

# Estudio de Mercado – México



Insumos  
para la  
construcción



**Proexport Colombia**  
**Y**  
**Banco Interamericano de Desarrollo- Fondo Multilateral de Inversión (BID-FOMIN)**

**Proexport – Colombia**  
Dirección de Información Comercial e Informática

[www.proexport.gov.co](http://www.proexport.gov.co)

[www.proexport.com.co](http://www.proexport.com.co)

Calle 28 No 13a – 15, Pisos 35 y 36

TEL: (571) 5600100

Fax: (571) 5600118

Bogotá, Colombia

**Banco Interamericano de Desarrollo**

[www.iadb.org](http://www.iadb.org)

Carrera 7ª No. 71-21 Torre B, Piso 19

TEL: (571) 3257000

Fax: (571) 3257050

Bogotá, Colombia

**Equipo Consultor**

Consultor Senior: Ana María Arias A.

Consultores Junior:

Antonio Esrawe

Ana Liz Derflinger.

Nancy Merino.

Guanajuato 197 Int. 9

Teléfono: 52 (55) 55644566

anamariaarias@multi-net.com.mx

México DF, México.

El presente estudio de mercado se ha desarrollado dentro del marco del PROGRAMA DE INFORMACIÓN AL EXPORTADOR POR INTERNET - PROYECTO COOPERACIÓN TÉCNICA NO REEMBOLSABLE No. ATN/MT-7253-CO, con aportes de Proexport Colombia y el Banco Interamericano de Desarrollo-Fondo Multilateral de Inversiones (BID-FOMIN).

Todos los derechos reservados. El Banco Interamericano de Desarrollo concede a Proexport Colombia una licencia no exclusiva, a título gratuito, por un plazo indeterminado, sin derecho a sublicenciar, para utilizar la información obtenida en el presente estudio. Ni la totalidad ni parte de este documento puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopias, impresión, grabación magnética o cualquier almacenamiento de información y sistemas de recuperación, sin permiso escrito de Proexport – Colombia.

Las denominaciones empleadas en este documento y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, de parte de PROEXPORT ni del BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO, juicio alguno sobre la condición jurídica de países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites. Si bien se otorgó particular atención para garantizar la exactitud de la información contenida en este Estudio, PROEXPORT y el BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO no asumen responsabilidad alguna por las modificaciones que pudieran intervenir ulteriormente por lo que respecta a los datos presentados o la calidad de los contenidos y/o juicios emitidos por los consultores.

Cítese como: Proexport Colombia. Estudio de Mercado México – Sector Insumos para la construcción. Convenio ATN/MT-7253-CO. Programa de Información al Exportador por Internet. Bogotá, Colombia, 81 páginas.

**Estimado Empresario:**

La búsqueda de acuerdos comerciales que nos permitan como país ampliar los escenarios y mercados de exportación, nos reta como PROEXPORT a apoyar en forma directa a los empresarios en sus iniciativas exportadoras, ofreciendo servicios dentro de un modelo de gestión comercial y compartiendo un conocimiento más detallado sobre los mercados y sus oportunidades.

Para lograr lo anterior, PROEXPORT, con inversión de recursos propios y de cooperación técnica no-reembolsables del BID-FOMIN, emprendió una labor de recolección y análisis de información de primera mano en los principales mercados de interés a través de la contratación de consultorías internacionales especializadas en investigaciones de mercados. Los resultados de estos trabajos permitieron analizar y conocer la dinámica comercial de los sectores en los cuales existe un potencial para nuestras exportaciones, así como detallar aspectos de competitividad, información valiosa para la orientación de las iniciativas exportadoras de nuestros empresarios.

La información que contiene este estudio, sobre la dinámica del sector, la demanda y consumo, la situación competitiva de los productos, estructura y características de la comercialización y logística de acceso al mercado, es una contribución e invitación a profundizar y conocer aspectos que nos permitan avanzar en la realización de negocios en escenarios internacionales.

Cordialmente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'LGP' with a stylized flourish.

**Luis Guillermo Plata P.**  
Presidente PROEXPORT

## **TABLA DE CONTENIDO**

<b><u>1</u></b>	<b><u>INFORMACIÓN GENERAL DEL SECTOR</u></b>	<b><u>1</u></b>
1.1.	ANTECEDENTES	1
1.2.	COMPORTAMIENTO GENERAL DEL SECTOR	2
1.3.	SUBSECTORIZACIÓN	5
1.4.	CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS	5
<b><u>2</u></b>	<b><u>COMPOSICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO</u></b>	<b><u>7</u></b>
2.1.	TAMAÑO DEL MERCADO	7
2.1.1.	PRODUCCIÓN NACIONAL	7
2.1.2.	COMERCIO EXTERIOR	9
2.1.3.	CONSUMO NACIONAL APARENTE	13
2.2.	INVERSIÓN EXTRANJERA	14
2.3.	APOYOS GUBERNAMENTALES	15
2.4.	CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA	16
2.4.1.	PRODUCTOS SUSTITUTOS Y RELACIONADOS.	17
2.5.	CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS	17
<b><u>3</u></b>	<b><u>ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA</u></b>	<b><u>19</u></b>
3.1.	MARCAS	20
3.2.	DESCRIPCIÓN DE LA COMPETENCIA	21
3.3.	MARCAS EXTRANJERAS	27
3.4.	CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS	34
3.5.	PRECIOS	36
3.6.	ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD	39
3.7.	CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS	40
<b><u>4</u></b>	<b><u>CANALES DE DISTRIBUCIÓN</u></b>	<b><u>42</u></b>
4.1.	ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN	42
4.2.	CONTACTOS	44
4.3.	EMPRESAS DISTRIBUIDORAS	54
4.4.	CANAL CON MAYOR FLUJO Y GRADO DE ESPECIALIZACIÓN	57
4.5.	CONCLUSIÓN Y PERSPECTIVAS	63

<b>5</b>	<b><u>ACCESO AL MERCADO</u></b>	<b>65</b>
<b>5.1.</b>	<b>PROCESO DE IMPORTACIÓN</b>	<b>65</b>
<b>5.2.</b>	<b>REQUISITOS DE ENTRADA PARA INSUMOS PARA LA CONSTRUCCIÓN.</b>	<b>68</b>
5.2.1.	NOM'S QUE SE APLICAN A INSUMOS PARA LA CONSTRUCCIÓN	69
<b>5.3.</b>	<b>REGULACIÓN ARANCELARIA</b>	<b>72</b>
5.3.1.	ARANCELES E IMPUESTOS	72
5.3.2.	CONTRIBUCIONES QUE PUEDEN CAUSARSE CON MOTIVO DE LA IMPORTACIÓN	73
<b>5.4.</b>	<b>CÁLCULO DE LA CARGA TRIBUTARIA</b>	<b>74</b>
5.4.1.	BASE GRAVABLE DEL IMPUESTO DE IMPORTACIÓN	75
<b>5.5.</b>	<b>ANÁLISIS CON PAÍSES QUE EXPORTAN A MÉXICO</b>	<b>76</b>
<b>6</b>	<b><u>DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL</u></b>	<b>78</b>
<b>6.1.</b>	<b>INFRAESTRUCTURA FÍSICA</b>	<b>78</b>
<b>6.2.</b>	<b>COMPARATIVOS DE COSTOS DE TRANSPORTE INTERNACIONAL</b>	<b>81</b>
<b>6.3.</b>	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>82</b>
<b>7</b>	<b><u>PERSPECTIVAS</u></b>	<b>83</b>
<b>8</b>	<b><u>ANEXOS</u></b>	<b>85</b>

## TABLAS

TABLA 1: PIB DE LAS DISTINTAS RAMAS DE LA ACTIVIDAD INDUSTRIAL, 2001-2003.	2
TABLA 2: PERSONAL OCUPADO POR RAMA DE ACTIVIDAD	3
TABLA 3: RIESGO FINANCIERO DE LAS INDUSTRIAS RELACIONADAS	4
TABLA 4: SUBSECTORIZACIÓN	5
TABLA 5: PRODUCCIÓN NACIONAL, 2001-2003	8
TABLA 6: FÁBRICAS POR TIPO DE PRODUCTO Y CONCENTRACIÓN REGIONAL.	8

TABLA 7: FÁBRICAS POR TIPO DE PRODUCTO Y TAMAÑO _____	9
TABLA 8: EXPORTACIONES SECTOR CONSTRUCCIÓN, 2001-2003. _____	11
TABLA 9: IMPORTACIONES SECTOR CONSTRUCCIÓN, 2001-2003. _____	12
TABLA 10: BALANZA COMERCIAL SECTOR CONSTRUCCIÓN, 2001-2003. _____	12
TABLA 11: VENTAS DE INSUMOS PAR LA CONSTRUCCIÓN, FEBRERO 2003-FEBRERO 2004. _	13
TABLA 12: PRINCIPALES MARCAS DEL MERCADO _____	20
TABLA 13: PRECIOS DE INSUMOS PARA LA CONSTRUCCIÓN _____	37
TABLA 14: EMPRESAS CONTACTADAS EN EL ESTADO DE MÉXICO. _____	44
TABLA 15: EMPRESAS CONTACTADAS EN MONTERREY N.L. _____	48
TABLA 16: EMPRESAS CONTACTADAS EN GUADALAJARA JALISCO _____	53
TABLA 17: MÁRGENES DE INTERMEDIACIÓN. _____	58
TABLA 18: NORMATIVIDAD DE LOS PRODUCTOS, 2004. _____	69
TABLA 19: ARANCELES VIGENTES EN EL AÑO 2004. _____	72
TABLA 20: PAÍSES COMPETIDORES EN IMPORTACIÓN, 2003. _____	76

## GRAFICAS

GRÁFICA 1 FLUJO DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN _____	42
--	----

## ANEXO

ANEXO 1: COSTOS COMPARATIVOS DE TRANSPORTE.	85
---	----



# Insumos para la Construcción en México

## 1 INFORMACIÓN GENERAL DEL SECTOR

### 1.1. ANTECEDENTES

La industrialización de México se inicia en la década de los cuarenta y la construcción es uno de los sectores claves en el proceso.

