
Estudio de Mercado Moluscos en Conserva en México

Julio 2011

www.prochile.cl

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en
Guadalajara

pro|CHILE

INDICE

<i>I. Producto:</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>	5
1. Arancel General:	5
2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):	5
3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:	5
4. Otros Impuestos:	5
5. Barreras Para – Arancelarias	6
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i>	6
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso	6
2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:	8
3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)	8
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i>	10
1. Estadísticas 2010	10
2. Estadísticas 2009	10
3. Estadísticas 2008	10
<i>V. Características de Presentación del Producto</i>	11
1. Potencial del producto	11
1.1. Formas de consumo del producto	11

1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.).....	12
1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).....	12
1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.....	12
1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.	13
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>14</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista</i>	<i>14</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>15</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones</i>	<i>16</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>17</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto</i>	<i>19</i>

PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

16059070	Cholgas, choritos y choros preparados o en conserva
16059060	Ostiones (<i>Argopecten purpuratos</i>), (<i>Chlamys patagónica</i>)
16059099	Los demás (ostras)

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Mejillón (*Mytilidae*) , Ostión (*crassostrea*) y Ostra (*ostreoida*) en conserva.

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

1605	Crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, preparados o conservados
160590	Los demás
16059099	Los demás

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

La presente partida comprende los crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos de esta partida. Los crustáceos cocidos en agua o vapor que, mientras no estén pelados, se clasifican en otra partida, aunque se les hayan añadido pequeñas cantidades de productos químicos para su conservación provisional.

Entre los crustáceos y moluscos que con mayor frecuencia se preparan o conservan, se pueden citar: cangrejos, camarones y langostinos, bogavantes, langostas, cangrejos o camarones de río (astacos, por ejemplo), mejillones, pulpos, calamares y caracoles. Entre los demás invertebrados acuáticos preparados o conservados que se clasifican en esta partida, los principales son los erizos de mar, los cohombres de mar y las medusas.

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
20%	Los demás, crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, preparados o conservados, que provengan de países con los que México no tiene acuerdo ni tratado comercial.	Kg.

<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LIGIE.pdf>

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:

País	Arancel
Estados Unidos de America	Exento
Canada	Exento
Comunidad Europea	Exento
Costa Rica	Exento
Colombia	Exento
Bolivia	Exento
Nicaragua	Exento
Israel	20%*
Guatemala	Exento
Honduras	Exento

El Salvador	Exento
Suiza	Exento
Noruega	Exento
Uruguay	Preferencia; 100; Nota 1
Islandia	Exento
Japon	Exento

El término 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.

*La importación de mercancías provenientes de **Israel** comprendidas en la fracción arancelaria **1605.90.99** se sujetará a la preferencia arancelaria del 20%, respecto a la tasa arancelaria ad valorem prevista en el artículo 1 de la LIGIE (arancel general), donde se habla de animales vivos y productos del reino animal, siempre que cumpla con lo establecido en la Resolución 252 de la ALADI.

4. OTROS IMPUESTOS:

Ninguno

5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

País	Medida
México	<ul style="list-style-type: none"> • Derecho de Trámite Aduanero • Derecho por el visado del Certificado de Origen • Derecho de Permiso de Importación



REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

NOM 129 SSA1 1995: Norma Oficial Mexicana que establece las especificaciones sanitarias de los moluscos cefalópodos y gasterópodos frescos-refrigerados y congelados, productos de la pesca

secos-salados y ahumados, la cual establece las características físicas y químicas de los productos, así como especificaciones de los productos.

