

PMP

Estudio de Mercado Jaulas Flotantes para la Acuicultura en México

2015

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en México - ProChile

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



I. Tabla de contenido

II. RESUMEN EJECUTIVO	4
1. Código y glosa SACH objeto del estudio	5
2. Estrategia recomendada (en base a análisis FODA).....	5
3. Análisis FODA.....	6
III. Acceso al Mercado	7
1. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.	7
2. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.	7
3. Regulaciones, barreras no arancelarias, otros impuestos y normativas de importación.	9
4. Requerimientos de etiquetados.....	9
5. Organismos involucrados en el ingreso y tramitación de permisos de ingreso y registros.	9
IV. Potencial del Mercado	10
1. Producción local y consumo.	10
2. Importaciones (<i>valor, volumen y precios promedio</i>) del producto últimos tres años por país.	11
3. Centros de consumo y estacionalidad de demanda.	12
V. Canal de Distribución y Agentes del Mercado	13
1. Estructura de comercialización.	13
2. Diagrama de flujo de importador, mayorista, minorista.	14
3. Poder de decisión compra y toma de decisión a lo largo de la cadena.	14
4. Estrategia y política de diferenciación de minoristas.	14
5. Tiendas especializadas del producto.	14
6. Distribución Online.	15
VI. Consumidor (Usuario)	15
1. Segmentos de consumo del producto.	15
2. Centros de consumo.....	15
3. Conocimiento y preferencias de atributos diferenciadores por segmento.	16
4. Productos sustitutos y similares.....	16
VII. Benchmarking (Competidores) y Tendencias	17
1. Principales marcas en el mercado.	17
2. Segmentación de competidores.....	17
3. Atributos de diferenciación de productos en el mercado.	17
4. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado.....	18
5. Posicionamiento de producto chileno en el mercado en comparación a competidores.....	19
6. Especificaciones.	19

7. Campañas MKT de competidores o producto local.	19
VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado	20
IX. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado	21
X. Fuentes de información (<i>Links</i>).....	22

II. RESUMEN EJECUTIVO

En 2013 la producción pesquera en México alcanzó alrededor de 1 millón 746 mil toneladas, con un valor aproximado de 1, 300 millones de dólares, lo que reflejó un crecimiento del 3.5% en la producción y 4.7% en el valor respecto al año anterior; en ese mismo año la acuicultura contribuyó con el 14% de la producción y 38% del valor del sector pesquero.

La industria acuícola en México ha tomado relevancia en los últimos años, no solo gracias a los recursos hidráulicos que existen, sino también debido a la investigación científica por parte de instituciones públicas y privadas, las cuales han destinado recursos importantes para el crecimiento de esta actividad.

Hoy en día en México, mediante la acuicultura se cultivan siete especies extranjeras (carpas chinas, tilapia, bagre, trucha, langostino, ostras japonesas y choritos) y cinco nacionales (camarón blanco del Pacífico, ostra americana, abulón, almejas y langostinos nacionales). Las especies con mayor participación son el camarón y la tilapia, que según estadísticas de la Comisión Nacional de Acuicultura y Pesca (CONAPESCA) contribuyen con el 76% de la producción acuícola mexicana.

Se debe destacar que la acuicultura mexicana tiene poco tiempo en desarrollarse, a partir del año 2000, donde se limita a 12 especies explotadas a nivel nacional, cuando en el mundo se explotan más de 600.

Es importante mencionar que casi todos los estados de México están relacionados con la producción acuícola, sobre todo aquellos ubicados en las costas. De acuerdo con la CONAPESCA, existen más de 3 mil granjas acuícolas comerciales y poco más de 10 mil unidades de producción rural, las cuales pueden potencializarse. Por otro lado, existen 38 centros que reciben apoyo gubernamental y son operados de manera conjunta por instituciones públicas. Dichos centros generan el 43% de la producción nacional; el porcentaje restante queda en manos de productores privados. Así mismo, de acuerdo con Instituto Nacional de Ecología (INE), existen centros acuícolas que concentran la producción de huevos, crías, alevines, semillas, larvas o post-larvas para la siembra o engorda en cuerpos de agua, granjas o unidades de producción.

En México, la acuicultura se maneja de dos formas: intensiva (tecnológicamente), semi-intensiva y a campo abierto o extensiva, esta última con el 80% de la producción nacional. Actualmente los centros acuícolas importan insumos de mercados como estadounidense, japonés y europeo, entre ellos mallas, tanques, bombas de oxigenación, manufacturas de acero y polietileno, entre otras.

El cultivo en jaulas flotantes en México se ha intensificado, debido a sus ventajas para el manejo de peces, el recambio de agua y la remoción de desperdicios. Además de que se pueden adaptar a las condiciones geográficas, ya que se pueden construir en una gran variedad de formas, utilizando diversos materiales como el bambú, tablas de madera, alambre, nailon u otras mallas sintéticas. Las estructuras de soporte pueden sostener las jaulas sobre la superficie del agua o sobre el fondo de un cuerpo de agua.

Asimismo, el uso de jaulas flotantes también es destinado para trabajos de investigación y prueba de organismos, debido a la facilidad para la recopilación de información.