Los años cuarenta son especialmente significativos para la economía del país y de la industria de la construcción. El mundo está sumido en la Segunda Guerra Mundial y la industria de los países desarrollados está dedicada a la producción de armamento, lo que va a permitir a las naciones dependientes ejecutar acciones tendientes a fortalecer su mercado interno y aumentar su planta productiva.

El primer conjunto de vivienda popular llamado “multifamiliar” surge en la década de los cincuenta, iniciando la era de la consolidación de la industria de la construcción. En 1953 se funda la Cámara Nacional de la Industria de la Construcción.

En los años sesenta, el gobierno federal invierte fuertemente en el sector y en 1965 promulga la Ley de Inspección de Contratos y Obras Públicas, que contribuye a mejorar la calidad de las construcciones.

La fuerte crisis económica de 1995 involucra a todos los sectores del país y a la construcción de modo particularmente fuerte

Desde el año 2000 y ante las dificultades económicas en el sector público que cancela muchas obras y reduce de presupuesto, y el sector privado se convierte en el sostén de la industria ya que contribuye actualmente con cerca de 65 por ciento de la inversión.

En el 2003, el sector de la construcción fue apoyado por el gobierno federal con la contribución de US\$ 23 millones, lo cual se tradujo en más obras y, consecuentemente en el consumo de más materiales para la construcción.

## **1.2. COMPORTAMIENTO GENERAL DEL SECTOR**

El rubro de los insumos para la construcción no representa un sector económico unificado. Los distintos insumos se clasifican de acuerdo al material que los compone, de modo que para efectos de este estudio se tendrán en cuenta las siguientes ramas de la industria

- Manufacturas de plástico
- Manufacturas de arcilla cerámica y concreto
- Manufacturas de minerales metálicos no ferrosos

De acuerdo a esta división, en la siguiente tabla se detalla la participación del PIB de cada rama de la actividad industrial involucrada en la fabricación de los insumos para la construcción de los cuales tratará el presente estudio y del porcentaje con el que participan dichos insumos en la construcción.<sup>1</sup>

**Tabla 1: PIB de las distintas ramas de la actividad industrial, 2001-2003.**

SECTOR INDUSTRIAL	2001	2002	2003	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE INSUMOS PARA CONSTRUCCIÓN EN EL SECTOR
	PIB	PIB	PIB	
MANUFACTURAS DE PLÁSTICO	1.10%	3.50%	1.50%	15%
MANUFACTURAS DE ARCILLA, CERÁMICA Y CONCRETO	-1.40%	2.20%	3.20%	100%
MANUFACTURA DE MINERALES METÁLICOS NO FERROSOS	2.80%	-5,30	-4,90	N/D

FUENTE: Banco HSBC, estudios sectoriales

---

<sup>1</sup> El sector VII de Industrias metálicas básicas abarca hierro y acero y metales no ferrosos, como cobre, aluminio y zinc. De estos, el estudio se referirá a productos de aluminio y zinc.

Para conocer el personal ocupado, se cuenta con información más desagregada proveniente de la última Encuesta Industrial Mensual publicada, de febrero de 2004.<sup>2</sup> La siguiente tabla contiene los datos sobre el personal ocupado.

**Tabla 2: Personal ocupado por rama de actividad**

RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA		FEBRERO 2003	FEBRERO 2004
		PERSONAL OCUPADO	
356002	FABRICACIÓN PERFILES, TUBERÍAS, CONEXIONES DE PVC	15,420	14,943
361202	FABRICACIÓN DE AZULEJOS Y LOSETAS DE CERÁMICA	9,599	8,968
369122	CONSTRUCCIÓN DE PARTES PREFABRICADAS PARA LA CONSTRUCCIÓN	5,070	4,826
372001	FUNDICIÓN, LAMINACIÓN, REFINACIÓN Y ESTIRAJE DE ZINC	3,088	3,052
372005	FUNDICIÓN, LAMINACIÓN, REFINACIÓN Y ESTIRAJE DE ALUMINIO	7,535	7,165

El sector de la construcción, al que se destinan los insumos, ocupa alrededor de cuatro millones de personas, lo que representa el 12% del empleo total.

La industria de la construcción se enfrentó en el 2001 a una desaceleración general de la economía mexicana y a un menor gasto del gobierno, afectando negativamente su actividad, a pesar de que como elemento favorable se encuentra la tendencia descendente de la inflación y menores tasas de interés en términos reales.

En la actualidad, el proceso de desaceleración se ha frenado, este hecho se refleja naturalmente en las diferentes industrias que elaboran insumos para la construcción. El PIB de la industria de la construcción creció 3.4% durante 2003, impulsado básicamente por el desarrollo de viviendas (4.3%), así como por obras de electricidad y comunicaciones (16.5%) y petróleo y petroquímica (9.9%).

<sup>2</sup> El último Censo Económico se publicó en 1999 con datos de 1998, por esta razón se recurre a los datos de la Encuesta Industrial mensual. La edición de febrero 2004 está realizada sobre una muestra de 205 ramas de la actividad económica y un total de 5.230 establecimientos. En cada clase de actividad se seleccionan los establecimientos que sumados aportan como mínimo el 80 % del valor bruto de la producción.

El ambiente de lento crecimiento propició que el gasto privado en construcción se contrajera un 2% real en 2003, en tanto que la inversión pública en obras de infraestructura creció alrededor de 20%.

A pesar de que los precios de las obras finales realizadas por las constructoras mostraron un crecimiento promedio de 7.1% durante 2003, éste fue inferior al crecimiento de los precios de las materias primas que utilizó, lo que minó la capacidad de las empresas constructoras para fortalecer su margen de operación. Los importantes incrementos se dieron en los precios de algunos productos siderúrgicos, así como en materiales de cobre y aluminio.

En la siguiente tabla se expresa el riesgo financiero de cada industria de la que se ocupa estudio.

**Tabla 3: Riesgo financiero de las industrias relacionadas**

TIPO DE ACTIVIDAD	MANUFACTURAS DE PLÁSTICO	MANUFACTURAS DE ARCILLA, CERÁMICA Y CONCRETO	MANUFACTURAS DE MINERALES METÁLICOS NO FERROSOS	CONSTRUCCIÓN
RIESGO SECTOR	6 (ALTO)	6 (ALTO)	N/D	7 (ALTO)
CAUSAS	Reducción de demanda del mercado externo	Actividad industrial que por lo general, tiene una rentabilidad reducida	N/D	Sector sensible a las tasas de interés, gasto público e ingreso de la población, lo cual hace que en un proceso de desaceleración, su caída sea mayor.

### 1.3. SUBSECTORIZACIÓN

La siguiente tabla detalla los insumos de la construcción a los cuales se hará referencia en el presente estudio.

**Tabla 4: Subsectorización**

POSICIÓN ARANCELARIA	DESCRIPCIÓN TIGIE <sup>3</sup>
39172399	Tubos y accesorios de tubería de Polímeros de Cloruro de vinilo, LOS DEMÁS.
94060001	Construcciones prefabricadas.
39259099	Artículos para la construcción, de plástico, no expresados ni comprendidos en otra parte. LOS DEMÁS (Columnas)
39181001	Baldosas (losetas) vinílicas, para recubrimientos en pisos.
69089001	Azulejos (de cerámica) de forma cuadrada o rectangular, losas y artículos similares, para pavimentación o revestimiento.
76109099	Construcciones y sus partes de aluminio, chapas, barras, perfiles, tubos y similares, de aluminio, preparados para la construcción. LAS DEMÁS.
79070099	LAS DEMÁS manufacturas de zinc.

FUENTE: SIAVI (Servicio de información arancelaria vía Internet)

La subsectorización abarca tubos y accesorios para tuberías de PVC, artículos de plástico para la construcción (posición que abarca las columnas) baldosas de cerámica y plástico, y chapa de aluminio y zinc.