Esta Norma se complementa con lo siguiente:

- NOM-028-SSA1-1993 Bienes y servicios. Productos de la pesca. Pescados en conserva. Especificaciones sanitarias.
- NOM-030-SSA1-1993 Bienes y servicios. Productos de la pesca. Crustáceos en conserva. Especificaciones sanitarias.
- NOM-031-SSA1-1993 Bienes y servicios. Productos de la pesca. Moluscos bivalvos frescos-refrigerados y congelados. Especificaciones sanitarias.
- NOM-051-SCFI-1993 Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados.
- NOM-092-SSA1-1994 Bienes y servicios. Método para la cuenta de bacterias aerobias en placa.
- NOM-110-SSA1-1994 Bienes y servicios. Preparación y dilución de muestras de alimentos para su análisis microbiológico.
- NOM-112-SSA1-1994 Bienes y servicios. Determinación de bacterias coliformes. Técnica del número más probable.
- NOM-113-SSA1-1994 Bienes y servicios. Método para la cuenta de microorganismos coliformes totales en placa.
- NOM-114-SSA1-1994 Bienes y servicios. Método para la determinación de *Salmonella* en alimentos.
- NOM-115-SSA1-1994 Bienes y servicios. Método para la determinación de *Staphylococcus aureus* en alimentos.
- NOM-116-SSA1-1994 Bienes y servicios. Determinación de humedad en alimentos por tratamiento térmico. Método por arena o gasa.
- NOM-117-SSA1-1994 Bienes y servicios. Método de prueba para la determinación de cadmio, arsénico, plomo, estaño, cobre, fierro, zinc y mercurio, en alimentos, agua potable y agua purificada por espectrometría de absorción atómica.
- NOM-120-SSA1-1994 Bienes y servicios. 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-128-SSA1-1994 Bienes y servicios. Que establece la aplicación de un Sistema de Análisis de Riesgos y Control de Puntos Críticos en la Planta Industrial Procesadora de Productos de la Pesca.
- NOM-143-SSA1-1994 Bienes y servicios. Método de prueba microbiológico para alimentos. Determinación de *Listeria monocytogenes*.

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

Esta Norma Oficial Mexicana se complementa con las siguientes normas vigentes:

- NOM-002-SCFI Productos preenvasados-Contenido neto-Tolerancias y métodos de verificación.
- NOM-008-SCFI Sistema General de Unidades de Medida.
- NOM-030-SCFI Información comercial-Declaración de cantidad en la etiqueta-especificaciones.

Secretaría de salud (www.salud.gob.mx/unidades/cdi/nom/129ssa15.html)

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

Certificado de Sanidad acuícola e inspección fitosanitaria por parte de la Dirección General de Inspección Fitozoosanitaria, de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), para determinar las medidas profilácticas a que hubiere lugar.

Autorización Sanitaria Previa de importación o internación al país cuando los productos se destinen al consumo humano, y se destinen a los regímenes aduaneros de importación definitiva, temporal o depósito fiscal. La Comisión Federal para la protección contra riesgos sanitarios (COFEPRIS), a través de la Comisión de Autorización Sanitaria así como las autoridades sanitarias competentes en las entidades federativas, expedirán las autorizaciones previas de importación.

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 Secretaria de Hacienda y Crédito Público (SHCP), de acuerdo a la Ley Aduanera de México.

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

Ostiones



Mejillones



Ostras



IV ■ ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
China	963,823	3.119	35,62
Chile (2)	297,065	1.356	15,49
España	276,512	1.314	15,00
Estados Unidos	151,729	792	9,05
Subtotal	1,689,129	6.581	75,00
Total	2,211,281	8.756	100

ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
China	682.313	2.849	30,51
España	209.800	1.756	18,80
Chile (3)	216.653	1.102	11,80
Corea del Sur	74.938	739	7,91
Subtotal	1,183.704	6.445	69,02
Total	2,090,374	9.340	100

ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
China	1,033,840	4.159	35,35
España	327.202	2.285	19,42
Chile (3)	116.594	1.566	13,31
Estados Unidos	243.693	1.079	9,17
Subtotal	1.721.329	9.089	68,08
Total	2.583.143	11.767	100

Fuente: World Trade Atlas

V ■ POTENCIAL DEL PRODUCTO

1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

Actualmente, gracias a la constante renovación en las tecnologías del envasado, hay la posibilidad de saborear moluscos en cualquier época del año, la aceptación de alimentos enlatados por los consumidores y el constante control del Gobierno sobre los productos, ha incrementado esta área.