El sistema de jaulas flotantes, por sus características, ofrece ventajas importantes tanto para el sector productivo como para el de investigación, por ejemplo:

Para el sector productivo

- ✓ Inversión inicial baja.
- ✓ Mejor manejo de los peces.
- ✓ Posibilidad de cosechas escalonadas.
- ✓ Posibilidad para usarse en lugares de costa o aguas interiores.
- ✓ Facilidad en los trabajos de operación, mantenimiento y reparación.

Para fines de Investigación

- ✓ Experimentación con diferentes tipos de nutrición.
- ✓ Posibilidad de manejo de diferentes densidades.
- ✓ Clasificación por tallas de los organismos cultivados.
- ✓ Planeación de crecimientos experimentales.
- ✓ Experimentación de cultivos de diferentes especies.

1. Código y glosa SACH objeto del estudio

Es conveniente mencionar, que este producto, de acuerdo con la información recabada, se exporta/importa en partes y no existe una fracción o glosa que sea como tal “jaulas flotantes”..

SACH: 5608191100

Redes de Mallas, de Nailon.

2. Estrategia recomendada (en base a análisis FODA).

Es muy importante que el proveedor chileno establezca contacto con un comprador que sea coherente a sus estándares de calidad y capacidad productiva o que el exportador se ajuste a los requerimientos del importador.

Lo ideal es que el exportador visite los estados donde se practica la acuicultura. Los más destacados se encuentran en la parte centro y norte de México. También es recomendable conocer los programas de licitaciones, compras públicas y concursos que las instituciones públicas y privadas lanzan para proveeduría de materiales y equipo.

Se tiene que visitar reiteradamente el mercado y las empresas en sus sedes o eventos celebrados en México como AQUAMAR, así como también, establecer contactos con cámaras o gremios del sector. Dicha táctica es recomendable para los abastecedores de cualquier producto en México y resulta fundamental para establecer lazos de cooperación de largo plazo.

Es importante comprender que el comprador mexicano espera desarrollar una relación de confianza y amistad a largo plazo por encima del negocio.

Otro punto trascendente es que el importador espera que se la capacite sobre el producto a ofrecer, esto para incentivar sus ventas en el territorio nacional.

3. Análisis FODA.

<ul style="list-style-type: none"> • Entablar una relación a largo plazo con el importador/distribuidor • Participar en AQUAMAR, la feria más representativa del sector • Conocer el programa de licitaciones, concursos o compras públicas por parte de las instituciones públicas, privadas y gobierno • Visitar los principales estados donde se practica la acuicultura y existan compradores relevantes • Anunciarse en revistas especializadas como Panorama Acuícola 		FACTORES INTERNOS	
		Fortalezas	Debilidades
FACTORES EXTERNOS	Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • Diversidad de productos • Conocimiento de los programas gubernamentales, instituciones públicas y privadas • Producción pesquera/acuícola importante en México 	<ul style="list-style-type: none"> • No existe un proveedor que venda jaulas flotantes como producto final, sino sus partes. • Pocos importadores • Industria acuícola poco tecnificada
	Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiar los precios de los competidores • Conocer los proyectos que México presenta dentro del sector acuícola • Aprovechamiento de las ventajas arancelarias del TLC Chile –México • Destacar que Chile tiene una sólida y amplia experiencia en el tema acuícola. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tener al menos dos importadores que tengan presencia en diversas regiones, o un importador que venda a otros distribuidores
		<ul style="list-style-type: none"> • Incremento en el tipo de cambio. • Incremento de normativas y de barreras a la importación. • Mayor competencia nacional e internacional • Perú y Taiwán fuertes proveedores de México. 	<ul style="list-style-type: none"> • Potenciar imagen de Chile como proveedor de calidad a precios razonables • Conocer las ventajas de importación (normas, aranceles, etc.) de los competidores
			<ul style="list-style-type: none"> • Conocer la reglamentación mexicana. • Tener en cuenta la posibilidad de ofrecer descuento sobre el producto para acceder al mercado.

III. Acceso al Mercado

1. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.

Es conveniente mencionar, que este producto, de acuerdo con la información recabada, se importa en partes y no existe una fracción o glosa que sea como tal “jaulas flotantes”. Se tomará la glosa importada desde Chile

Sistema Armonizado Local: 56081199

Sección:	XI	Materias textiles y sus manufacturas
Capítulo:	56	Guata, fieltro y tela sin tejer; hilados especiales; cordeles, cuerdas y cordajes; artículos de cordelería
Partida:	5608	Redes de mallas anudadas, en paño o en pieza, fabricadas con cordeles, cuerdas o cordajes; redes confeccionadas para la pesca y demás redes confeccionadas, de materia textil.
		- De materia textil sintética o artificial:
SubPartida:	560811	-- Redes confeccionadas para la pesca.
Fracción:	56081199	Las demás.

Fuente: SIAVI

2. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.

México al igual que Chile son países abiertos al mundo y han suscrito un número considerable de Tratados de Libre Comercio, con los cuales presentan ventajas arancelarias. A continuación se presentan los TLC´s firmados por México y las ventajas arancelarias para dicho producto.