### 1.4. CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS

El sector construcción ha sido uno de los más productivos en los últimos 3 años, pues su crecimiento se encuentra por encima de la media esperada de todos los sectores de la economía mexicana en conjunto.

Durante el 2003 el despunte del sector Construcción ha sido considerable debido, principalmente al incremento de obras de infraestructura promovidas por el gobierno (construcción de carreteras, vías férreas, metro y tren ligero en zonas urbanizadas).

El crecimiento generado en el sector construcción es muy importante, ya que provoca no solamente incremento en el consumo de los materiales

---

<sup>3</sup> TIGIE: Tarifa del Impuesto General de Importación y Exportación

o insumos para la construcción, sino también en otras ramas de la economía como maquinaria y equipo para el desarrollo de los proyectos.

Por otra parte, aunque el sector construcción contribuye con un buen porcentaje del empleo en la industria manufacturera (11%), el descenso que se ha tenido en los últimos años, se debe a que el número de empresas constructoras inactivas ha aumentado de 38.3% a 38.7% en 2003, teniendo una baja en total del 0.9% en el 2003. Sin embargo, a pesar de que la baja no es significativa, representa un número importante de desempleo en la rama.

Se trata de un sector fuerte y en pleno crecimiento, aunque con un riesgo financiero alto, debido a la fuerte dependencia del sector construcción con las variables macroeconómicas que inciden en el presupuesto gubernamental y en el ingreso general de la población.

## **2 COMPOSICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO**

### **2.1. TAMAÑO DEL MERCADO**

#### **2.1.1. PRODUCCIÓN NACIONAL**

Los productos que integran al sector de insumos de la construcción en la división de manufacturas de plástico, tuvieron un incremento del 48 % en su producción nacional en el período 2001-2003, (hay que señalar que para los tubos de PVC el INEGI<sup>4</sup> solamente cuenta con estadísticas hasta el año 1995, por lo cual no podemos establecer de manera precisa su producción).

Esta situación se debe principalmente al gran aumento de la demanda de productos plásticos que brindan propiedades de resistencia y durabilidad a los materiales de construcción, a precios más bajos que otros materiales. Principalmente la demanda se refiere a productos elaborados con resinas plásticas.

En lo que respecta a la producción de los insumos de la división de manufacturas de metal, ésta mantiene un comportamiento inestable para la mayoría de productos. Cabe mencionar que en el caso de las láminas de zinc, el INEGI no registra producción de este tipo de producto, lo cual se debe a que la lámina de zinc se usa muy poco en el sector construcción en México.

Las construcciones prefabricadas y las baldosas de cerámica pertenecen a un sector, que en general maneja bajas rentabilidades. El aumento de la producción de estos productos se debe a que poseen un mayor valor agregado que les permitió aumentar su competitividad.

---

<sup>4</sup> INEGI: Instituto Nacional de Estadísticas, Geografía e Informática.

**Tabla 5: Producción nacional, 2001-2003**

(Valor en miles de dólares US\$)

PRODUCTO	POSICIÓN ARANCELARIA	2001	2002	2003
Tubos PVC. Los demás	39172399	N.E.	N.E.	N.E.
Construcciones prefabricadas	94060001	6,053	7,273	8,908
Artículos para la construcción, de plástico. Los demás	39259099	92,585	91,253	129,129
Baldosas de Plástico	39181001	16,747	15,071	18,611
Baldosas de Cerámica	69089001	157,570	236,187	247,745
Construcciones y sus partes de aluminio. Los demás.	76109099	216,929	312,374	316,566
Láminas de Zinc	79070099	N.E.	N.E.	N.E.

Fuente: INEGI. N.E: no se tienen estadísticas.

El SIEM<sup>5</sup> tiene registradas un total de 730 empresas dedicadas a la fabricación de los insumos para la construcción a los que se refiere el presente estudio. En las siguientes tablas se detallan las empresas por productos fabricados y concentración regional y por tamaño.

**Tabla 6: Fábricas por tipo de producto y concentración regional.**

FABRICACIÓN DE	DISTRITO FEDERAL	JALISCO	EDO. DE MÉXICO	NUEVO LEÓN	VARIOS	OTROS ESTADOS	TOTAL
AZULEJOS Y LOSETAS	0	1	1	3	PUEBLA: 10	18	33
PARTES PREFABRICADAS DE CONCRETO	5	17	25	4	PUEBLA: 134	206	391
PERFILES, TUBERÍAS Y CONEXIONES TERMOPLÁSTICAS	7	4	6	4	BAJA CALIFORNIA: 7	26	54
ESTRUCTURAS METÁLICAS	8	23	8	10	CHIHUAHUA: 14	147	210
LAMINADOS	6	13	4	1		18	42

<sup>5</sup> Sistema de Información Empresarial Mexicano.



FABRICACIÓN DE	DISTRITO FEDERAL	JALISCO	EDO. DE MÉXICO	NUEVO LEÓN	VARIOS	OTROS ESTADOS	TOTAL
DECORATIVOS E INDUSTRIALES							

**Tabla 7: Fábricas por tipo de producto y tamaño**

FABRICACIÓN DE	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANA	GRANDE	TOTAL
AZULEJOS Y LOSETAS	19	5	2	7	33
PARTES PREFABRICADAS DE CONCRETO	270	81	35	5	391
PERFILES, TUBERÍAS Y CONEXIONES TERMOPLÁSTICAS	18	19	17	0	54
ESTRUCTURAS METÁLICAS	110	76	22	2	210
LAMINADOS DECORATIVOS E INDUSTRIALES	24	11	4	3	42

La división de empresas por tamaño se realiza teniendo en cuenta el número de empleados. El 30 de diciembre de 2002, el Diario Oficial de la Federación publicó la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. En ella se clasifica a las empresas por número de empleados: de 0 a 10 empleados micro empresa, de 10 a 50 pequeña, de 51 a 250 mediana más de 250 grande.

Como puede observarse, la mayoría de las empresas son micro o pequeñas empresas.

#### 2.1.2. COMERCIO EXTERIOR

Se debe tener en cuenta para la lectura de las cifras, que el 1 de abril de 2002, entró en vigor la Tarifa del Impuesto General de Importación y Exportación (TIGIE). Anterior a esta fecha, el contenido actual de algunas posiciones arancelarias estaba compuesto por otros productos, por lo que muchas veces no es comparable el año 2002 con el 2003. Las variaciones en algunas de estas posiciones son desproporcionadas, lo importante es analizar la tendencia de la variación. Caso concreto la posición arancelaria 94060001.

## EXPORTACIONES

El comportamiento de las exportaciones varía de acuerdo al producto. A nivel macroeconómico, la creciente pérdida de competitividad del peso mexicano en los años 2000-2002, erosionó las exportaciones en general. En cuanto a los productos de plástico, la recesión económica mundial parece estarle restando dinamismo a las exportaciones. Otro factor a nivel sectorial, es el hecho de que los fabricantes de productos de plástico en México han perdido su competitividad por las dificultades crecientes para abastecerse de la materia prima principal que es el gas natural y el gas metano de manera oportuna y a precios competitivos. Los problemas de Petróleos Mexicanos (PEMEX), para garantizar el abasto de estos productos a la industria privada del plástico, por la falta de inversión en los últimos años, hace más complicada la situación de los productores de plástico en México, porque las empresas del sector no pueden abastecerse directamente vía el mercado internacional, por las restricciones jurídicas del sector energético mexicano.

Estos factores influyen para que la caída en las exportaciones de insumos de construcción de plástico sea tan drástica. Las exportaciones de tubos de PVC cayeron un 55.24 % y las de baldosas plásticas un 26,76 %. En el caso de los demás artículos de plástico, es difícil analizar su comportamiento porque es una posición arancelaria que abarca productos diversos, demás de las columnas.

**Tabla 8: Exportaciones sector construcción, 2001-2003.**

(Valor en miles de dólares US\$)

POSICIÓN ARANCELARIA	2001	2002	2003	VARIACIÓN	PRINCIPALES PAÍSES
39172399 Tubos de PVC	11,263	2,981	3,395	-55.24%	USA, CUBA
94060001 Construcciones Prefabricadas	8,579	11,408	20,269	58.49%	USA, NICARAGUA
39259099 Artículos de plástico. Los demás.	6,942	7,378	9,013	14.46%	USA, CUBA
39181001 Baldosas de Plástico	9,442	5,668	5,398	-26.76%	USA, PUERTO RICO
69089001 Baldosas de Cerámica	15,637	123,306	125,595	79.14%	USA, GUATEMALA
76109099 Partes de Aluminio	9,671	26,472	21,905	33.85%	USA, PUERTO RICO
79070099 Manufacturas de zinc.	5,070	20,324	15,316	40.35%	USA

Fuente: Secretaría de Economía-SIAVI

#### IMPORTACIONES:

En las importaciones la caída más marcada es la de las láminas de zinc, que como ya se dijo, cada vez se utilizan menos en la construcción mexicana. Otra caída importante es la de las construcciones prefabricadas, debido al aumento de la producción nacional.