La mayor parte del consumo de los moluscos se concentra principalmente en productos frescos y congelados. Se debe destacar que la preferencia de los mexicanos, al consumir productos marinos, es en la temporada de Cuaresma. De los moluscos enlatados, son los ostiones los que más consumo tienen en el mercado mexicano, el consumidor tiene perfectamente claro donde puede obtener este producto, normalmente relaciona este producto con vinateras y tiendas gourmet, y sabe que se encuentran también en las cadenas grandes de supermercados.

Los moluscos enlatados no han sido muy difundidos hasta ahora en el mercado mexicano, por lo que tienen un gran potencial futuro, debido a su alto nivel vitamínico, ya que el consumidor mexicano cada vez se preocupa por su salud e imagen, este producto entra perfecto en este ámbito, actualmente no son preparados frecuentemente en platillos caseros debido principalmente a que siguen siendo los productos frescos los preferidos y a la falta de recetas que se podrían adecuar a un platillo hecho en casa, la mayoría de las veces se utiliza como botana o acompañamiento. El nivel socioeconómico que más consume moluscos enlatados en México es el grupo medio-alto, ya que es el que tiene acceso a los productos gourmet, es este estrato social quien los ha probado y se dan cuenta de la calidad del producto, haciéndolo de consumo continuo.

1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Los tres enlatados más consumidos en México son: la sardina, el atún y los ostiones ahumados, los cuales se ofrecen en aceite y/o agua en el caso del atún principalmente, y en salsa de tomate para el caso de la sardina; destacan los productos marinos ya que entre los platillos más cocinados por los mexicanos se encuentran los preparados con productos del mar, sin embargo dadas las características del clima cálido, siempre hay la necesidad de consumirlos conservados por la mayor seguridad que estos ofrecen, junto a los anteriores, los productos marinos enlatados que más se venden se encuentran las anguilas, almejas, caracoles, camarón, cangrejo, mejillón, ostión, pulpo, zamboriña y berberechos.

Los moluscos enlatados se consumen sin combinar al presentarlos como entremés acompañados de vino, cerveza o cocteles, a éstos les agregan un toque de ají o son sazonados con algún tipo de salsa o condimento. Una de las preparaciones comunes de los moluscos es combinándolos con crema o queso

para hacerlos cremosos y acompañarlos con galletas crujientes o pan. Entre los moluscos más consumidos se encuentran los ahumados.

En México se vio mermada la venta de productos enlatados por la desconfianza que existía, debido a los bajos niveles de calidad y los efectos de los metales en los alimentos que resguardaban, pero esto ha ido cambiando de una manera drástica, la aceptación de alimentos enlatados por los consumidores y el constante control del Gobierno sobre los productos, ha incrementado el interés, dato de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicios y Departamentales (ANTAD), menciona que en los últimos años la población en México ha consumido alrededor de 75 latas anuales per cápita (unas seis latas al mes como promedio).

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

Los envases metálicos que antes se fabricaban combinando metales difíciles de reciclar, en la actualidad se han sustituido por envases 100% de acero o de aluminio, en los que se utiliza la soldadura eléctrica y son totalmente reciclables. Lo cual se convierte en un atractivo del consumidor, preocupado por su bienestar y el medio ambiente. La tecnología de enlatar ha progresado hasta alcanzar niveles de excelencia, que garantiza al consumidor máxima calidad.

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

Importadores dedicados a la distribución de productos del mar, comentan que gran parte de su preferencia al momento de elegir un producto, es el precio y la calidad, además las ventajas que ofrece si procede del país con el que México tenga Acuerdo o Tratado Comercial, además consideran importante la calidad en sus procesos de empaque y enlatado, siendo de mucha importancia las características de enlatado, ya que el consumidor mexicano tiene cierto recelo a este producto, por considerarlos dañinos para la salud. Por otro lado, mencionan cómo estos productos han tenido un crecimiento constante, aun cuando el consumidor mexicano está acostumbrado a los productos frescos.