TRATADO	PAÍS	TASA O IMPUESTOS	INICIO DE VIGENCIA	FIN DE VIGENCIA	JUSTIFICACIÓN LEGAL
AELC	ISLANDIA (REPUBLICA DE)	EXENTO	07/01/2007	07/01/2012	Decreto por el que se establece la Tasa aplicable a partir de 2007 del Impuesto General de Importación para las mercancías originarias de los Estados de la Asociación Europea de Libre Comercio.
AELC	NORUEGA (REINO DE)	EXENTO	07/01/2007	07/01/2012	Decreto por el que se establece la Tasa aplicable a partir de 2007 del Impuesto General de Importación para las mercancías originarias de los Estados de la Asociación Europea de Libre Comercio.
AELC	SUIZA (CONFEDERACION)	EXENTO	07/01/2007	07/01/2012	Decreto por el que se establece la Tasa aplicable a partir de 2007 del Impuesto General de Importación para las mercancías originarias de los Estados de la Asociación Europea de Libre Comercio.

TLC México - Chile	CHILE (REPUBLICA DE)	EXENTO	07/01/2007	07/01/2012	Decreto por el que se establece la Tasa Aplicable a partir del 1 de enero de 2004, del Impuesto General de Importación, para las mercancías originarias de la República de Chile
TLC México - Colombia	COLOMBIA (REPUBLICA DE)	EXENTO	07/01/2007	07/01/2012	Decreto por el que se establece la Tasa aplicable a partir del 19 de noviembre de 2006 del Impuesto General de Importación para las mercancías originarias de la República de Colombia.
TLC México - Costa Rica	COSTA RICA (REPUBLICA DE)	EXENTO	07/01/2007	07/01/2012	Decreto por el que se establece la tasa aplicable a partir del 1 de enero de 2004 del Impuesto General de Importación, para las mercancías originarias de la República de Costa Rica
TLC México - TN	GUATEMALA (REPUBLICA DE)	EXENTO	07/01/2007	07/01/2012	Decreto por el que se establece la Tasa aplicable para el 2007, del Impuesto General de Importación para las mercancías originarias de El Salvador, Guatemala y Honduras; así como la Tasa aplicable del 1 de abril de 2007 al 31 de marzo de 2008 del Impuesto General de Importación para las mercancías originarias del Japón.
TLC México - TN	HONDURAS (REPUBLICA DE)	EXENTO	07/01/2007	07/01/2012	Decreto por el que se establece la Tasa aplicable para el 2007, del Impuesto General de Importación para las mercancías originarias de El Salvador, Guatemala y Honduras; así como la Tasa aplicable del 1 de abril de 2007 al 31 de marzo de 2008 del Impuesto General de Importación para las mercancías originarias del Japón.
TLC México - Uruguay	URUGUAY (REPUBLICA ORIENTAL DEL)	EXENTO	07/01/2007	07/01/2012	Decreto por el que se establece la Tasa Aplicable del Impuesto General de Importación para las mercancías originarias de la República Oriental del Uruguay
TLCAN	CANADA	EXENTO	07/01/2007	07/01/2012	Decreto por el que se establece la Tasa Aplicable durante 2003, del Impuesto General de Importación, para las mercancías originarias de América del Norte
TLCAN	ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	EXENTO	07/01/2007	07/01/2012	Decreto por el que se establece la Tasa Aplicable durante 2003, del Impuesto General de Importación, para las mercancías originarias de América del Norte
TLCUEM	COMUNIDAD EUROPEA	EXENTO	07/01/2007	07/01/2012	Decreto por el que se establece la Tasa aplicable a partir de 2007 del Impuesto General de Importación para las mercancías originarias de la Comunidad Europea.

Fuente: Tariff Acces

Para los demás países con los que México no tiene suscrito un TLC, el arancel será del **10%**.

3. Regulaciones, barreras no arancelarias, otros impuestos y normativas de importación.

Restricciones	Si	No
Certificados		✓
Permisos		✓
Normas	✓	
Cupo	✓	
Precios Estimados		✓
Autorizaciones		✓
Anexos	✓	
Cuota Compensatoria		✓

Fuente: Tariff Access

Para poder exportar este producto, se deberá cumplir con la NOM-004-SCFI-2006, la cual regula los requisitos de etiquetado (http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4912048&fecha=21/06/2006)

Existen otras barreras como los cupos, los que solo se aplican para Estados Unidos, Canadá e Israel, (<http://www.economia-snci.gob.mx/>)

4. Requerimientos de etiquetados.

Para poder exportar este producto, se deberá cumplir con la NOM-004-SCFI-2006, la cual regula los requisitos de etiquetado (http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4912048&fecha=21/06/2006)

5. Organismos involucrados en el ingreso y tramitación de permisos de ingreso y registros.

Secretaría de Economía. <http://www.economia.gob.mx/>

- ✓ Realización de permisos de ingreso

Comisión Nacional de Acuicultura y Pesca (CONAPESCA) <http://www.conapesca.sagarpa.gob.mx/wb/>

- ✓ Contacto para programas de apoyo que incentivan el uso de las jaulas flotantes en México

Instituto Nacional de Pesca (INAPESCA) www.inapesca.gob.mx/

- ✓ Contacto para recomendaciones en la forma de construcción, instalación y mantenimiento de jaulas flotantes.