En el caso de las baldosas de plástico puede deberse a un cambio en el gusto de la demanda. Tanto las exportaciones como las importaciones han disminuido, mientras que para las baldosas de cerámica se han incrementado. Los tubos de PVC y los demás productos de plásticos presentan un crecimiento, que si bien es moderado, se prevé que siga en aumento debido al desabastecimiento de materias primas del sector de manufacturas de plástico nacional.

**Tabla 9: Importaciones sector construcción, 2001-2003.**

(Valor en miles de dólares US\$)

POSICIÓN ARANCELARIA	2001	2002	2003	VARIACIÓN	PRINCIPALES PAÍSES
39172399 Tubos de PVC	30,020	30,952	35,655	9.24%	USA, CANADÁ
94060001 Construcciones Prefabricadas	110,852	65,183	75,997	-19.80%	USA, CANADÁ
39259099 Columnas	16,835	16,789	17,479	1.92%	USA, ESPAÑA
39181001 Baldosas de plástico	5,198	4,650	4,923	-2.79%	USA, CHINA
69089001 Baldosas de cerámica	69,716	92,755	97,390	17.03%	ESPAÑA, USA
76109099 Partes de aluminio	10,807	12,784	18,198	31.33%	USA, CANADÁ
79070099 Láminas de zinc	42,789	29,203	19,840	-31.88%	USA, CHINA

Fuente: Secretaría de Economía-SIAVI

La balanza comercial de México es positiva solo para las baldosas tanto de plástico como de cerámica y para las estructuras de aluminio, pero en los tres casos se puede observar como el factor positivo de la balanza fue disminuyendo entre los años 2001 y 2003.

**Tabla 10: Balanza comercial sector construcción, 2001-2003.**

POSICIÓN ARANCELARIA	2001	2002	2003	VARIACIÓN
39172399 Tubos de PVC	-18,757	-27,971	-32,260	28.90%
94060001 Construcciones Prefabricadas	-102,273	-53,775	-55,728	-29.83%
39259099 Columnas	-9,893	-9,411	-8,466	-7.39%
39181001 Baldosas de plástico	4,244	1,018	475	-71.63%
69089001 Baldosas de cerámica	-54,079	30,551	28,205	-349.73%
76109099 Estructuras de aluminio	-1,136	13,688	3,707	38.58%
79070099 Láminas de zinc	-37,719	-8,879	-4,524	-71.24%

### 2.1.3. CONSUMO NACIONAL APARENTE

El mercado total de materiales para la construcción en México en el 2003 se estima que fue de US\$ 6.2 billones y se espera que crezca alrededor de 4.3% para el 2004 y 2005, dado el proyecto de construcción de más de 1 millón de viviendas para el 2006.

Respecto al consumo nacional aparente, no es posible determinarlo en forma total como sector insumos de la construcción después del año 2000, ya que el INEGI no arroja estadísticas de producción nacional por producto hasta el año 2003 de todos los productos. Para establecer una aproximación del consumo se recurrirá a los datos de ventas de la última Encuesta Industrial Mensual publicada, de febrero de 2004.<sup>6</sup>

La siguiente tabla expresa el resultado de la encuesta y la comparación con la realizada en el mismo mes del año 2003.

**Tabla 11: Ventas de insumos par la construcción, febrero 2003-febrero 2004.**

(Valor en miles de dólares)

FABRICACIÓN DE	FEBRERO 2003	FEBRERO 2004
AZULEJOS Y LOSETAS	59,040	57,189
PARTES PREFABRICADAS DE CONCRETO	13,643	13,679
PERFILES, TUBERÍAS Y CONEXIONES TERMOPLÁSTICAS	24,113	23,508
ESTRUCTURAS METÁLICAS	19,234	19,810
LAMINADOS DECORATIVOS E INDUSTRIALES	11,606	11,028

<sup>6</sup> La edición de febrero 2004 está realizada sobre una muestra de 205 ramas de la actividad económica y un total de 5.230 establecimientos. En cada clase de actividad se seleccionan los establecimientos que sumados aportan como mínimo el 80 % del valor bruto de la producción.

## **2.2. INVERSIÓN EXTRANJERA**

Al mes de junio de 2003 se contaba con el registro de 724 empresas con inversión extranjera directa (IED) ubicadas en la construcción, esto es el 2.7% del total de sociedades con capital foráneo establecidas en el país (27,299)<sup>7</sup>.

De acuerdo a la actividad de las empresas, en la edificación residencial de vivienda se clasifica el 28.0% del total; en la edificación no residencial el 15.3%; a la construcción de plantas industriales el 9.3%; en la construcción de obras de urbanización el 9.1%; en la construcción de plantas de generación de electricidad el 5.8%; en la construcción y tendido de líneas y redes de conducción eléctrica el 4.6%; en la instalación de telecomunicaciones el 4.3%; en otras obras de construcción no mencionadas anteriormente el 4.3%; en otras instalaciones especiales el 4.0%; en la perforación de pozos petroleros y de gas el 3.5%; y en otras actividades el 11.8%.

Con relación al país de origen de la IED en dichas empresas, Estados Unidos participa con un 45.2% de las sociedades; España con 12.4%; Canadá con 4.6%, Francia con 4.3%; Alemania con 3.7%; Holanda con 3.0%; Italia con 3.0%; Japón con 2.9%; Reino Unido con 2.8%; Argentina con 1.8%; Panamá con 1.7%; Suiza con 1.7%; y otros países con 12.9%.

Entre enero de 1999 y junio de 2003, las empresas con IED en la construcción invirtieron en México US\$ 519.2 millones. Por actividad económica, la construcción de plantas de generación de electricidad fue el 28.4% de la IED; a cimentaciones el 15.8%; a la construcción y tendido de líneas y redes de conducción eléctrica el 15.1%; a la construcción de obras de urbanización el 7.5%; a otras instalaciones especiales el 6.7%; a la construcción para la conducción de petróleo y derivados el 6.6%; a otras obras de construcción no mencionadas anteriormente el 4.6%; y a otras actividades el 15.3%.

---

<sup>7</sup> Fuente: Secretaría de Economía.

### **2.3. APOYOS GUBERNAMENTALES**

Entre los programas relacionados con el sector de la construcción con los que México cuenta, se encuentran principalmente:<sup>8</sup>

*1. Programa de Financiamiento para la Modernización y Equipamiento Empresarial.*

Es un esquema de financiamiento con créditos de primer piso, para financiar la importación de equipo de origen estadounidense. La empresa Nacional Financiera contará con la garantía del Exim- Bank de Estados Unidos de América.

*2. Programa de Cadenas Productivas*

El pasado 23 de julio de 2003 se llevó a cabo la firma del Convenio SCT-Nafin. El Programa Piloto arrancará en el Centro SCT-Puebla.

El empresario constructor podrá acceder al factoraje y descuento electrónico de forma inmediata y con una cobertura nacional, que cubrirá los 20 días que tiene como plazo una dependencia de gobierno para el pago de una estimación autorizada. También podrá obtener financiamiento a una tasa competitiva sin importar su historial crediticio. En una segunda fase del proyecto, podrán acceder al financiamiento de anticipos de obra. El único requisito es afiliarse al programa de Cadenas Productivas y contar con Internet.

*3. Programa para impulsar el desarrollo con base al mercado Interno*

Iniciativa del Presidente Vicente Fox en el sector construcción, tiene dos líneas de acción: la creación de grandes proyectos de infraestructura y el impulso a la participación de constructoras nacionales. Ante este contexto, se han anunciado una serie de proyectos de infraestructura con recursos públicos y privados que permitirán un crecimiento de la industria de la construcción.

---

<sup>8</sup> FUENTE: CMIC: Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción.

## **2.4. CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA**

Para poder determinar la demanda de los productos del sector insumos de la construcción hay que determinar la situación en la que se encuentra el sector de la industria de la construcción en general.

Las viviendas que se encuentran en construcción en toda la República Mexicana, según el INFONAVIT (Instituto de Fomento Nacional a la Vivienda) son 134,066 tradicionales y 28,507 económicas. En el año 2004 se estima que se construirán en total más de 500 mil casas, de las cuales 270 mil se destinarán a la vivienda económica y tradicional.

La política de vivienda para el 2004, está orientada a consolidar los cambios impulsados durante el año 2003 en el sector habitacional, que permiten crear las condiciones para incrementar de manera progresiva el ritmo de financiamiento y producción de vivienda, hasta alcanzar los 750 mil créditos anuales a partir del 2006. Sin embargo, la construcción de viviendas de interés social (o tradicional), ha crecido mucho en los últimos 10 años, lo que hace pensar que va a sufrir una desaceleración próxima, ya que por unos años la demanda podría estar cubierta.

