

# Perfil de mercado -Ajos Frescos-



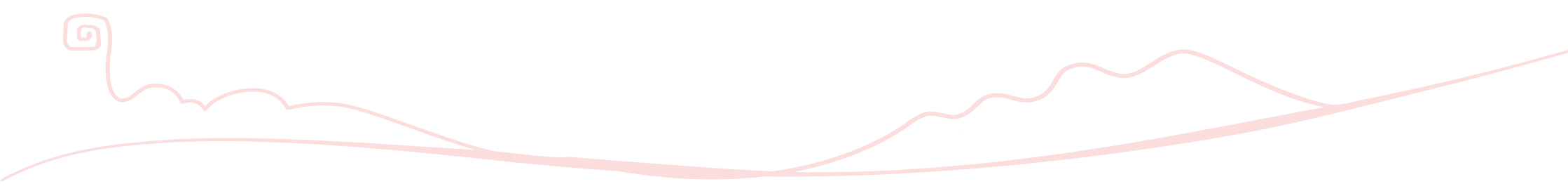
PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo



## Índice

|   |           |
|---|-----------|
| <b>01. Mercado</b>                                    | <b>4</b>  |
| <b>02. Condiciones de Acceso</b>                      | <b>14</b> |
| <b>03. Distribución y Canales de Comercialización</b> | <b>22</b> |
| <b>04. Datos de Contacto de Importadores</b>          | <b>25</b> |
| <b>05. Fuentes de Información</b>                     | <b>26</b> |



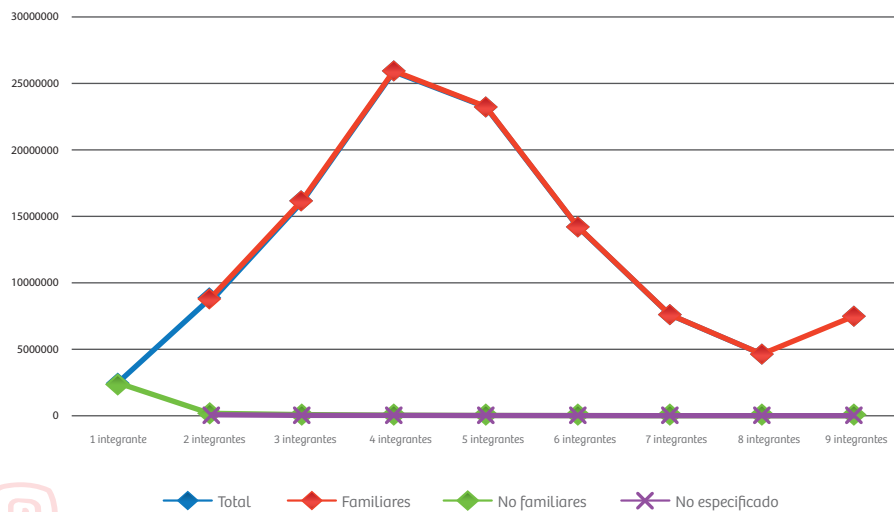
# 01

## Mercado

### 1.1 Tamaño

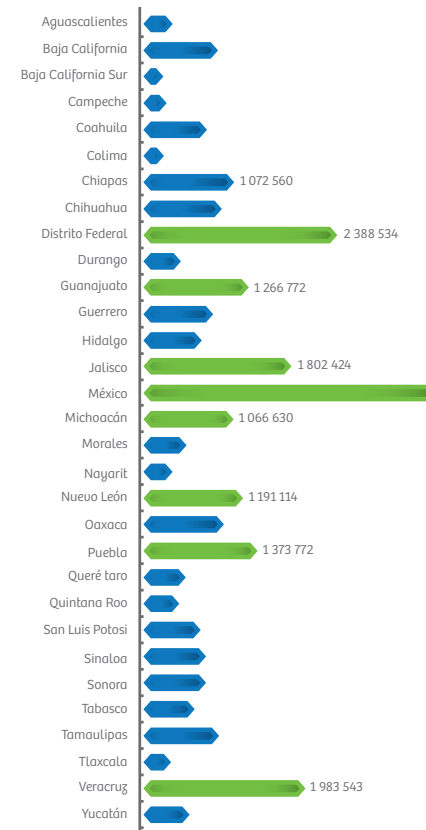
En México existen 28 268 521 hogares, el equivalente a los 110 610 075 mexicanos de los se integran como muestra el cuadro del Censo de Población y Vivienda 2010 . Siendo el mercado mexicano uno de los mercados latinoamericanos más atractivos en términos cuantitativos y cualitativos.

### Censo de Población y Vivienda 2010 Tipo y clase de hogar



Fuente: INEGI

### Número de hogares por Entidad Federativa



Fuente: INEGI

El último CENSO de la población mexicana se realizó en el año 2010

Como se puede observar el Distrito Federal y el Estado de México, conglomeran el 21,58% de la población (Total de hogares = 28 159 373), es decir, con una concentración de 6 077 587 hogares. Esta zona considerada como el área metropolitana, es la de mayor importancia.

