajas que presenta el ajo chileno en comparación del ajo mexicano, argentino o el peruano, es el peso, ya que en muchas ocasiones el peso no corresponde con el etiquetado, es decir que en una caja de 10 kg, que debería de pesar esa cantidad en realidad pesa 9kg o 9 ½ kg, lo cual hace que el consumidor mexicano no confíe en este producto.

1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO

Las temporadas de mayor demanda de los ajos chilenos comprenden los meses de enero, febrero, noviembre y diciembre.

A continuación se muestra una tabla con la temporalidad de los ajos en México.

Estacionalidad	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Chileno	Alta	Alta	Baja	Alta	Alta							
Argentino	Alta	Baja	Alta	Alta								
Guanajuato	Baja	Baja	Alta	Baja	Baja	Baja						
Aguascalientes	Baja	Baja	Baja	Baja	Baja	Alta	Alta	Alta	Alta	Baja	Baja	Baja
Zacatecas	Baja	Baja	Baja	Baja	Baja	Baja	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Baja

1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO

Se encuentran los Centros de Abasto, los cuales manejan el mayor volumen de compra alcanzando un 70% del total, siguiéndole los grandes Supermercados y por último Tianguis (ferias libres) y Ferias.

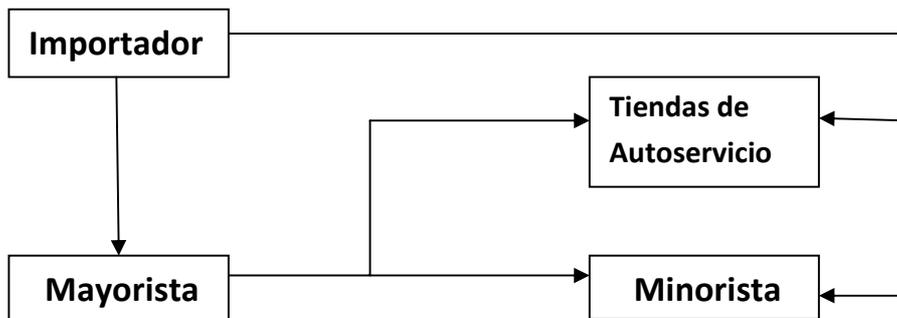
VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Los canales principales de distribución, puede ser a través de la figura del importador o que puede ser importada por este directamente.

El segundo caso puede ser por comercializadores mayoristas (Central de Abastos), quienes cuentan con su propia red de reparto y pueden distribuir el productos a comercializadores minoristas y tiendas de autoservicio (aquí se incluyen las ferias libres y ferias locales).

El tercero puede ser directamente por medio de las propias tiendas de autoservicio.

Para las importaciones de este producto, se puede complementar con el siguiente esquema.



VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Precio del ajo importado (USD), previo a su comercialización en México (valor del producto puesto en México).

Principales Países de Origen	2008	2009	2010	% de Cambio 10/09
Argentina	1.38	1.42	2.70	89.59
Chile	1.59	1.54	2.76	79.00
Estados Unidos	1.43	1.54	2.35	52.56
Perú	0.00	1.62	2.52	55.69

Fuente: Global Trade Atlas

Precio del Ajo en venta al público. (\$1 USD = \$12 MXN)

Presentación	Origen	Destino	Precio Min	Precio Max	Precio Frec.	Obs.
Hortalizas						
Kg	Guanajuato	Aguascalientes: Centro Comercial Agropecuario de Aguascalientes	3.3	3.8	3.8	
Kg	Jalisco	Baja California Sur: Unión de Comerciantes de La Paz	5.8	6.3	5.8	