Una de las ciudades de más dinamismo en cuanto a construcción de viviendas es Monterrey, en el estado de Nuevo León. En el año 2003 se otorgaron un total de 23,213 créditos para vivienda tradicional y económica. Nuevo León registró una demanda importante de material para la construcción en el 2002, con un total de US\$ 563 millones, y hasta septiembre del 2003, esta entidad registró compras de este tipo de materiales por US\$ 364 millones, lo cual la ubica como una de las ciudades con mayor participación en el consumo de insumos.

En la construcción industrial, actualmente existen proyectos que se definen como de uso mixto, principalmente en la zona del Distrito Federal, los cuales consisten en la construcción de complejos que integran oficinas, comercio, vivienda e incluso hoteles. En la zona de Guadalajara, Monterrey y Tijuana, se están desarrollando proyectos de complejos residenciales.

Podemos decir entonces, que la demanda de este sector se encuentra en función de la fortaleza económica del país. Por un lado que el gobierno pueda seguir invirtiendo en la construcción de viviendas, por otro lado que el sector privado pueda seguir desarrollándose.

Tanto en la construcción fomentada por el gobierno como en la que surge de capitales privados, la demanda de insumos de construcción se



encuentra enfocado principalmente al mercado empresarial, ya que son las grandes constructoras las que se proveen de los materiales necesarios para la construcción de los proyectos.

#### 2.4.1. PRODUCTOS SUSTITUTOS Y RELACIONADOS.

La demanda de insumos de plástico se vio incrementada en los últimos tiempos, ya que este material tiene propiedades de durabilidad y resistencia a condiciones adversas del medio ambiente, por lo que varios productos para la construcción han sido sustituidos por materiales plásticos. Las columnas de acero, por columnas de plástico. Los tubos de cobre por tubos de PVC. Las láminas de acero o de otros metales por láminas acrílicas. Las partes prefabricadas de concreto por partes de resinas plásticas.

La mayoría de los productos que integran al sector insumos de la construcción, se encuentran fabricados en 2 o más materiales, por ejemplo:

- Tubos: existen tubos para la construcción de PVC, de cobre, de acero (en sus diversas aleaciones).
- Estructuras Metálicas: de aluminio, de acero (en sus diversas aleaciones)
- Perfiles: de aluminio, de acero, de plástico.
- Construcciones Prefabricadas: de concreto, de cemento, de plástico.
- Láminas: de acero (galvanizado, pintado), de cobre, acrílicas, de poli carbonato celular.
- Baldosas: de cerámica, porcelana, barro, cemento, concreto, madera, mármol, vinílicas.

La elección del material de cada producto depende del tipo de construcción, básicamente del presupuesto y/o la funcionalidad adecuada, según el criterio de la empresa constructora.

#### 2.5. CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS

En cuanto al comercio exterior, la baja de las exportaciones y el incremento de las importaciones de los productos de plástico, debido al desabastecimiento de materias primas de productores nacionales, se presenta como una alternativa para el exportador colombiano. La

excepción la constituyen las baldosas plásticas, que parecen haber sido temporalmente reemplazadas en el mercado por las de otros materiales.

Las baldosas o losetas de cerámica, si bien se producen y se exportan de manera creciente, también han mostrado un incremento de las importaciones, principalmente de España, por lo cual también habría posibilidad para el producto colombiano. En cuanto a los productos de aluminio, las exportaciones son casi iguales a las importaciones, por lo que no se descarta la posibilidad.

Los productos de zinc por el momento, prácticamente no se utilizan en la construcción. Las partes prefabricadas se están exportando más de lo que se están importando.

El país que realiza mayor intercambio de materiales para la construcción con México es Estados Unidos. Los recientes vaivenes de su economía tornan incierto el futuro, tanto de las exportaciones como de las importaciones. Esto también constituye una perspectiva favorable. Sin embargo, la cercanía geográfica es un factor que influye de modo fuerte sobre el precio final del producto importado, por lo cual, el exportador colombiano debe estar atento a la competitividad de sus precios.

El sector de insumos de la construcción, se encuentra dirigido a un nicho de empresas que construyen tanto para el ámbito público como privado. Su crecimiento se encuentra en función de la economía del país y de las inversiones que se hagan en obras públicas o de vivienda.

Se prevé que se sigan realizando proyectos de impacto y beneficio sectorial, como son carreteras, ferrocarriles, de metro y de unidades o fraccionamientos habitacionales, que directamente benefician en grandes volúmenes a los productores de materiales para la construcción.

La situación actual del sector de la construcción facilita al fabricante colombiano el ingreso de sus productos a México, pues mientras siga habiendo inversión privada, de gobierno y extranjera, el consumo de materiales será cada vez mayor y el mercado se volverá más flexible en cuanto a las diferentes opciones.

### **3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

La gran competencia que se vive en México en los diferentes segmentos del mercado de la construcción ha provocado, en el caso de las viviendas, que la decisión de compra empiece a considerar aspectos que antes tenían poco peso ante la escasa oferta y la enorme demanda.

Los conjuntos habitacionales, sin importar el segmento al que estén dirigidos, hoy compiten por ofrecer no sólo los que tradicionalmente eran considerados factores fundamentales de un bien inmueble (ubicación, precio, superficie y esquema de crédito) sino que se ven obligados a complementar su oferta con nuevos productos y servicios, como cocinas, herrería y clóset entre otros. Esto constituye una oportunidad más para los proveedores de insumos.

La competencia de los productos que integran el sector construcción es muy grande, las empresas fabricantes en su mayoría son mexicanas, y en las distribuidoras se venden tanto marcas nacionales como extranjeras. Las distribuidoras se localizan principalmente en el Distrito Federal, área metropolitana y Estado de México, provocando que los precios se encuentren muy competidos.

En promedio, una distribuidora que vende baldosas vinílicas y de cerámica tiene de 2 a 20 sucursales en los lugares mencionados en el párrafo anterior; una distribuidora de láminas cuenta con 2 ó 3 sucursales.

Ahora las empresas tienen que competir con capacidad de respuesta a las peticiones de productos que sus clientes requieran, tanto en cotizaciones como en envío de muestras y entrega de pedidos, no solamente a nivel local, sino en el interior de la República también.

La competencia de las medianas empresas nacionales se encuentra dada por las grandes empresas de origen mexicano y no por empresas extranjeras; las empresas medianas tienen que competir principalmente con los acabados de los productos que las empresas grandes fabrican, puesto que éstas tienen mayor tecnología.

Son pocas las empresas extranjeras que se encuentran en el mercado mexicano con productos para la construcción; en donde se observa una mayor participación es en las baldosas tanto de cerámica como vinílicas, las cuales provienen de España o Colombia principalmente.

### **3.1. MARCAS**

Las marcas de los productos para el sector construcción que se encuentran posicionadas en el mercado mexicano son diversas, para mayor claridad, se han dividido según el producto que se trate. Se encuentra producto nacional y extranjero posicionado en el mercado. Para canales de distribución como tiendas especializadas, las marcas han logrado un importante espacio en las tiendas.

Las marcas líderes en nacionales son Alessandra, Itálica, Daltile, Porcelanite, Vinylasa, Vitromex.

En marcas extranjeras españolas Colorker, Porcelanosa, Saloni, Porcelanico TAU, Venis, y en marcas Italianas Monocibec y Pastorelli. Si bien se encuentran productos de varios países europeos, Estados Unidos de América sigue siendo el principal proveedor con marcas como Azrock, ADS, Interceramic, Noveon, Ipex y Armstrong world industries (sucursal México).


**Tabla 12: Principales marcas del mercado**

<b>Tubos de PVC</b>	<b>Baldosas (losetas) vinílicas</b>	<b>Baldosas (losetas) cerámicas</b>	<b>Perfiles de aluminio</b>	<b>Láminas de acero (recubiertas con zinc)</b>
Vinidur	Durapiso	Interceramic	Almexa	Imsa
Emmsa	Vinylasa	Porcelanite	Euro Vent	Galvak
Durman		Itálica	Cuprum	Galvacer
Tubemex		Santa Julia	Imsa	Galvamet
		Dalmonite	Bosh	Stabilit
		Vitromex		Tizacril
		Alessandra		Mexalit
				Zintro