1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

Actualmente, gracias a la constante renovación en las tecnologías del envasado, hay la posibilidad de ofrecer lo mismo pescados, que mariscos o moluscos en cualquier época del año. Los moluscos enlatados de este tipo, se consumen durante casi todo el año de manera equilibrada. Sin embargo es en la temporada de cuaresma cuando tienen más consumo, ya que como sabemos México es un país donde el 80% de los habitantes son católicos y esta religión promueve el abstenerse de carnes rojas durante estos 40 días, esto potencializa el consumo de moluscos, así como sucede con la mayoría de los alimentos provenientes del mar.

1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Los consumidores compran preferentemente en las grandes cadenas de supermercados que cubren todo el territorio nacional, así como en las tiendas especializadas de productos gourmet, este producto es consumido de forma continua en ciudades industrializadas del país, y por lo regular en ciudades que no son costeras.

Supermercados en todo México:

- 1) Walmart de México** (1743 establecimientos en México): 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
Comprende Soriana Hipermercados, Supermercados, Mercados y City Club.
- 3) Chedraui y Súper Che** (211 establecimientos): www.chedraui.com.mx
Comprende: Chedraui, Súper Che y Súper Chedraui.
- 4) Comercial Mexicana** (205 establecimientos): www.comercialmexicana.com.mx
Comprende: Alprecio, Bodega Comercial Mexicana, City Market, Mega, Sumesa, Costco, Comercial Mexicana.

Supermercados regionales, ubicados en el norte de México:

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

Tiendas departamentales de México:

- 11) Liverpool** (82 establecimientos): www.liverpool.com.mx
Comprende Liverpool (54), Fábricas de Francia (24) y tiendas Duty Free (4)
- 12) Palacio de Hierro** (10 establecimientos; 7 en el D.F. y 1 en Guadalajara, Monterrey, Puebla): www.elpalaciodehierro.com.mx

Tiendas especializadas / gourmet:

- 13) La Europea** (40 establecimientos): www.laeuropea.mx
- 14) La Villa de Madrid** (6 establecimientos en el D.F.): www.lavillademadrid.com.mx
- 15) La Criolla** (3 establecimientos en el D.F.): www.lacriolla.com.mx

VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Los puntos de comercialización de estos productos en conserva son principalmente los supermercados, estas grandes cadenas nacionales e internacionales son los medios más eficientes para la distribución de estos productos, algunas cadenas de supermercados son importadores directos para la venta al detalle en sus propios locales.

En general, los mayoristas importan directamente y venden a los supermercados y en menor grado a hoteles y restaurantes; los hoteles y restaurantes no registran gran consumo de productos enlatados de este tipo, ya que estos prefieren comprar alimentos frescos.

La participación de tiendas especializadas gourmet es notoria, ya que usualmente el consumidor mexicano los acompaña con productos que pueden ser encontrados en estas tiendas con mayor facilidad, como lo son vinos de mesa, pastas y especias, algunos ejemplos de estas tiendas son La Europea.

VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Mejillón, Ostión y Ostras (16059099)

Principales Países de Origen	2008	2009	2010	% de cambio 10/09
China	4,02	4,18	3,24	-22,49
Chile	13,43	5,09	4,56	-10,41
España	6,98	8,37	8,66	3,46
Perú	2,81	2,29	1,73	-24,45
Corea del Sur	9,62	9,86	10,15	2,94
Estados Unidos	4,43	6,36	5,86	-7,86

Fuente: World Trade Atlas

VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

En el mercado mexicano se pueden identificar varias estrategias para promover estos productos:

- El alto contenido nutricional
- Imágenes del producto ya preparado en combinación con más productos.
- Ejemplos de recetas para cocinar.
- Promotoras realizando degustaciones en las principales cadenas de tiendas y con mayor afluencia de consumidores el fin de semana entra las 10:00h y hasta las 15:00h.
- Fácil ubicación en anaquel.

IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Los productos se venden en forma enlatada o en cajas selladas:

Para todos los tipos de moluscos es muy común que se vendan enlatados, donde no tienen una característica en especial. Los productos más vendidos son de Nueva Zelanda, Chile, China y España.

Mejillones:

Los mejillones se ofrecen en presentaciones en agua, aceite, en escabeche y ahumados. Las presentaciones son en cantidades de 85g que contiene alrededor de 12 piezas, con una masa drenada de 60g; y de 111g en el que se ofrecen alrededor de 14 a 19 piezas, con una masa drenada de 69g. La mayoría de las presentaciones de este producto cuentan con un sistema abrefácil. Por otro lado el tiempo de conservación en este producto varía de ocho a diez años.



Ostiones:

Los ostiones al igual que los mejillones se pueden encontrar en presentaciones en agua, escabeche, ahumados en distintos tipos de

aceite, se venden en cantidades de 56g. y 85g. (contenido 12 piezas) con una masa drenada de 60g. Todas las presentaciones se ofrecen con sistema abre fácil y el tiempo de conservación del producto es de ocho a diez años.

Ostras:

Las ostras admiten numerosas formas de elaboración y de presentación comercial, siendo las más populares: en "su concha" o "desconchadas" se venden en cantidades de 85gr., que contiene alrededor de 10 a 12 piezas y también de 226 gr, contiene alrededor de 20 a 25 piezas. Se pueden encontrar en presentaciones ahumadas, escabeche, hervidas o en aceite. Las ostras son provenientes principalmente de China y Corea del Sur, todas las presentaciones de este producto cuentan con "abrefácil".



X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Los moluscos enlatados que son ofrecidos en México, no presentan altos precios comparados con otros productos como los cangrejos, el atún, huevas de pescado o algunos vegetales, sin embargo, presentan menos consumo debido a que entre la población mexicana es más común y tradicional de los vegetales, debido en gran parte a que la población tiene poco conocimiento de los moluscos enlatados y las propiedades que ofrecen en las comidas.

Se recomienda hacer campañas que den a conocer el producto, acercarlo a los consumidores, ofrecer maneras en que puede ser preparado resaltando la facilidad que ofrece y la rapidez en la preparación. Como ejemplo, se pueden mencionar las siguientes cualidades:

- **Enfatizar cualquier ventaja que pueda tener el producto para la salud**, ya que los consumidores empiezan a ser cada vez más conscientes de los efectos de su nutrición para su salud personal.
- **Crear una imagen positiva de productos chilenos**; muchos exportadores 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 tomar uno de estos productos ahumados y marinarlos con una salsa estilo mexicana.
- **Implementar recetas en el empaque**, puede ser la opción para la colocación de los productos en el mercado mexicano, ya que el este en ocasiones no sabe como consumir estos productos.

Recomendamos que antes de realizar un contacto comercial en México, profundice en la reglamentación y normatividad que se exige a los productos alimenticios, para ello se puede contactar a las oficinas de Chile en México:

Datos de Contacto:

Prochile Ciudad de México: alexfermon@prochilemexico.com

Tel: +52 (55) 5280-9702

Prochile Guadalajara: 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

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

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

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

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

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

Contacto:

expositormexico@alimentaria.com
Tel.: +34-93 452 18 00
Fax +34-93 452 18 01

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

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>

XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

Secretaría de economía, Tratado de Libre Comercio con Chile:

www.economia.gob.mx/swb/work/models/economia/Resource/410/1/images/DOF_27102008.pdf

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación

www.sagarpa.gob.mx

Comisión Federal de Mejora Regulatoria

www.cofemertramites.gob.mx

Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios

www.cofepris.gob.mx

Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A.C.

www.antad.org.mx/articulos/enlatados.pdf

Camara de Diputados del H. Congreso de la Unión

www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LIGIE.pdf

Secretaría de Economía
www.economia-snci.gob.mx

Día en Línea
www.diaenlinea.com.mx

Documento Elaborado por: Carlos González Casillas, cgonzalez@prochilejalisco.com