## 1.2 Producción local (Principales Productores)

- Agrocomercio Integrado, S.A. de C.V.
- Aguilares, S.P.R. de R.L.
- Baja Ajo, S.A. de C.V.
- Compañía Agrícola y Ganadera La Gloria, S.P.R
- Deshidratadora Aguascalientes, S.A. de C.V.
- Grupo Triple H
- Los Rancheros Comercializadora, S.A. De C.V.
- Nico Alimentos
- Productores de Ajos de Rincón de Romos, S.A.
- Agrícola las Montañas, S. de R.L. de C.V.
- Agroproductos del Cabo, S.A. de C.V.
- Baja Ajo, S. de R.L. de C.V.
- Comercializadora Gab S.A. de C.V.
- Los Rancheros Comercializadora S.A. de C.V.
- Nippon Shokuhin Mexicana, S.A. de C.V.
- Organización Sahuayo, S.A. de C.V.
- Rancho Los Olmos, S. P. R. De R. L.

En México, se cosecharon 59 014 toneladas de ajo en el ciclo 2013, con un valor de producción de 56,7 millones de dólares. El rendimiento promedio fue de 11,11 toneladas por hectárea con un precio promedio de 959 dólares la tonelada. Asimismo, se debe considerar que el 30% de la cosecha se pierde en el almacenamiento (SIAP, 2010), y probablemente debido a que cierta parte de la producción del ajo no es de buena calidad, no es aceptada en el mercado. Esta parte de la producción requiere lograr una mejor conservación y encontrar mercados donde el ajo tenga un valor agregado tal como la industria farmacéutica.

## 1.3 Importaciones

Actualmente, China es el principal productor de ajo a nivel mundial, contribuyendo con el 74,8% de la producción mundial, situación que no influye directamente en la comercialización, precios y niveles de desempeño de este sector en el mercado mexicano.

México importa ajo principalmente de Chile y Argentina, aunque como se puede observar en la tabla anterior, las importaciones de ajo desde Perú a partir del 2010 han ido descendiendo, mientras las importaciones chilenas se consolidan en el mercado mexicano.

### Importación de ajos frescos (Valor en dólares y Volumen en kilogramos)

| IMPOR-<br>TACIO-<br>NES   | 2011<br>ene-dic |               | 2010<br>ene-dic |                | 2009<br>ene-dic  |                | 2008<br>ene-dic  |                  |
|---------------------------|-----------------|---------------|-----------------|----------------|------------------|----------------|------------------|------------------|
|                           | Valor           | Volumen       | Valor           | Volumen        | Valor            | Volumen        | Valor            | Volumen          |
| Chile                     | 20 699 146      | 7 653 170     | 11 851 783      | 7 215 040      | 15 185 225       | 5 951 510      | 12 310 114       | 4 456 600        |
| Argentina                 | 5 557 399       | 2 805 910     | 4 821 363       | 2 659 060      | 9 498 008        | 4 829 720      | 16 642 000       | 6 167 940        |
| Estados Unidos de América | 561 031         | 293 500       | 1 263 915       | 786 806        | 3 024 094        | 1 848 673      | 5 312 546        | 2 108 907        |
| <b>Perú</b>               | <b>43 999</b>   | <b>20 000</b> | <b>386 863</b>  | <b>260 750</b> | <b>1 774 819</b> | <b>925 330</b> | <b>3 296 192</b> | <b>1 309 430</b> |

Fuente: Elaborado por la Secretaría de Economía con datos de Banco de México y la Ley del Impuesto General de Importación y Exportación

## 1.4 Exportaciones

### Exportación de ajos frescos (Valor en dólares y Volumen en kilogramos)

| EXPORTACIONES             | 2013 ene-dic |           | 2012 ene-dic |           | 2011 ene-dic |           | 2010 ene-dic |           |
|---------------------------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|
|                           | Valor        | Volumen   | Valor        | Volumen   | Valor        | Volumen   | Valor        | Volumen   |
| Estados Unidos de América | 7 393 578    | 6 872 496 | 9 561 348    | 8 190 368 | 6 935 219    | 7 107 686 | 8 375 139    | 8 598 108 |
| Australia                 | 15 52 203    | 1 077 189 | 1 238 831    | 961 648   | 1 242 814    | 983 781   | 1 096 997    | 943 921   |
| Francia                   | 729 612      | 367 200   | 1 342 193    | 991 300   | 1 169 302    | 815 409   | 868 293      | 716 400   |
| Brasil                    | 527 869      | 449 000   | 1 225 714    | 1 336 300 | 1 147 791    | 10 67 000 | 277 890      | 242 000   |
| Polonia                   | 444 654      | 239 600   | 1 020 473    | 820 042   | 848 469      | 756 307   | 306 937      | 287 289   |
| Países Bajos              | 238 758      | 286 000   | 840 527      | 845 200   | 765 450      | 748 000   | 254 629      | 242 000   |
| Italia                    | 67 145       | 43 200    | 188 309      | 151 202   | 398 092      | 303 200   | 529 100      | 479 600   |
| Canadá                    | 166 647      | 107 968   | 158 014      | 128 508   | 212 115      | 254 982   | 21 797       | 19 385    |
| Guadalupe                 | 357 453      | 194 648   | 239 346      | 173 108   | 180 415      | 172 878   | 244 986      | 215 772   |
| Reino Unido               | 12 955       | 16 200    | 86 521       | 57 840    | 153 561      | 107 920   | 25 448       | 22 000    |
| Martinica                 | 166 647      | 107 968   | 158 014      | 129 508   | 109 657      | 108 464   | 159 756      | 171 872   |
| República Dominicana      | 0            | 0         | 0            | 0         | 85 792       | 64 800    | 29 464       | 21 600    |
| Sudáfrica                 | 0            | 0         | 52 833       | 66 000    | 25 918       | 22 000    | 0            | 0         |