### 3.2. DESCRIPCIÓN DE LA COMPETENCIA

VINYLASA LOSETAS ASFÁLTICAS, S.A DE C.V.	
 <p>Canela 238 Col. Granjas México Delegación Ixtacalco C.P. 08400, Distrito Federal TEL. (5255) 5803- 1300 al 09 Y 5657-1666 Fax: (55) 5654-0189 Mail: <a href="mailto:sales@vinylasa.com.mx">sales@vinylasa.com.mx</a> Web: <a href="http://www.vinylasa.com.mx">www.vinylasa.com.mx</a></p> <p>Empresa 100% mexicana, dedicada a la fabricación de loseta vinílica resistente por propiedades térmicas. Presente en 17 estados del país en el norte y centro. Distribuidores centro de México Arkio, Jesús Bravo, Muebles Rainbow, Grupo maya, Central de pisos y Alfombras, Devcan, Inova Spacio, Decoraciones Bola de Oro, Alfombras y decoraciones Acoxpá.</p>	<p>Líneas de productos: Losetas, accesorios, productos de instalación. Presentan la línea Gerflor que son productos de recubrimiento para pisos en poliuretano reticulado y revestimientos para el suelo de seguridad.</p>  <p>Línea Premium Word con apariencia de madera, la línea más vendida en los Estados Unidos.</p>
GRUPO LAMOSA	
 <p>Grupo empresarial que cuenta con más de un siglo de experiencia, fundada en la ciudad de Monterrey con una fábrica de ladrillo. Actualmente tienen 10 empresas en el país y 21 centros productivos en diferentes puntos de la república.</p>	<p>Maneja cuatro líneas principales de productos: revestimientos cerámicos y ladrillería, muebles sanitarios y accesorios, yeso y desarrollo inmobiliario.</p> <p>En revestimientos maneja <b>pisos</b> (marmoteados, geométricos, rústicos, alto tráfico), muros y ladrillería.</p> <p>En las tiendas especializadas como Home Depot son líderes en las líneas de cerámica para pisos.</p>

GRUPO PORCELANITE	
 <p>Empresa mexicana, cuenta con 10 fábricas en México. Es una de las tres fábricas más importantes del mundo en su género y la primera en México en la fabricación de recubrimientos cerámicos. Producción anual: 60 millones metros.</p> <p>Bosque de Ciruelos No. 130-9 piso, Col. Bosques de las Lomas, C.P. 11700, México D.F. Teléfono: 52 (55) 5246-9912 <a href="mailto:ventas@porcelanite.com.mx">ventas@porcelanite.com.mx</a> <a href="mailto:export@porcelanite.com.mx">export@porcelanite.com.mx</a> <a href="mailto:info@porcelanite.com.mx">info@porcelanite.com.mx</a></p> <p>Distribuyen sus productos en toda la república mexicana a través de mayoristas o bodegas de construcción.</p>	 <p>Marcas que maneja: Alessandra (cerámica de arte), Itálica (cerámica de lujo), Porcelanato (cerámica de alta duración).</p>  

INTERCERAMIC	
 <p><a href="http://www.interceramic.com.mx">www.interceramic.com.mx</a></p> <p>Empresa Estadounidense que inicia operaciones en 1979 introduciendo al mercado nacional una nueva tecnología (sistema de Monococción) para la producción de loseta cerámica de la más alta calidad.</p>	<p>A partir de ese momento, la empresa ha sostenido un ritmo agresivo de crecimiento, proporcionando al consumidor un producto de alta calidad, con los mejores diseños y a un precio competitivo. Esto se logra a través de siete complejos productivos, seis de ellos localizados en la ciudad de Chihuahua, Chih. México y el séptimo en la ciudad de Garland, Texas, En los Estados Unidos.</p> <p>Actualmente cuenta con casi 200 tiendas en todo el mundo, de las cuales 16 tiendas se encuentran establecidas en la Ciudad de México.</p>


EMPRESA MEXICANA DE MANUFACTURAS, S.A. DE C.V.	
 <p>Av. Aarón Sáenz. No. 1804-2 Col. Santa María Monterrey. CP. 64650 Teléfono: 52 (81) 88653535</p> <p>Fue fundada en Monterrey, N.L. en 1975, comenzando con la fabricación de puertas de tambor para atender al mercado de construcción de vivienda. Posteriormente debido al crecimiento observado en la rama de los materiales termoplásticos en 1990 cambia de giro a la comercialización de tubería y conexiones de PVC.</p>	<p>Actualmente cuenta con nueve sucursales cubriendo la distribución en toda la república Mexicana desde Tijuana hasta Mérida, Yucatán. Productos: Tuberías (hidráulicas, alcantarillado y riego), conexiones y válvulas.</p> 
INDUSTRIAS NACOBRE	
 <p>Es uno de los grupos empresariales más importantes de América Latina, dedicados a la fabricación, comercialización y distribución de productos de cobre, latón y sus aleaciones, aluminio y plásticos.</p> <p>Surge en 1950 con el nombre de "Tubos y Perfiles de Cobre, S.A.", con capital 100% mexicano. Entre 1993-1994 adquieren la empresa de aluminio Almexa, Aluder y Aluminio Conesa Guadalajara.</p>	<p>Grupo industrial formado por <b>PRONACO</b> (Productos Nacobre SA de CV) comercializadora de los productos <b>Nacional de Cobre SA de CV:</b> produce láminas de cobre, latón, bronce y aleaciones, tubería de cobre rígida y flexible. Cuenta con 5 plantas. <b>Almexa Aluminio SA de CV:</b> transformación de aluminio y aleaciones de láminas, rollo, lámina plana, disco de rollo, lámina acanalada lisa y estucada, papel natural, foil. Cuenta con 2 plantas. <b>Aluminio Conesa SA de CV:</b> extrusora de perfiles de aluminio y manufactura de productos maquinados y/o ensamblados para la industria automotriz, electrónica y línea blanca (electrodomésticos). 2 plantas. <b>Tubos flexibles SA de CV:</b> fabricación de tubería de PVC de diferentes diámetros y espesores principalmente para la construcción. 4 plantas.</p> <p>Estrategias comerciales. Trabajan a través de una amplia red de distribuidores a los que les dan asesoría y capacitación permanente en su "Centro de capacitación Carso Condomex Nacobre".</p> 

DURAPISO	
 <p>Empresa mexicana dedicada a la fabricación de piso vinílico desde 1990. TEL. (5255) 5761-7127 MAIL: <a href="mailto:durapiso@prodigy.net.mx">durapiso@prodigy.net.mx</a></p>	   

GALVACER	
 <p>Unidad organizacional creada en 1999. Forman parte de ella Galvak, Gavamet, la División Aceros Tubulares de Hylsa y Aceros Proxima.</p>  <p>Primera empresa mexicana en producir lámina galvanizada de alta troquelabilidad, recubierta con 100% zinc metálico de alta pureza. Nace en 1980, forma parte del grupo Hylsamex. Ubicada en Nuevo León, cuenta con una red de distribución integrada por oficinas, centros de servicio y ventas en toda la república mexicana, Estados Unidos, Centro y Sudamérica. Producto: lámina en rollo, hoja y cinta. Aplicaciones: línea electrodoméstica, refrigeración comercial, gabinetes.</p>	 <p>División que fabrica con acero cubiertos productos como <b>paneles aislantes</b> para muros, cubiertas, plafones, cuartos fríos, casetas móviles. Paneles acanalados, perfiles arquitectónicos, cubiertas engargoladas tipo standing seam roof, entresijos metálicos con recubrimientos como galvanizados, productos estructurales y accesorios. Presencia en Norte, Centro, Sudamérica y el Caribe.</p>



IMSA	
 <p>Empresa que nace en el año de 1936, se dedica a la producción de acero y compite con éxito internacionalmente en Norte, Centro y Sudamérica, así como en Asia, Europa y Medio Oriente.</p> <p>Es uno de los grupos más diversificados en México, organizado en cuatro segmentos de negocios:  <b>IMSA ACERO</b> (productos procesados de acero), <b>IMSALUM</b> (productos de aluminio), <b>ENERMEX</b> (baterías y productos relacionados), <b>IMSATEC</b> (productos de acero y plástico para la construcción).          Además cuentan con subsidiarias para la fabricación de diferentes productos como <b>APM</b> (aceros recubiertos), <b>INGASA</b> (Industria galvanizada),</p> <p>La compañía exporta a más de 30 países y cuenta con operaciones de distribución y manufactura en México, Estados Unidos de América, Centro y Sudamérica. En el 2002 sus ingresos ascendieron a US\$ 2.6 billones de los cuales cerca del 55% se generaron fuera de México. Las acciones de Grupo Imsa cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (IMSA) y en la Bolsa de Valores de Nueva York (IMY).</p> <p><b>IMSA ACERO:</b> primer productor de Galvalume en América Latina.</p>  <p><a href="http://www.imsacero.com">www.imsacero.com</a></p>	<p><b>INGASA:</b> adquirida en 1997 por el grupo IMSA. Producción: 74,000 tons/año.          Productos: rollos, cintas, hojas y láminas acanaladas.</p>  <p>Tienen subsidiarias en Estados Unidos como Steelscape para atender ese mercado.</p> <p><b>CUPRUM:</b> Empresa mexicana fundada en 1948 en la ciudad de Monterrey, se une al grupo IMSA, adquiere la cadena de tiendas de Alutodo y fortalece su posición competitiva adquiriendo la empresa <b>ALCOMEX S.A. DE C.V.</b> que es líder en la producción y comercialización de perfiles de aluminio para la aplicación industrial en México.</p>  <p>Líneas de productos:          Arquitectónicos, línea de perfiles de aluminio en diferentes acabados.          Industriales: enfocado a soluciones del mercado metal-mecánico. Gama de tubos redondos, cuadrados, barras, ángulos, canales, vigas, etc.          A la medida: desarrollo de perfiles estruidos de aluminio en formas ilimitadas.</p>