IV. Potencial del Mercado

1. Producción local y consumo.

La acuicultura se practica en casi todo el territorio mexicano, a excepción del Distrito Federal o Ciudad de México. En el 2013, México tuvo una producción acuícola de alrededor de 242 mil toneladas, lo que aproximadamente se traduce en 521 millones de dólares, donde el estado con mayor producción es Sinaloa con el 15% de participación nacional.

Las principales especies producidas en México son: tilapia (39%), camarón (24%), ostras (16%), carpa (11%) y trucha (3%).

Así mismo, el estado de Sinaloa es líder en la producción de camarón con el 47% de participación, donde del 100% de su producción, 49% corresponden a acuicultura.

Por su parte, referente a la producción de tilapia, el principal productor es Jalisco con una participación del 21%, donde del 100% de su producción, 99% corresponde a acuicultura.

En cuanto a las jaulas flotantes usadas en la acuicultura, son destinadas para el cultivo, producción, engorda, contención e investigación de diversas especies entre ellas tilapia, besugo, merluza, cobia, pargo, mero, bagre, robalo, carpa, atún y camarón.

De acuerdo con información de la empresa PMA de Sinaloa (<http://pmadesinaloa.com.mx/index.php>), las jaulas flotantes que dicha empresa comercializa son destinadas para la producción y han dividido el país en dos regiones la zona centro (Jalisco, Estado de México, Hidalgo, Veracruz, Chiapas, Oaxaca), donde la tilapia es la especie mayormente producida y zona norte (Sinaloa, Baja California, Baja California Sur), donde el camarón es la especie más destacada.

En el caso de las jaulas flotantes que PMA de Sinaloa fabrica y comercializa tienen diversos orígenes:

MATERIALES	ORIGEN
Brackets de acero	México
Brackets de polietileno	China
Tubos de polietileno	México
Red de malla	Chile

Fuente: PMA de Sinaloa

En entrevista con Sergio Valdez, representante de PMA Sinaloa, afirma que el uso de jaulas flotantes se ha intensificado, gracias al aumento de la producción de distintas especies como el camarón y la tilapia, y la necesidad de tecnificación de la industria acuícola, aunque la mayoría los acuicultores aún no cuentan con un desarrollo óptimo.

Por otro lado, las jaulas flotantes en México se pueden comercializar como producto terminado, a través de una empresa especializada, o en partes, este último el acuicultor compra, diseña e instala, ante esta necesidad la CONAPESCA proporciona un manual en línea y de consulta pública

(:http://www.conapesca.sagarpa.gob.mx/wb/cona/disenio_de_jaulas_flotantes)

2. Importaciones (valor, volumen y precios promedio) del producto últimos tres años por país.

México ha incrementado importaciones en los últimos años, gracias al potencial que se tiene con el sector pesquero y acuícola. Para la fracción 5608 (Redes de mallas anudadas, en paño o en pieza, fabricadas con cordeles), las importaciones mexicanas en 2014 han incrementado su valor en 9.4% respecto al año anterior, donde Perú y China Taipéi (Taiwán) cuentan con el 18% de participación en el mercado cada uno. Chile solo contribuyó con el 2% de las exportaciones.

Es conveniente decir que esta mercancía no solo se importa para la fabricación de jaulas, sino para otros usos, como captura o retención en distintos cuerpos de agua. Sin embargo, las redes chilenas son altamente reconocidas por los importadores debido a su calidad.

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES DE MÉXICO

Exportadores	Valor importada en 2012	Cantidad importada 2012, toneladas	Valor unitario 2012	Valor importada en 2013	Cantidad importada 2013, toneladas	Valor unitario 2013	Valor importada en 2014	Cantidad importada 2014, toneladas	Valor unitario 2014	Participación 2014
Mundo	20,165.00	2,191.00	9.20	22,257.00	2,502.00	8.90	24,354.00	2,671.00	9.12	100%
EUA	5,075.00	414.00	12.26	4,879.00	380.00	12.84	5,178.00	345.00	15.01	13%
Perú	2,323.00	279.00	8.33	3,272.00	396.00	8.26	3,786.00	485.00	7.81	18%
Taipei Chino	1,947.00	257.00	7.58	3,604.00	494.00	7.30	3,368.00	481.00	7.00	18%
China	3,934.00	441.00	8.92	4,200.00	475.00	8.84	3,004.00	408.00	7.36	15%
Tailandia	2,275.00	346.00	6.58	1,820.00	273.00	6.67	2,588.00	334.00	7.75	13%
España	550.00	74.00	7.43	788.00	112.00	7.04	1,286.00	167.00	7.70	6%
Viet Nam	672.00	75.00	8.96	970.00	110.00	8.82	1,265.00	123.00	10.28	5%
India	152.00	14.00	10.86	324.00	46.00	7.04	1,115.00	127.00	8.78	5%
Chile	818.00	64.00	12.78	768.00	61.00	12.59	582.00	49.00	11.88	2%

Fuente: International Trade Center

*miles de dólares

Para la fracción 560811 (redes confeccionadas para la pesca, de materias textiles sintéticas o artificial), Chile contó con el 1% de participación en 2014, donde los principales proveedores fueron Perú (13%) y Taiwán o China Taipei (12%). Las importaciones mexicanas de este producto tuvieron un avance del 26% respecto 2014.