| EXPORTACIONES | 2013 ene-dic      |                  | 2012 ene-dic      |                   | 2011 ene-dic      |                   | 2010 ene-dic      |                   |
|---------------|-------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
|               | Valor             | Volumen          | Valor             | Volumen           | Valor             | Volumen           | Valor             | Volumen           |
| Dinamarca     | 0                 | 0                | 0                 | 0                 | 4 618             | 6 540             | 5 483             | 2 975             |
| Belice        | 2 630             | 1 525            | 5 643             | 2 360             | 3 391             | 2 774             | 507               | 354               |
| Japón         | 0                 | 0                | 0                 | 0                 | 1 350             | 1 000             | 16                | 14                |
| El Salvador   | 0                 | 0                | 0                 | 0                 | 204               | 220               | 0                 | 0                 |
| Alemania      | 29 106            | 22 013           | 0                 | 0                 | 18                | 30                | 0                 | 0                 |
| Bélgica       | 29 057            | 22 000           | 0                 | 0                 | 0                 | 0                 | 77 603            | 110 000           |
| Cuba          | 0                 | 1                | 0                 | 0                 | 0                 | 0                 | 0                 | 0                 |
| Suiza         | 0                 | 0                | 0                 | 0                 | 0                 | 0                 | 74 712            | 66 000            |
| Chile         | 0                 | 0                | 0                 | 0                 | 0                 | 0                 | 0                 | 0                 |
| China         | 0                 | 0                | 0                 | 0                 | 0                 | 0                 | 0                 | 0                 |
| Ecuador       | 0                 | 0                | 0                 | 0                 | 0                 | 0                 | 93 666            | 75 000            |
| España        | 0                 | 0                | 285 266           | 142 700           | 0                 | 0                 | 175 701           | 154 045           |
| Guatemala     | 0                 | 0                | 1 070             | 1 000             | 0                 | 0                 | 0                 | 0                 |
| Honduras      | 0                 | 0                | 0                 | 0                 | 0                 | 0                 | 25                | 50                |
| Panamá        | 0                 | 0                | 0                 | 0                 | 0                 | 0                 | 0                 | 0                 |
| Puerto Rico   | 37 716            | 18 705           | 0                 | 0                 | 0                 | 0                 | 0                 | 0                 |
| Taiwán        | 0                 | 0                | 0                 | 0                 | 0                 | 0                 | 0                 | 0                 |
| <b>Total</b>  | <b>11 685 746</b> | <b>9 807 104</b> | <b>16 592 544</b> | <b>14 137 974</b> | <b>13 284 176</b> | <b>12 522 993</b> | <b>12 618 149</b> | <b>12 368 387</b> |

Fuente: Elaborado por la Secretaría de Economía con datos de Banco de México y la Ley del Impuesto General de Importación y Exportación

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía el 88,1% del consumo total de ajo fresco en México se destina al consumo humano y solo el 11,9% para usos industriales (ajo deshidratado, en polvo y en hojuelas). Donde casi el 35% de la producción nacional es destinada a la actividad de exportación.

## EXPORTACIONES (Valor en dólares y Volumen en Kg)

| EXPORTACIONES             | 2014<br>ene-may |         | 2013<br>ene-dic |         | 2012<br>ene-dic |         | 2011<br>ene-dic |         |
|---------------------------|-----------------|---------|-----------------|---------|-----------------|---------|-----------------|---------|
|                           | Valor           | Volumen | Valor           | Volumen | Valor           | Volumen | Valor           | Volumen |
| Total                     | 13 642          | 3340    | 32 148          | 6332    | 61 543          | 6574    | 419 190         | 32 994  |
| Estados Unidos de America | 10 952          | 2862    | 28 539          | 3520    | 51 837          | 2404    | 242 526         | 25 055  |
| China (Repa Popular de)   | 2 166           | 418     | 0               | 0       | 0               | 0       | 263             | 429     |
| Taiwan (Taipe chino)      | 374             | 20      | 0               | 0       | 0               | 0       | 0               | 0       |
| Corea del Sur             | 150             | 40      | 967             | 20      | 0               | 0       | 0               | 0       |
| Canada                    | 0               | 0       | 0               | 0       | 0               | 0       | 98 889          | 5 706   |
| Cuba (Repa de)            | 0               | 0       | 0               | 0       | 0               | 0       | 0               | 0       |
| Hong Kong (Territorio de) | 0               | 0       | 2 642           | 2 792   | 9 706           | 4 170   | 77 512          | 1 804   |
| Japon                     | 0               | 0       | 0               | 0       | 0               | 0       | 0               | 0       |

FUENTE: SIAVI Secretaría de Economía y Banco de México

### 1.5 Características generales

México es un país que ofrece excelentes oportunidades de negocios. Es un enorme mercado actualmente y promete ser un mercado aún mayor en el futuro, con un ritmo de crecimiento tanto de su población como de sus ingresos. No obstante, hay que tener en cuenta que para realizar negocios exitosamente con este enorme país, hay que estar muy bien informado y conocer a fondo su funcionamiento.