Kg	Guanajuato	Coahuila: Central de Abasto de La Laguna, Torreón	4.2	4.4	4.3	
Kg	Importación	DF: Central de Abasto de Iztapalapa DF	4.0	4.3	4.2	
Kg	Durango	Durango: Central de Abasto "Francisco Villa"	3.8	3.8	3.8	
Kg	Guanajuato	Durango: Central de Abasto "Francisco Villa"	4.2	4.3	4.3	
Kg	Importación	Durango: Central de Abasto "Francisco Villa"	4.6	5.4	4.6	Chile
Kg	Guanajuato	Durango: Centro de Distribución y Abasto de Gómez Palacio	4.3	4.6	4.4	
Kg	Guanajuato	Guanajuato: Central de Abasto de León	2.8	3.2	3.0	
Kg	Guanajuato	Guanajuato: Mercado de Abasto de Celaya ("Benito Juárez")	3.3	4.2	3.8	
Kg	Guanajuato	Guanajuato: Módulo de Abasto Irapuato	3.3	4.2	3.6	
Kg	Distrito Federal	Guerrero: Central de Abastos de Acapulco	5.0	5.0	5.0	
Kg	Hidalgo	Hidalgo: Central de Abasto de Pachuca	2.9	2.9	2.9	
Kg	Guanajuato	Jalisco: Mercado de Abasto de Guadalajara	3.8	3.8	3.8	
Kg	Guanajuato	Jalisco: Mercado Felipe Ángeles de Guadalajara	3.8	3.8	3.8	
Kg	Distrito Federal	México: Central de Abasto de Ecatepec	4.5	4.8	4.5	
Kg	Importación	México: Central de Abasto de Toluca	3.8	3.9	3.8	
Kg	Guanajuato	Michoacán: Mercado de Abasto de Morelia	3.3	3.8	3.8	
Kg	Importación	Michoacán: Mercado de Abasto de Morelia	3.8	4.2	4.2	
Kg	Zacatecas	Nayarit: Mercado de abasto 'Adolfo López Mateos' de Tepic	4.5	5.2	4.8	
Kg	Guanajuato	Nuevo León: Mercado de Abasto "Estrella" de San Nicolás de los Garza	3.8	4.6	4.2	
Kg	Zacatecas	Puebla: Central de Abasto de Puebla	4.2	4.6	4.2	
Kg	Zacatecas	Querétaro: Mercado de Abasto de Querétaro	4.3	4.4	4.3	
Kg	Zacatecas	San Luis Potosí: Centro de Abasto de San Luis Potosí	4.2	4.6	4.2	
Kg	Jalisco	Sinaloa: Central de Abasto de Culiacán	5.0	5.0	5.0	
Kg	Sonora	Sonora: Mercado de Abasto "Francisco I. Madero" de Hermosillo	3.3	3.8	3.6	

Kg	Nuevo León	Tamaulipas: Módulo de Abasto de Reynosa	6.3	6.7	6.7	
Kg	Zacatecas	Veracruz: Central de Abasto de Jalapa	4.2	4.6	4.6	
Kg	Zacatecas	Zacatecas: Mercado de Abasto de Zacatecas	5.0	5.0	5.0	

Fuente: Secretaría de Economía

VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

El uso de publicidad en revistas especializadas es de uso frecuente; así como la participación en ferias y eventos que reúna la oferta de todos los subsectores de la alimentación.

Casos ejemplares

Bac Synergy

Empresa dedicada a la producción, comercialización e importación de ajos de excelente calidad, en diversas variedades. Su estrategia demuestra la optimización de procesos, donde ofrecen soluciones integrales para el incremento de su competitividad.

Bac Synergy crearon diversas marcas que se dedican a diferentes sectores como de producción como de innovación, ya que cuenta con la marca King's Harvest que es la marca especializada en ajos, así como Agribest que es la marca creada para la innovación en técnicas de cultivo así como del desarrollo del cuidado del suelo.

www.bacsynergy.net

Los Rancheros México

Empresa dedicada al cultivo, comercialización y exportación de ajo, jitomate, chile, tomatillo, tuna y otras hortalizas de primerísima calidad, compartiendo con ello al mundo la sazón de la cocina mexicana.

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

IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

La forma más común de presentación del producto para el consumidor final es la venta a granel con un precio fijo por kilo.



Normalmente se coloca el producto en una bolsa de plástico que se pesa en caja al pagar y se etiqueta para su venta individual.



También se realiza la venta en una red de plástico donde se coloca el producto y contiene desde 4 a 20 piezas.

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

Alimentaria México, Mayo 31, 2011

Alimentaria México, La mayor oferta nacional e internacional de alimentos y bebidas.

Alimentación – México, México D.F. – Centro Banamex.

www.alimentaria-mexico.com

Expo Tecno Alimentos, Agosto 9, 2011.

Expo Tecno Alimentos, Innovación y Tecnología Alimentaria.

Alimentación – México, México D.F. – World Trade Center.

www.expotecnoalimentos.com

Expo Agro, Agosto 11, 2011.

Expo Agro, Exhibición de maquinaria y productos agrícolas.

Agrícola, Ganadería e industrial –México, Chihuahua, Chihuahua –Centro de Convenciones de Chihuahua.

www.expoagrochihuahua.com

XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria

<http://www.senasica.gob.mx/?id=1003>

Catalogo de Normas oficiales Mexicanas

<http://www.economia-noms.gob.mx/noms/inicio.do>

Secretaría de Economía

<http://www.economia-snci.gob.mx>

Sistema Nacional de información de mercados, Secretaría de Economía

<http://www.economia-sniim.gob.mx>

Global Trade Information

<http://www.gtis.com/gta/secure/gateway.cfm>

King Harvest

http://www.bacsynergy.net/index.php?option=com_content&view=article&id=60&Itemid=34&lang=es

Alimentaria México

<http://www.alimentaria-mexico.com/>