Exportadores	Valor importada en 2012	Cantidad importada 2012, Toneladas	Valor unitario 2012	Valor importada en 2013	Cantidad importada 2013, Toneladas	Valor unitario 2013	Valor importada en 2014	Cantidad importada 2014, Toneladas	Valor unitario 2014	Participación 2014
Mundo	11,853.00	1,400.00	8.47	13,969.00	1,762.00	7.93	17,592.00	2,077.00	8.47	100%
Perú	2,323.00	279.00	8.33	3,272.00	396.00	8.26	3,786.00	485.00	7.81	13%
Taipei Chino	1,835.00	245.00	7.49	3,496.00	477.00	7.33	3,227.00	466.00	6.92	12%
China	2,347.00	290.00	8.09	2,165.00	304.00	7.12	2,520.00	291.00	8.66	8%
Tailandia	2,242.00	333.00	6.73	1,575.00	247.00	6.38	2,314.00	291.00	7.95	8%
Estados Unidos de América	1,041.00	42.00	24.79	932.00	59.00	15.80	1,495.00	80.00	18.69	2%
Viet Nam	669.00	74.00	9.04	951.00	109.00	8.72	1,245.00	123.00	10.12	3%
España	465.00	58.00	8.02	416.00	52.00	8.00	1,110.00	142.00	7.82	4%
India	128.00	12.00	10.67	273.00	37.00	7.38	1,098.00	125.00	8.78	3%
Chile	169.00	12.00	14.08	559.00	49.00	11.41	456.00	41.00	11.12	1%

Fuente: International Trade Center

*miles de dólares

3. Centros de consumo y estacionalidad de demanda.

Sinaloa, Veracruz y Jalisco son los líderes en producción en acuícola en México. En dichos estados se concentran empresas que distribuyen productos derivados de esta actividad. Existe un número importante de granjas comerciales y autoconsumo en México, las cuales podrían ofrecer oportunidades para el desarrollo acuícola. Por ejemplo para el caso del camarón se tienen registradas las siguientes granjas:

Estado	No. de granjas Comerciales	No. de granjas de Autoconsumo	Superficie cultivada (ha)
Baja California	0	36	125.00
Baja California Sur	5	2	NR
Campeche	1	0	150.00
Chiapas	NR	NR	NR
Colima	15	0	159.49
Guerrero	20	0	64.00
Jalisco	8	0	12.00

Nayarit	227	0	4,488.47
Sinaloa	626	4	38,249.00
Sonora	168	0	25,462.55
Tabasco	41	0	296.00
Tamaulipas	15	0	726.00
Veracruz	1	NR	5.80
Yucatán	1	4	12.00

Fuente: INAPESCA

Este producto no tiene una disponibilidad específica, se puede conseguir en cualquier época del año siempre y cuando exista oferta y demanda.

Es conveniente mencionar que las granjas de autoconsumo, son aquellas con fines de investigación o para consumo propio.

V. Canal de Distribución y Agentes del Mercado

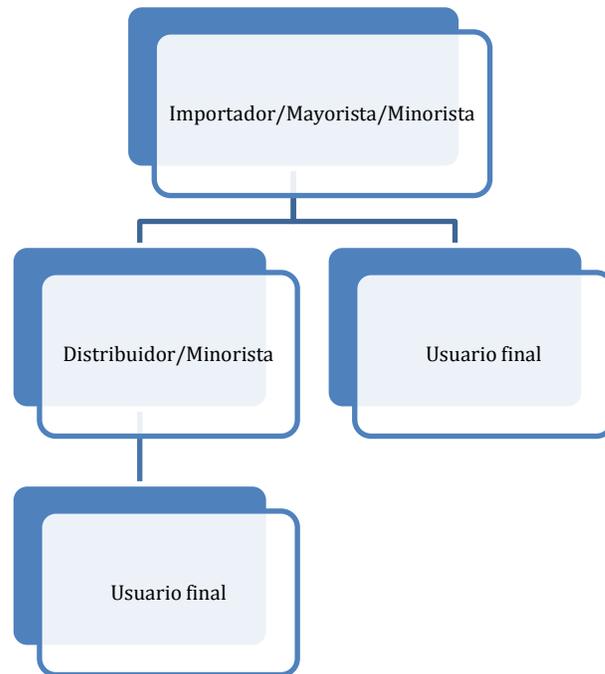
1. Estructura de comercialización.

La estructura de comercialización es muy sencilla. Existen centros especializados en la venta de partes e insumos acuícolas en diversos estados como Baja California, Baja California Sur, Sinaloa, Jalisco, Veracruz, entre otros. Estos centros se encargan de la importación y distribución dentro de México, ya sea con pedidos vía telefónica, por correo o visitas directas por parte de los clientes. Dentro de la cadena de comercialización, el importador puede ser mayorista y minorista, ya que vende tanto a usuario final como a otras tiendas especializadas.

El acuicultor puede optar por dos vías para la adquisición de una jaula flotante:

- Mediante una empresa especializada en acuicultura.
- La compra de materiales y equipo por cuenta propia.