<b>PRODUCTOS EXTRAL SA DE CV.</b>	
 <p>España No. 409 San Nicolás Tolentino C.P. 09850 Iztapalapa Estado de México. Teléfono: 52 (55) 54262226.</p> <p>Empresa 100% mexicana, que inicia sus operaciones en 1974. Actualmente cuenta con dos plantas de extrusión, tres plantas de anodizado y una planta de lacado, cuenta con más de 550 productos.</p>	<p>Fabricantes de perfiles de aluminio con especialidad en puertas, escaleras, ventanería, domos, Muebles, herrajes y fachadas.</p> <p>Tienen equipo de extrusión, anodizado, lacado y mecanizado más moderno de México. Procesos de producción automatizado por robot.</p> <p>Materia prima utilizada: aluminio con lingote primario de alta calidad.</p>

<b>ASBESTOS Y TECHADOS S.A. DE C.V.</b>	
 <p>Es una empresa mexicana fundada en el año 1964. Fabricación, suministro y la colocación de estructuras metálicas y colocación de todo tipo de láminas en: naves industriales, faldones de lámina para obras nuevas, ampliaciones o mantenimientos, material galvanizado, zintro o pinto, losacero o accesorios en canalones, botaguas y bajadas de agua pluvial.</p>	

### 3.3. MARCAS EXTRANJERAS

#### PERFILES DE ALUMINIO

EXTRUSIONADOS GALICIA SA	
 <p>Dirección: Campaña s/n-Valga 36645 Valga, Pontevedra, España.</p> <p>Teléfono: (34) (902) 457250 E-mail: <a href="mailto:export@extrugasa.com">export@extrugasa.com</a> Página Web: <a href="http://www.extrugasa.com">www.extrugasa.com</a></p> <p>Empresa española, fabricante de perfilería de aluminio, forma parte del Grupo Quintá, uno de los más sólidos en España. Certifican los productos acabados en anodizado con el sello de calidad EURAS-EWAA, los productos en acabado lacado están supervisados por el sello de calidad Qualicoat, se esta en fase de implantación de la normativa ISO 9000 y QS-9000.</p>	<p>Cuenta con 13 sucursales en España, en México ingresa a través de distribuidores como lo es la empresa Arkio.</p> <p>Actualmente cuenta con una planta de producción moderna y plenamente equipada con cuatro líneas de extrusión de 1.300, 1.600 y 2.500 toneladas.</p> <p>Estrategia Comercial: Establece un sistema de distribución comercial y logística, que le permite estar presente en toda Europa y países latinoamericanos como México.</p> <p>Posiciona a los productos, a través de medios impresos, internet, ferias y exposiciones nacionales e internacionales.</p>
UNIVERSAL ARCHITECTURAL ALUMINIUM SYSTEMS	
<p>Dirección: Universal House Pennywell Road Bristol UK, BS5 03R United Kingdom</p> <p>Teléfono: (+44-0-117) 955-9091 E-mail: <a href="mailto:sales@universal-aluminium.co.uk">sales@universal-aluminium.co.uk</a> Página Web: <a href="http://www.universal-aluminium.co.uk">www.universal-aluminium.co.uk</a></p>	<p>Empresa inglesa, fabricante de perfilería de aluminio comercial, residencial e industrial. En el 2000 realizó una alianza con la empresa Muskita Aluminium Industries, con lo cual se convierte en uno de los principales proveedores de perfilería de aluminio. Tienen implantada la normativa ISO 9001:2000, por lo que sus productos son de alta calidad.</p> <p>Estrategia Comercial: Establece un sistema de distribución en México y el mundo, a través de grandes tiendas distribuidoras como Arkio.</p> <p>Posiciona a los productos, a través de medios impresos, ferias y exposiciones nacionales e internacionales.</p>

<b>PERFILES BOSH S. DE R.L. DE C.V.</b>	
 <p><b>(BRL BOSH REXROTH GROUP MEXICO)</b></p> <p>Dirección: Av. Peñuelas 15-A, Fracc. Ind. San Pedrito Peñuelas C.P. 79148, Querétaro, Qro., México.</p> <p>Teléfono: (01-442) 2232820 E-mail: <a href="mailto:perfiles.bosch@perfilesbosch.com.mx">perfiles.bosch@perfilesbosch.com.mx</a> Página Web: <a href="http://www.boschrexroth.com">http://www.boschrexroth.com</a></p> 	<p>Empresa alemana, fabricante de perfilería de aluminio, accesorios y transportadores. Tienen implantada la normativa ISO 9000 y QS-9000, por lo que sus productos son de alta calidad.</p> <p>Es una empresa que se encuentra presente en todos los continentes, en 80 países.</p> <p>En México cuenta con distribuidores en Querétaro, San Luis Potosí y Guanajuato.</p> <p>Cuentan con 46 medidas y calibres diferentes de perfiles en aluminio anodizado, además de fabricar sobre medidas. Además cuentan con una línea de perfiles que no necesitan de un acabado específico o pintado, pues son fabricados con terminados limpios y estéticos.</p> <p>Estrategia Comercial: Establece un sistema de distribución en el mundo, en el cual Bosh Rexroth solamente vende a través de distribuidores autorizados que cuentan con un inventario completo de los perfiles, para que el cliente tenga mayores opciones de elegir.</p> <p>Posiciona a los productos, a través de medios impresos, ferias y exposiciones nacionales e internacionales, así como un sistema de ventas on-line.</p>

## **LÁMINAS DE ACERO GALVANIZADO**

<b>MEVACO INTERNATIONAL HOLDING GmbH</b>	
 <p>Dirección: Roberto Wernicke 573, C.P.B1609DOG Boulogne Sur Mer - Bs.As.- Argentina</p> <p>Teléfono: +54 11-47632006 E-mail: <a href="mailto:info@mevaco-arg.com.ar">info@mevaco-arg.com.ar</a> Página Web: <a href="http://www.mevaco-arg.com.ar">www.mevaco-arg.com.ar</a></p>	<p>Empresa alemana, fabricante de láminas perforadas de acero galvanizado. Cuentan con la tecnología más avanzada en prensas anchas para el perforado de chapas, por lo que ofrecen precisión y rapidez en los procesos de producción.</p> <p>Estrategia Comercial: Establece un sistema de distribución en México a través de la sucursal en Argentina, es decir, realiza las ventas directas con las empresas constructoras o grandes distribuidoras como Arkio.</p> <p>Posiciona a los productos, a través de medios impresos, ferias y exposiciones nacionales e internacionales.</p>


METECNO MÉXICO (METECNO GROUP)	
 <p>Dirección: Homero # 418, 5° piso, Col. Polanco, 11560 México, D.F. Teléfono: (5255) 52.54.45.80 E-mail: <a href="mailto:ventas@metecnomexico.com">ventas@metecnomexico.com</a> Página Web: <a href="http://www.metecnomexico.com">www.metecnomexico.com</a></p>	<p>Empresa italiana, fabricante de láminas de acero galvanizado, tanto lisas como acanaladas.</p> <p>Tiene plantas de producción en México, Colombia, Francia, Alemania, Portugal y España entre otros, a través de las cuales cubre la demanda de este tipo de Europa, Norte, Centro y Sudamérica. Asimismo exporta a Turquía, Rusia y China. Sus productos cuentan con certificación Factory Mutual System que es una normatividad de resistencia al fuego, succión por viento y granizo.</p> <p>Cuenta con 16 distribuidoras en la República Mexicana</p> <p>Estrategia Comercial: Establece un sistema de distribución en México a través de grandes distribuidoras. Realizan pruebas al producto final antes de salir al mercado, algunas de éstas son: control mecánico, control de densidad térmico y acústico, entre otras.</p> <p>Posiciona a los productos, a través de medios impresos, ferias y exposiciones nacionales e internacionales, así como a través de internet.</p>

## TUBOS DE PVC

ADS MEXICANA	
 <p>Dirección: Carretera a Villa García km, 0+800 66360, Santa Catarina, N.L. Teléfono: (5281) 86254506 E-mail: <a href="mailto:info@adsmexicana.com">info@adsmexicana.com</a> Página Web: <a href="http://www.adsmexicana.com">www.adsmexicana.com</a></p> <p>Empresa estadounidense, fabricante de tubería de PVC y PEAD para drenaje sanitario, pluvial, sub-drenajes y conduit. Maneja diámetros de 4 a 60 pulgadas.</p> <p>En México, opera a través de su planta en Monterrey, Nuevo León.</p>	<p>Estrategia Comercial: Establece un sistema de distribución en México a través de grandes distribuidoras, y ventas directamente a empresas constructoras. Proporcionan una serie de especificaciones de ingeniería, notas de productos, dibujos de CAD y otros datos técnicos importantes relacionados con los productos de ADS a cada cliente, además de entregar un certificado de calidad y durabilidad de los productos que adquiere el cliente.</p> <p>Posiciona a los productos, a través de medios impresos, ferias y exposiciones nacionales e internacionales, así como a través de internet.</p>