El mercado mexicano se caracteriza por las ganancias de los intermediarios, ineficiencia, usura, servicios innecesarios, altos costos de comercialización, entre otros, parecen ser los elementos responsables de que, por un lado, el consumidor mexicano pague un precio demasiado alto por los alimentos que compra y, por el otro, que el productor en campo reciba un precio demasiado bajo. El margen de comercialización regularmente es marcado por el retailer.

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

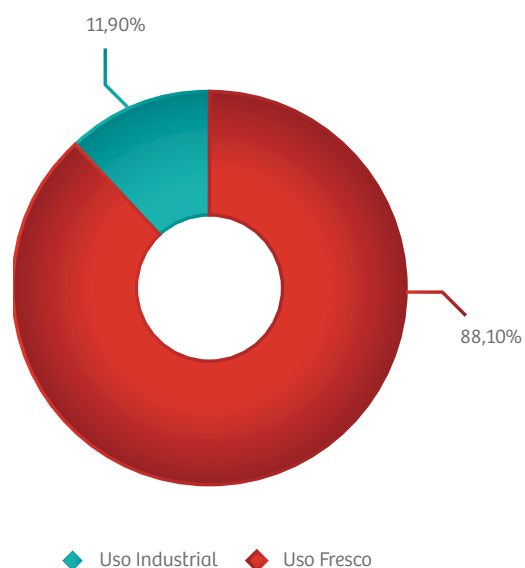
En México la producción local de ajo abastece temporalmente el mercado doméstico hasta el mes de octubre, existiendo una ventaja estacional que desde el mes de Noviembre se importan ajos provenientes de Argentina, Chile y Perú.

Existen otras presentaciones como ajo en polvo que se vende a granel o en frascos de 50 100 y 150 gramos. Además suelen haber en el mercado ajo en cubitos que según los fabricantes equivalen a un diente de ajo. Este producto es consumido en sus diferentes presentaciones, siendo el ajo fresco el más utilizado en los hogares mexicanos para la elaboración de diversos platillos culinarios, o para fines curativos (piquetes de mosco, sacar las flemas, curar el acné, aliviar catarros, etc.). Existe un signo distintivo en el que el gobierno mexicano certifica el producto y se puede ostentar la leyenda "México Calidad Suprema".

### Presentaciones más comunes del ajo

| Ajo en malla   | Ajo a granel  | Ajo pelado                                   | Ajo en trocitos en aceite   |
|--|---|--|---|
| 4 o 5 piezas empacadas en malla elástica para su venta individual (50, 100 y 150 gramos) | Regularmente se vende por kilogramo, viene empacado en cajas de 10 kilogramos | Se presenta en 500 gramos empacado al vacío. | Se presenta en frascos de vidrio con un contenido de 210 gramos con una masa drenada de 180 gramos. |

### Consumo de ajo



Fuente: INEGI

### Presentaciones más comunes del ajo

| PRECIOS                        | VALOR         | UNIDAD   |
|--------------------------------|---------------|----------|
| Precio de importación - 1      | 2,55          | USD X kg |
| Precio de venta - 1            | 4,32          | USD X kg |
| Precio de importación - 2      | 2,47          | USD X kg |
| Precio de venta - 2            | 4,19          | USD X kg |
| Margen de comercialización     | 1,71          | USD X kg |
| <b>Precio del ajo mexicano</b> | <b>Mínimo</b> |          |
| Central de abastos del D.F.    | 2,56          | USD X kg |
|                                | <b>Máximo</b> |          |
| Central de abastos del D.F.    | 4,58          | USD X kg |
| Rango de oscilación del precio | 2,02          | USD X kg |

Fuente: Sistema Nacional de Información e Integración de Mercados - [www.economia-sniim.gob.mx](http://www.economia-sniim.gob.mx)

Dentro de la investigación de campo se detectaron precios para el ajo blanco que oscilan entre los \$ 2,72 y los \$ 5,04 dólares estadounidenses por kilogramo, el ajo morado oscila entre los \$ 2,48 y los \$ 3,88 dólares estadounidenses por kilogramo.

| Producto | Superficie (ha) |            |           | Producción (ton) | Rendimiento (ton/ha) |
|----------|-----------------|------------|-----------|------------------|----------------------|
|          | Sembrada        | sinistrada | cosechada | obtenida         | obtenido             |
| AJO      | 5 259           | 146        | 449       | 3 477            | 7 743                |

Fuente: Elaborado por el Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP) SAGARPA Abril, 2012.