2. Diagrama de flujo de importador, mayorista, minorista.



3. Poder de decisión compra y toma de decisión a lo largo de la cadena.

Los importadores, como se menciona anteriormente, también operan como minoristas y mayoristas. En su mayoría, tienen el poder de decisión de compra, ya que son los principales actores dentro de la cadena.

Por otro lado, los clientes o usuarios finales ejercen presión sobre las decisiones de compra de los importadores, ya que algunas de las mercancías comercializadas se hacen sobre pedido, a petición del usuario final.

4. Estrategia y política de diferenciación de minoristas.

En entrevista con PMA Sinaloa, afirman que el precio, calidad y durabilidad son los factores de decisión. Al ser insumos que forman parte de un producto terminado no se distingue marca, el usuario solo se enfoca en que sean de buena calidad a un precio razonable.

5. Tiendas especializadas del producto.

ProChile México detectó dos empresas mexicanas especializadas:

- PROAQUA (<http://www.proaqua.mx/>), que tiene sucursales en Sinaloa, Chiapas, Sonora, Baja California, Nayarit, Michoacán. Entre sus principales clientes tienen las Instituciones de Investigación y Gobiernos estatales.
- PMA DE SINALOA (<http://pmadesinaloa.com.mx/>), cuenta con sucursales en Jalisco, Sonora, Nayarit, Colima, Michoacán, Campeche, Tamaulipas y Sinaloa. Atienden a otros distribuidores como Yamaha, Urrea, Kasko.

6. Distribución Online.

Dentro de las páginas web de las empresas se manejan catálogos on line de sus productos. Sin embargo, no manejan ventas por este medio, debido a la complejidad que puede llevar el proceso de compra.

VI. Consumidor (Usuario)

1. Segmentos de consumo del producto.

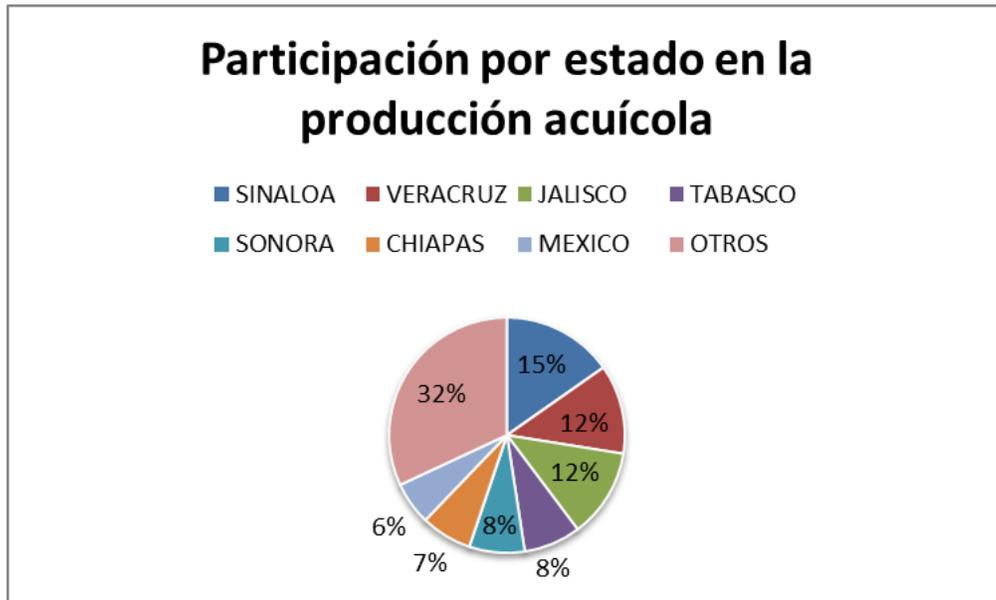
Al ser un producto con fines industriales, el consumidor final (usuario final) serán aquellos propietarios de granjas acuícolas comerciales o de autoconsumo, ya sean públicos o privados, que tengan el ingreso suficiente o un subsidio gubernamental, para construir una jaula flotante. El perfil del usuario final sería el siguiente:

- Propietario de granjas acuícolas (gobierno, centros de investigación, privados)
- De preferencia con conocimientos sobre acuicultura
- Capacidad financiera
- Con espacios para la instalación de las jaulas

Quien toma relevancia para el exportador chileno es el intermediario, ya que este mismo negocia con el usuario final.

2. Centros de consumo.

Como se menciona anteriormente, la acuicultura se practica en casi todo el país. Sin embargo, cada región presenta características distintas que se deben tomar en cuenta. Los principales estados con producción acuícola son los estados de Sinaloa y Veracruz.



Fuente: CONAPESCA

3. Conocimiento y preferencias de atributos diferenciadores por segmento.

En entrevista con PMA de Sinaloa, la característica más importante es la relación precio-calidad, al ser un producto armado, los usuarios buscan tener el mayor ahorro posible y durabilidad.

4. Productos sustitutos y similares.

En cuanto a jaulas flotantes, existen productos que pueden sustituirlas, que también son comercializados por las empresas especializadas, como:

- Estanques artesanales
- Estanques
- Presas



Estanques



Presas

Fuente: Agroeducación/Oceantech

VII. Benchmarking (Competidores) y Tendencias

1. Principales marcas en el mercado.

Las jaulas flotantes son armadas, con insumos tanto locales como extranjeros de origen chino en su mayoría. Sin embargo, las redes de malla chilenas son reconocidas por su calidad entre los importadores/distribuidores en México.

En entrevista con PMA de Sinaloa, afirma que el usuario no distingue marcas, sino que el factor de decisión más importante es el precio relacionado con la calidad.

2. Segmentación de competidores.

Los importadores de partes de jaulas flotantes reconocen que los proveedores basan su estrategia en el precio y calidad, aunque la disponibilidad del producto es de suma importancia. La única segmentación clara por parte de los importadores es a base del precio, condiciones de pago y calidad.

3. Atributos de diferenciación de productos en el mercado.

Los atributos de diferenciación son los siguientes:

- Calidad
- Precio
- Durabilidad
- Garantía

- Capacidad de respuesta

4. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado.

Las jaulas flotantes se arman en México, trayendo materiales de otros orígenes y también elementos locales. Con información de la CONAPESCA, para una jaula flotante de 6 unidades de producción, el desglose de los costos sería el siguiente, el insumo chileno sería la malla de nylon (red):

Costos Unitarios en pesos MXN

Componentes	Materiales	Cantidad	Costo* (\$)
Jaula de cultivo	. Tubo de polietileno de alta densidad de 6" Ø	20 m	3 700
	. Codos 90º de polietileno de alta densidad de 6" Ø	4	2 100
	. Anillas tipo bisagra para soporte, de acero inoxidable	4	2 500
	. Bolso de malla de nylon de 1 ¼", incluye cabos y piola	1	11 000
	. Anillas de "Velcro"	16	2 000
	. Termofusión		2 000
Plataforma de servicio	. Estructura de solera de 2" y angular de acero de 2X2"	1	16 000
	. Tambos de polietileno de 200 litros	8	2 400
	. Cubierta de madera	15 m ²	5 400
	. Herrajes de sujeción	2	600
Muelle de acceso	. Estructura de solera de 2" y angular de acero de 2X2"	1	7 000
	. Tambos de polietileno de 200 litros	4	1 200
	. Cubierta de madera	5.4 m ²	2 800
	. Herrajes de sujeción entre muelles	2	600
	. Herrajes de sujeción para jaulas	4	1 600

Fuente: Conapesca

Costos Totales en pesos MXN

Cantidad	Componente	Costo Unitario (\$)	Subtotal
6	. Jaulas de cultivo de 5X5X3 m	24 300	144 800
1	. Plataforma de servicio de 5X3 m	24 400	24 400
3	. Muelles de acceso de 6X0.9 m	13 200	39 600
	Total		208 800*

Fuente: Conapesca

*El costo total sería de \$208,800 MXN, equivalente, en dólares americanos a US\$13,920 se debe señalar que esto no incluye mano de obra.

5. Posicionamiento de producto chileno en el mercado en comparación a competidores.

En entrevista con PMA de Sinaloa, afirmaba que las redes chilenas son de muy buena calidad a precios razonables.

6. Especificaciones.

El diseño general de las jaulas flotantes es circular con dos anillos de flotación; sin embargo, se pueden fabricar jaulas de cualquier forma y medida. Todas son hechas 100% de polietileno de alta densidad fabricado con resinas vírgenes clasificación PE 3408/3608, y no tienen piezas metálicas que se puedan oxidar o contaminar el agua.

En México se manejan tres tipos de jaulas:

- 1) Modelo lagunar. Es el más ligero.
- 2) Modelo ribereño. Tiene resistencia intermedia para corrientes veloces.
- 3) Modelo marino. El más robusto, diseñado para soportar oleajes y corrientes marinas.



Modelo lagunar



Modelo ribereño



Modelo marino

Fuente: Pezmx

7. Campañas MKT de competidores o producto local.

Es importante considerar que las jaulas flotantes para acuicultura son un producto industrial. Por lo tanto, sus estrategias de promoción tienen un enfoque racional y de poco impacto visual. Las estrategias de promoción utilizadas son poco segmentadas y su objetivo es incentivar las ventas.

Únicamente, se encontraron dos herramientas de promoción para el producto que se investigó. La primera fue la colocación de anuncios publicitarios en revistas especializadas tales como :

- ✓ Panorama Acuícola Magazine, material que es distribuido entre las empresas pertenecientes a la industria acuícola en toda la República Mexicana. <http://www.panoramaacuicola.com/>

La segunda herramienta que resulta útil, es la participación en eventos de la industria acuícola en México, ya sea como expositores, patrocinadores o simplemente la asistencia con el objetivo de generar networking. A continuación, se muestra un ejemplo de eventos relacionados a la industria:

- ✓ AQUAMAR Internacional, (<http://www.aquamarinternacional.com/index.html>)
- ✓ Foro Internacional de Acuicultura, (<http://www.fiacui.com/>)
- ✓ Latin American and Caribbean Aquaculture (<http://www.fiacui.com/eventos/laqua>)

VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado

M. EN C. MAGDA ESTELA DOMÍNGUEZ MACHÍN
Jefa del Centro Regional de Investigación Pesquera
Veracruz, México
Instituto Nacional de Pesca
Magda.dominguez@inapesca.gob.mx

“En México las jaulas flotantes, son construidas, esto quiere decir que los acuicultores no cuentan con un lugar en el que puedan adquirir una jaula flotante, pues no se comercializa como un producto terminado, aunque existen empresas que construyen jaulas flotantes sobre pedido.