# 02

## Condiciones de Acceso

### 2.1 Requisitos Específicos para los importadores

#### 2.1.1 Aranceles: Preferencias por TLC, competidores, NMF

| Arancel General | Unidad de medida | ALADI PAR \$ | Arancel AIC Perú |
|-----------------|------------------|--------------|------------------|
| 10%             | Kilogramo        | Excluido     | Exento           |

De conformidad con el texto del Acuerdo de Integración Económica firmado entre México y Perú, no existe ninguna contingencia señalada en el acuerdo para este producto, sin embargo, el Gobierno Mexicano tiene la facultad constitucional de implementar medidas de salvaguardia y/o contingencias si sus intereses se ven desfavorecidos por la entrada indiscriminada y con dumping de estos y cualquier producto.

A partir del 1 de febrero de 2012, la importación de esta mercancía originaria de Perú, estará sujeta al arancel del 10% (Apéndice III del Decreto por el que se establece la Tasa Aplicable del IGI para las mercancías originarias de Perú, DOF 1/II/2012). Sin embargo, del 1 de noviembre al 31 de enero de cada año, se aplicará la preferencia arancelaria que se indica en la columna correspondiente para cada año (Punto Décimo Tercero del Decreto por el que se establece la Tasa Aplicable del IGI para las mercancías originarias de Perú, DOF 1/II/2012):

| Arancel del 1 de noviembre al 31 de enero del año respectivo |        |        |        |                  |
|--|--------|--------|--------|------------------|
| A partir del 1/ febrero/ 2012                                | 2013   | 2014   | 2015   | A partir de 2016 |
| Exento   | Exento | Exento | Exento | Exento           |

### Otros países con ventaja arancelaria

| Otros Países con Ventaja Arancelaria |           |            |             |           |
|--------------------------------------|-----------|------------|-------------|-----------|
|                                      |           |            |             |           |
| E.U.A.                               | Canadá    | Costa Rica | El Salvador | Guatemala |
| Exento                               | Exento    | Exento     | Exento      | Exento    |
|                                      |           |            |             |           |
| Honduras                             | Nicaragua | Colombia   | Bolivia     | Japón     |
| Exento                               | Exento    | Exento     | Exento      | Exento    |
|                                      |           |            |             |           |
| Unión Europea                        | Noruega   | Suiza      | Islandia    | Israel    |
| Exento                               | Excluido* | Excluido*  | Excluido*   | Excluido* |

Fuente: Secretaría de Economía

## 2.1.2 Requisitos específicos del comprador

- Estar inscrito en el Padrón de Importadores
- Ser una empresa legalmente constituida
- Llevar control de inventarios

## 2.1.3 Barreras/estándares/normas (resúmenes y enlaces)

Se requiere certificado fitosanitario de la SAGARPA, previa inspección con el objeto de revisar y certificar que el producto se encuentren libre de plagas y enfermedades (El Certificado se otorga en términos del Art. 9 del Acuerdo, previa comprobación del cumplimiento de la NOM fitosanitaria o de la HRF). Su importación no está sujeta al pago del IVA (RCGMCE 5.2.11.)

Este Certificado es la único requerimiento no arancelario que se debe de cumplir para la importación de la mercancía en México.

En caso de venderse los productos al detalle se requiere cumplir la Norma Oficial Mexicana de nomenclatura NOM-050-SCFI/SSA1-2010 referente a las "Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas pre-enuasados- Información comercial y sanitaria", siendo estas las regulaciones y restricciones no arancelarias que debe cumplir.

## 2.1.4 Régimen Legal y arancelario en país de destino

|                   |          |   |
|-------------------|----------|---|
| <b>Sección</b>    | II       | Productos del reino vegetal   |
| <b>Capítulo</b>   | 07       | Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios                                 |
| <b>Partida</b>    | 0703     | Cebollas, chalotes, ajos, puerros y demás hortalizas aliáceas, frescos o refrigerados |
| <b>SubPartida</b> | 070320   | Ajos  |
| <b>Fracción:</b>  | 07032099 | Los demás   |

## 2.2 Requisitos del Consumidor

### 2.2.1 Regiones/Sectores de mayor consumo dentro del mercado

En México preferentemente se consume el ajo fresco por la intensidad de sabores y fácil manejo para el consumidor. Su uso va desde restaurantes, fondas, puestos informales de comida, y hasta los consumidores finales que son los hogares. La distribución de los hogares mexicanos por entidad federativa, destacando los lugares con más afluencia de hogares como el Estado de México (3 221 617 hogares), el Distrito Federal (2 292 069 hogares), Veracruz (1 798 554 hogares), Jalisco (1 598 029 hogares), Puebla (1 222 966 hogares), Guanajuato (1 105 564 hogares), y Nuevo León (1 031 637 hogares), siendo estos lugares los más densamente poblados donde la mayoría de estos hogares se ubican dentro de las ciudades más importantes de México. Según datos del INEGI el total de hogares en México es de 28 159 373.

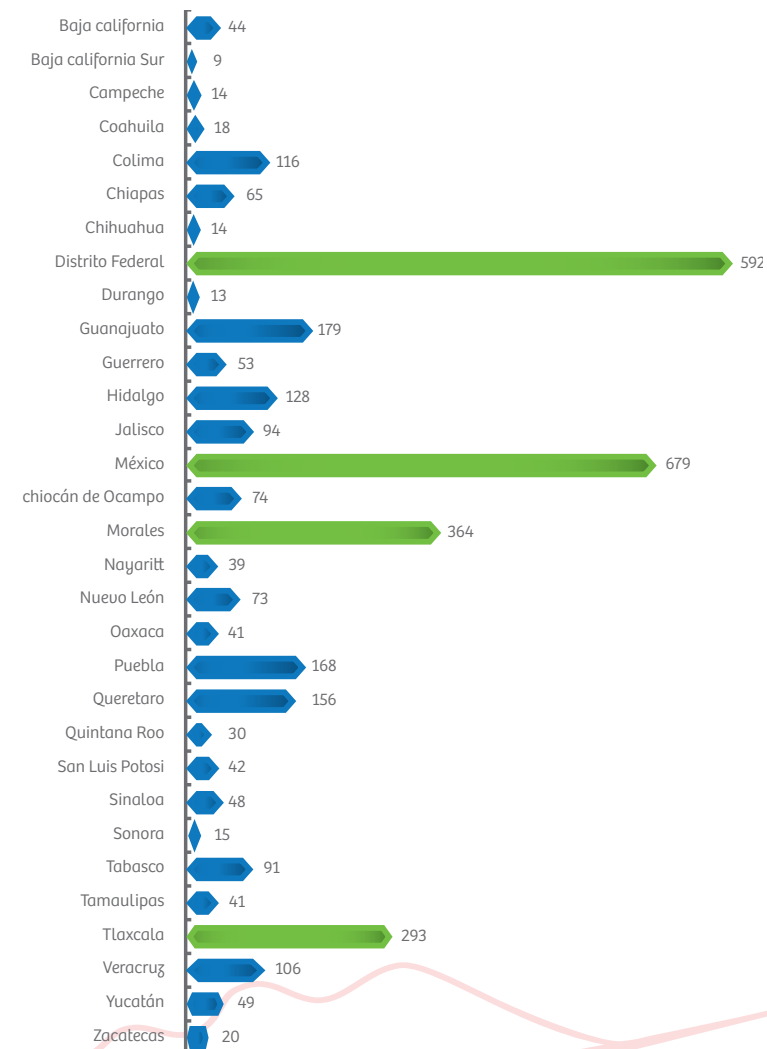
La ciudad de México sin duda es la más densamente poblada, aunque existen varios municipios del Estado de México

como Ecatepec, Naucalpan, Cuautitlán, y Netzahualcóyotl que por la densidad de hogares que albergan juntos, superan al Distrito Federal, considerándose parte del Área Metropolitana o Valle de México que se establece de manera periférica a la ciudad de México con 21,5 millones de habitantes, otra gran ciudad es Guadalajara con 4,1 millones de habitantes, Monterrey con 3,7 millones de habitantes, Puebla-Tlaxcala con 2,1 millones de habitantes, Toluca con 1,6 millones de habitantes, Tijuana con 1,5 millones de habitantes, León con 1,4 millones de habitantes, Ciudad Juárez con 1,3 millones de habitantes, Torreón o Comarca Lagunera con 1,2 millones de habitantes, y San Luis Potosí con un millón de habitantes aproximadamente, según el último censo de población practicado por el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI). De cualquier forma existen ciudades medias y ciudades pequeñas con cientos de miles de habitantes que resultan muy atractivas para nuestro caso.

## Indicadores de Coyuntura

| Indicador                                       | Unidad de Medida   | Año       | Valor      |
|---|--|-----------|------------|
| Población total                                 | Miles de habitantes  | 2010      | 112 337,00 |
| Tiempo de duplicación                           | Años   | 2010      | 39,5       |
| Tasa de crecimiento media anual de la población | Por ciento   | 2005-2010 | 1,8        |
| Relación hombre- mujeres                        | Número de hombres por cada 100 mujeres                                 | 2010      | 95,4       |
| Relación de dependencia                         | Población en edad dependiente por cada 100 personas en edad productiva | 2010      | 62,3       |
| Edad mediana                                    | Años   | 2010      | 26         |
| Densidad de población                           | Habitantes/km <sup>2</sup>   |           | 57         |
| Población urbana                                | Por ciento   | 2010      | 77,8       |
| Tasa global de fecundidad                       | Hijos por mujer de 16 a 49 años  | 2011      | 2          |
| Esperanza de vida                               | Años   | 2011      | 76         |
| Viviendas particulares habitadas propias        | Por ciento   | 2010      | 76,4       |

Fuente: Elaborada con datos disponibles del INEGI

Densidad de Población por Entidad Federativa 2010  
(Habitantes/Km2)

Fuente: Elaborada con datos disponibles del INEGI

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

El sector productor de ajos, aprovechando las ventajas agroecológicas y las oportunidades que se han abierto con los acuerdos comerciales suscritos por México, ha experimentado un cambio en la última década, orientando su producción fuertemente a la exportación, cambiando variedades e importando los volúmenes necesarios para suplir la demanda interna. La demanda de alimentos de los consumidores mexicanos obedece al incremento demográfico y a la elevación del nivel de vida de una parte importante de la población, lo que genera como consecuencia lógica la necesidad de satisfacer de inmediato, independientemente de la temporalidad del ajo.