Sin embargo, la mayoría de los acuicultores en México son quienes diseñan sus propias jaulas. Cuentan con el apoyo del Instituto Nacional de Pesca (INAPESCA), organismo dependiente de la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) quienes proporcionan un manual de construcción de jaulas flotantes y datos de proveedores para los insumos que son necesarios

En México, existe la tecnología para poder desarrollar los componentes que integran el producto final. No obstante, en ocasiones son importadas ciertas piezas para elaborar un producto terminado de acuerdo a las necesidades del cliente. Una propuesta de tecnología que puede ser aplicada a la presentación y/o comercialización de las jaulas flotantes en México, es que una empresa externa (oportunidad para empresarios chilenos) enfoque sus esfuerzos en vender a los acuicultores mexicanos las jaulas flotantes como producto terminado de acuerdo a sus necesidades.

Una opción puede ser a través de un catálogo de productos que incluyan diversos diseños de las jaulas y otra puede ser que a través de un sitio en línea donde los clientes potenciales realicen una cotización acerca del tipo de jaula que necesiten, colocando las medidas necesarias, materiales requeridos con base a la especie a cultivarse y/o producirse. De esta forma se estará innovando a través del uso de la tecnología de internet en la forma de cómo se vendan las jaulas flotantes.”

Sergio Valdez Quintana

PMA de Sinaloa
Gerente de Ventas

“Como ya te comente no se pagan aranceles de los productos procedentes de Chile, la red sin nudo la estamos adquiriendo con una empresa chilena. El interés por la adquisición de jaulas está incrementándose sobre todo por parte del Gobierno y algunos investigadores, el problema que tenemos en México es la falta de semilla, mientras no se resuelva esto no se podrá avanzar.

Actualmente, el Gobierno está promoviendo la maricultura a base de jaulas flotantes, y como empresa queremos estar preparados. Agradeceríamos el apoyo de especialistas chilenos para capacitación acerca de sus productos y así empujarlos para incrementar su ventas en el mercado mexicano”

IX. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado

- Explorar posibilidades de vender el producto terminado desde Chile.
- Visitar y/o participar en eventos especializados donde se puedan conocer a los principales actores y realizar contactos de negocios.
- Conocer los programas de compras públicas (<https://compranet.funcionpublica.gob.mx/web/login.html>) para licitaciones o concursos que involucren este tipo de productos.
- Conocer las necesidades de cada estado en México.
- El campo de la acuicultura en México es muy amplio. Está en desarrollo se pueden ofrecer otro tipo de productos.
- El mexicano busca relaciones a largo plazo, a través de la confianza.
- Es importante contar con un importador confiable o con un representante en México para dar seguimiento a las ventas.
- Considerar una misión comercial de prospección.
- Capacitar al empresario mexicano para incentivar las ventas de los productos chilenos que pueda representar.
- Considerar una visita sectorial con fines comerciales y de capacitación por parte de las empresas chilenas.

X. Fuentes de información (*Links*)

- Vázquez, A (2009) *“Diseño de un sistema de jaulas para cultivos dulceacuícolas y marinos”*. CONAPESCA: Mazatlán, Sinaloa
- Bocek, A (2009) *International Center for Aquaculture and Aquatic Environment*: Swingle Hall. Auburn University, Alabama, USA
- Base de Datos *“DiaenLinea”* Información consultada el día 11 de Marzo 2015. Obtenido a partir de la siguiente dirección URL: <http://www.diaenlinea.com.mx/es/index.htm>
- Historial de Prensa (2011) *Comisión Nacional de Acuicultura y Pesca (CONAPESCA)*. México. Recuperado a partir de la siguiente dirección URL: http://www.conapesca.sagarpa.gob.mx/wb/cona/23_de_junio_de_2011_mexico_df
- Página Web *“PESCAMAR”* Información consultada el día 12 de Marzo 2012. Obtenido a partir de la siguiente dirección URL: <http://www.pescamar.com.mx/>
- Base de Datos *“Trade Wizards”* (2015) Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE. Recuperado el día 11 de Marzo 2015. Obtenido a partir de la siguiente dirección URL: <http://biblioteca.sin.itesm.mx/?p=33>
- Entrevista a **INAPESCA**. Realizada a la Lic. Magda Estela Domínguez Machín. Jefa del Departamento de Sanidad y Nutrición Acuícola. Realizada el 30 de Marzo 2012.
- Entrevista: **Instituto Nacional de Pesca e Instituto De Acuicultura del Estado de Sonora**. Ing. Germán Ibarra. Realizada a través de correo electrónico.
- Entrevista a **ProAqua**. Realizada a Ramiro Hernández, Gerente de Ventas de ProAqua. Realizada el 11 de marzo de 2015 a través de correo electrónico.
- Entrevista a **PMA de Sinaloa**. Realizada a Sergio Valdez, Gerente de Ventas de PMA de Sinaloa. Realizada el 20 de marzo de 2015.