| Problemática en la cadena de abasto de ajo  | Oportunidades   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Oligopolio en las centrales de abastos: Cd. de México, Guadalajara y Monterrey</li> <li>• Excesivo intermediarismo</li> <li>• Informalidad en las transacciones de compra venta</li> <li>• Falta de conocimiento de mercados de productos en fresco y de mercado</li> <li>• Comercialización a intermediarios en la propia parcela</li> <li>• Comercialización de productos con bajo valor agregado</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Demanda nacional durante todo el año</li> <li>• Grandes posibilidades de industrialización</li> <li>• Patrón de consumo orientados a productos benéficos para la salud</li> <li>• Uso como condimento en frituras</li> <li>• Incremento en la productividad y calidad del ajo</li> <li>• México importa el 42% de los alimentos que consume</li> </ul> |

## 2.2.3 Recomendaciones

- Existe un margen de oportunidad en donde puede haber cierta competencia, ya que si se logran alcanzar precios más bajos en algunos aspectos clave como lo son, la logística y el transporte, sin bajar los estándares de calidad, el número de exportaciones peruanas incrementaría.
- Dar a conocer la oferta exportable peruana de ajo fresco, su calidad y precios competitivos a los importadores.
- Trabajar con los distribuidores (Central de Abastos), así como con supermercados y mercados minoristas (tianguis) para que puedan comercializar los productos peruanos.
- Participar en ferias de alimentos, donde se puede promocionar y aplicar ciertas estrategias de mercado para incrementar la reputación y demostrar la calidad de los ajos frescos peruanos.
- Desarrollar un contacto permanente con los importadores locales para dar continuidad a la promoción de ajo fresco peruano.
- Que exista congruencia con el peso declarado o indicado en las etiquetas comparado con el peso real.



## 03

## Distribución y Canales de Comercialización

Del ajo en fresco que se destina para el mercado nacional, se calcula que cerca del 10% se comercializa en forma directa a las tiendas de autoservicio, mientras que el resto a las centrales de abasto, influyendo directamente en el abastecimiento del producto y su precio. Las centrales de abasto que predominan por su afluencia e influencia en el mercado son: la del Distrito Federal, la de Guadalajara y la de Monterrey.

Debido al alto porcentaje del ajo en fresco de concentración en las centrales de abasto, las mismas cadenas de autoservicio complementan su demanda en estos mercados. No es casualidad, ya que este tipo de mercados ofrecen ventajas tanto a productores como a tiendas de autoservicio, dado que el ajo está disponible durante todo el año.

No obstante, existe un gran potencial en otro canal de comercialización, en el que

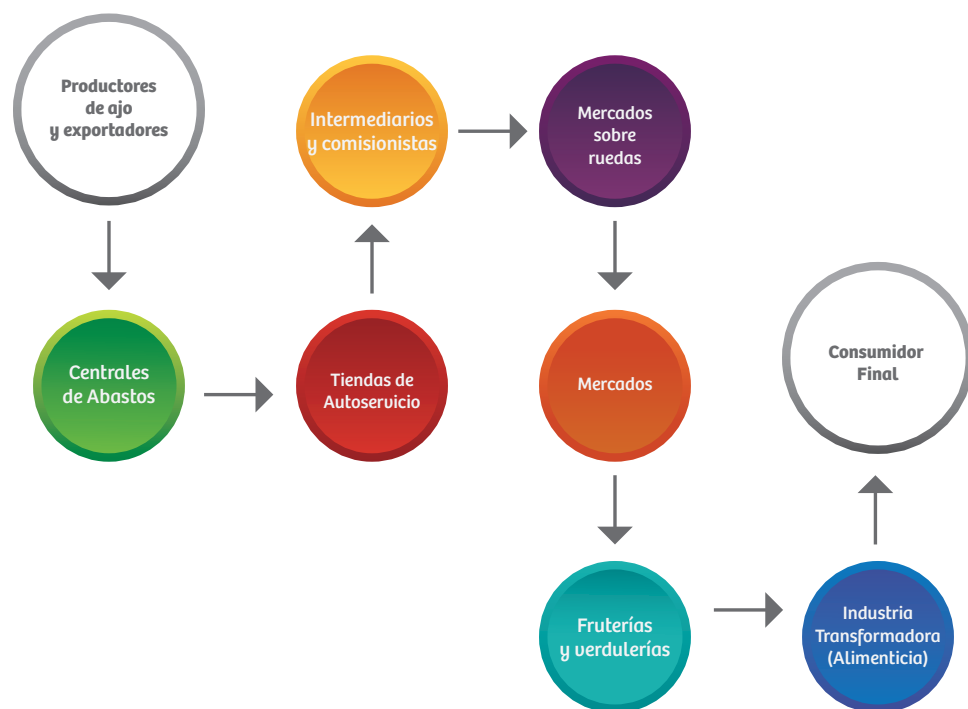
el ajo funge como un bien intermedio, el mismo que todavía no ha logrado alcanzar su pleno desarrollo, a pesar de que el ajo en la industria alimenticia (sobre todo en la de enlatados) es de suma importancia, ya que se utiliza como fijador de sabores. Lo que no permite crecer a la industria de ajo deshidratado, es que es un negocio de fuerte inversión e inventarios altos, situación por la que tanto productores como comercializadores no han enfatizado su participación. En estos casos el que procesa el ajo para deshidratarlo contrae todos los riesgos del negocio.

Es recomendable que el ajo fresco peruano se comercialice por un medio propio, es decir, estableciendo una comercializadora que distribuya directamente el producto con la finalidad de controlar calidad, precio, servicio y mercado. Solo a través de estos cuatro elementos diferenciadores podrá competir directamente con los canales de comercialización preestablecidos.



## 04

A continuación se muestra la estructura comercial en el mercado mexicano de ajos frescos:



El esquema de comercialización en México está encabezado por las Centrales de Abasto de las principales ciudades. Los locatarios de estas centrales de abasto son grandes mayoristas que rigen el mercado de precios a nivel, regional y nacional. Existen grandes esfuerzos por retailers (tiendas de autoservicio) para desarrollar proveedores directos, es decir, comprar directamente de los negocios agroindustriales. Con ello, los precios impuestos por los mayoristas han tendido a disminuir al mejorar este sistema de abasto oligárquico.

## Datos de Contacto de Importadores

### Grupo Bebo, S.A. de C.V.

Parque Industrial CP: 9040, Iztapalapa, DF  
Tel. 52+ 55 5640 0170

### Frutas Maya

Bodegas Q-101 y K-83B, Central de Abasto, México D.F.  
Tel. 52+ 55 5694-3620 y 5694-7695

### Fresa Mex Carlos Gutiérrez, S.A. de C.V.

Canal de Apatlaco SN, Central de Abasto, México, D.F. 09040  
Tel. 52+ 55 5600-1911

### Promotora Mexicana Gaitán, S.A. de C.V.

Bodegas: Q-109, O-179 y O-181  
Central de Abasto, México, D.F. 09040  
Tel. 52 + 55 5694-3764

### Garfrumex, S.A. de C.V.

Bodega No. S217, Central de Abasto, 09040 México, D.F.  
Tel. 52+ 55 5694-801

### Casa Quintana, S.A. de C.V.

Bodega L-62, Central de Abasto, México, D.F. 09040  
Tel. 52+ 55 5694-7761

### Vidimport, S.A. de C.V.

Bodega K Zona V Sector 2 Nave 4 No. 111 Col. Central de Abasto, 09040, México, D.F.  
Tel. 52+ 55 5694-9972

### Grupo G.R. S.A. de C.V.

Nave 2, Zona ay Sector 5, Bodega Q49, Central de Abastos, México D.F.  
Tel. 52+ 55 5694-2107

# 05

## Fuentes de Información

### 5.1 Instituciones y Entidades

- Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A. C.  
[www.antad.net](http://www.antad.net)
- Central de Abasto de la Ciudad de México, A.C. (CEDAAC)  
<http://uneabasto.com>
- Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes (CANIRAC)  
[www.caniracnacional.com.mx](http://www.caniracnacional.com.mx)
- Asociación Mexicana de Restaurantes  
[www.amr.org.mx](http://www.amr.org.mx)

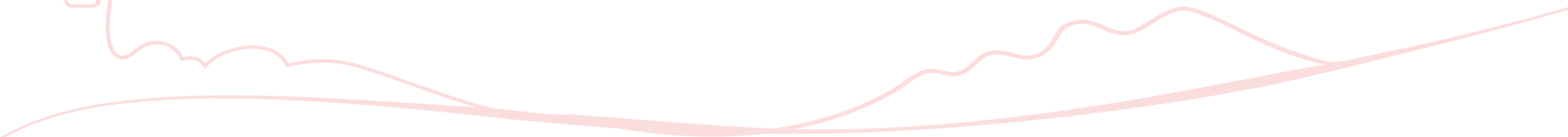
### 5.2 Ferias comerciales

- LATIN AMERICAN FOOD SHOW (LAFS)  
[www.lafs.com.mx](http://www.lafs.com.mx)
- Alimentaria México 2012: Feria de alimentos y bebidas  
[www.alimentaria-mexico.com](http://www.alimentaria-mexico.com)
- International Food Technology Summit & Expo México 2012  
<http://foodtechnologysummit.com>

- FIGAP Guadalajara  
[www.figap.com](http://www.figap.com)
- Expo El Gourmet  
<http://www.expoelgourmet.com.mx>

### 5.3 Fuentes de Información Adicional

- Secretaría de Economía  
[www.economia.gob.mx](http://www.economia.gob.mx)
- Aduana México  
[www.aduanas.sat.gob.mx](http://www.aduanas.sat.gob.mx)
- Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA-SAGARPA)  
[www.senasica.sagarpa.gob.mx](http://www.senasica.sagarpa.gob.mx)
- Secretaría de Agricultura (SAGARPA)  
[www.sagarpa.gob.mx](http://www.sagarpa.gob.mx)
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)  
[www.semarnat.gob.mx](http://www.semarnat.gob.mx)
- Secretaría de Salud (SSA)  
[www.salud.gob.mx](http://www.salud.gob.mx)
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)  
[www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)



# Plan de Desarrollo de Mercado México



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