NOVEON	
 <p>Dirección: 9911 Brecksville Road Cleveland, Ohio 44141-3427 Teléfono: (216) 447-5000 E-mail: Página Web: <a href="http://www.flowguardgoldspanol.com">www.flowguardgoldspanol.com</a></p> <p>Empresa estadounidense, fabricante de tubería de tubería hidráulica con cloruro de polivinilo postclorado (CPVC) que se ha usado con mucho éxito en México en viviendas tanto de interés social como en casas-habitación de nivel medio y alto, condominios y conjuntos habitacionales. Es utilizada también para la industria, hoteles y construcción en general, por su gran resistencia a las flamas y su poca generación de humo.</p>	<p>Tiene un tiempo de vida de más de 50 años. Cabe destacar que la tubería está aprobada por todos los códigos de Estados Unidos, principalmente el sello de la NSF Internacional (ANSI/NSF Standard 61); Infonavit, ya que cumple con una norma mexicana que certifica la no existencia de desprendimiento de sustancias peligrosas durante el trabajo de la tubería.</p> <p>La comercialización de este tipo de tuberías en México la realizan a través de 4 compañías: Urbanización y Riego de baja California (URBACA); KURODA, S.A. de C.V.; Proveedor Hidrosanitario y Eléctrico (PROHESA) y Empresa Mexicana de Manufacturas, S.A. de C.V. (EMMSA),</p> <p>Estrategia Comercial: Establece un sistema de distribución en México a través de grandes distribuidoras</p> <p>Posiciona a los productos, a través de medios impresos, ferias y exposiciones nacionales e internacionales, así como a través de internet.</p>



DURMAN ESQUIVEL	
 <p>Dirección: Planta Calle Blancos Guadalupe, San José, Ciudad: Costa Rica. Teléfono: (506) 212-5700 Fax central: (506) 256-7176 Email: <a href="mailto:servicio@durman.com">servicio@durman.com</a> Pagina Web: <a href="http://www.durman.com">www.durman.com</a></p> 	<p>DURMAN ESQUIVEL empresa Costarricense, cuenta con plantas de producción y centros de Distribución en México, Centro América, el Caribe y Sudamérica.</p> <p>Cuenta con Certificaciones: ISO 9002: Industria Plástica de Tuberías, S.A. de C.V. (IPT), Estado de México (2001) Hi -Tepla, S.A. de C.V., en Mérida, Yucatán (2001). ASTM: En todas las plantas para los procesos de producción y control de calidad.</p> <p>DEMEX cuenta con certificación de organismos mexicanos reguladores en la mayoría de sus plantas: CNA (Comisión Nacional del Agua) IMTA (Instituto Mexicano de Tecnología del Agua) INFONAVIT (Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores) LAPEM (Comisión Federal de Electricidad).</p>

IPEX	
 <p>Dirección: Blv. Manuel A. Camacho 2900-602-A Fracc. Los Pirules Tlalnepantla Edo. de México Teléfono: (5255) 53780337, 53780334 Fax: (5255) 53781595 E-mail: <a href="mailto:albten@ipexinc.com">albten@ipexinc.com</a> Pagina Web : <a href="http://www.ipexinc.com">www.ipexinc.com</a></p>	<p><b>IPEX</b> empresa Norteamericana, fabricante de tuberías en PVC, PE, ABS, los PP, FR-PVDF, PEX y el PE, así como compuestos innovadores de plástico y metal.</p> <p>IPEX es líder en diseñar y fabricar una de las líneas más grandes y más diversas del mundo.</p> <p>En México, distribuye los productos a través de grandes distribuidoras de materiales para la construcción y otras especializadas en este tipo de producto.</p>

## BALDOSAS

DAL TILE	
 <p>Empresa Norteamericana con redes de distribuidores en toda la República Mexicana, fabricante de pisos de cerámica, cuenta con más de 200 centros de servicio de ventas así como con una red de asociados en todo el mundo, en el 2002 se fusiona con Mohawk Industries, formando una empresa de servicio de pisos y recubrimientos.</p>	



<b>COLORKER S.A.</b>	
 <p>Dirección: Ctra. De Alcora, k.m. 21,3 12110 Alcora Ciudad: Castellón España. Teléfono: 964361616 Fax: 964386432 Pagina Web: <a href="http://www.colorker.com">www.colorker.com</a></p> 	<p>Empresa Española que comenzó con sus actividades en el año 1987.</p> <p>Actualmente cuenta con cuatro líneas de monococción y unas capacidad de producción de 5.000.00 m2</p> <p>Colorker distribuye sus productos a más de 80 países de todo el mundo. Destacando principalmente en la Unión Europea, Estados Unidos y México como uno de sus principales mercados.</p> <p>En México, el producto se distribuye a través de grandes distribuidoras de pisos y recubrimientos.</p>

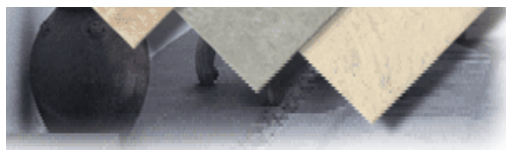
<b>ARMSTRONG WORLD INDUSTRIES MÉXICO</b>	
 <p>Dirección: Paseo de la Reforma 2620-403 Col. Lomas Altas 11950 Ciudad: México D.F. Email: <a href="mailto:beabrego@armstrong.com">beabrego@armstrong.com</a> Pagina Web: <a href="http://www.armstrong.com">www.armstrong.com</a></p> 	<p>Empresa estadounidense que comienza sus operaciones en el año 1860 en Pittsburg. Armstrong cuanta actualmente con 44 plantas en 12 países.</p> <p>Productos: es un líder mundial en la fabricación y la comercialización de los productos residenciales y comerciales del piso de cerámica.</p> <p>Sus marcas de fábrica son: Armstrong Bruce®, Hartco® y Robbins®</p> <p>En México sus productos los comercializa a través de grandes distribuidoras especializadas en pisos y recubrimientos cerámicos.</p> 



### CANTERAS CERRO NEGRO S.A. DE C.V.



Dirección :Manuel Belzú 1939 (1636)  
Olivos,  
Ciudad: Bs. As. Argentina  
Teléfono:(54)(11)47900200  
Fax: (54)(11) 47902772  
E-mail:[mfurfaro@cerronegro-bsas.com.ar](mailto:mfurfaro@cerronegro-bsas.com.ar)  
[www.cerronegro.com.ar](http://www.cerronegro.com.ar)



Empresa Argentina fabricante de pisos, revestimientos y tejas cerámicas.

Cuenta con la norma ISO 9001 (2000) con la empresa BVQI en el año 2001.

La empresa pertenece a CRH, uno de los principales grupos internacionales dedicados a la producción de bienes y servicios para la industria de la construcción, con sede en Irlanda y presencia en 19 países con más de 1.300 plantas.

Posiciona sus productos a través de ferias y exposiciones internacionales, así como en internet y medios impresos.

### COCEMEX S.A. DE C.V.



Dirección: Mayas 3-B Colonia Sta.  
Cruz Acatlán 53150, Naucalpan.  
Ciudad: Edo. de México.  
Teléfono/ Fax : 55605951  
E-mail: [ventas@dune.com.mx](mailto:ventas@dune.com.mx)  
Pagina Web: [www.duneceramic.com](http://www.duneceramic.com)



Empresa Española que inicia sus actividades en el año 1993.

Empresa especialista en decoración de baños y cocina, también comercializan cenefas de muro y piso, listelos, soldaduras y azulejos decorativos.

Las líneas que maneja son Dune y Creativa.

En México, comercializa sus productos a través de grandes distribuidoras de recubrimientos y pisos.

<b>AZROCK</b>	
 <p>Azrock by Tarkett 1705 Oliver Street Houston, TX 77007 Sales Service Department 1-800-366-2689</p> <p>Technical Service Department 1-800-USS-TILE</p> <p>Empresa de origen estadounidense, con amplia tradición en el mercado.</p>	<p>Fabrican losetas vinílicas (VCT) para áreas de tráfico continuo y pesado. Manejan líneas clásicas y complementarias con variedad de brillos. Distribuido por Alfombras y Tapetes en Monterrey.</p> 

### **3.4. CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS**

Los productos que integran la proveeduría del sector construcción tienen características diversas. En las baldosas de plástico, las características principales son las medidas, el espesor y la textura. Las medidas más comunes en las baldosas vinílicas son de 30.5 x 30.5 y de 45.7 x 45.7, los espesores que se manejan son de 1, 3, 1.6 y 3.1 mm, y la textura de ellas puede ser lisa o decorada y en cualquiera de los casos los colores en los que se fabrican son divididos por líneas de colores, que en general son: claros, oscuros, tierra, etcétera. Dichas características son las que manejan los fabricantes de estos productos.

El empaque utilizado para este tipo de materiales es el cartón corrugado, es decir, las baldosas vinílicas se empaquetan en cajas de cartón individuales que pueden contener de 4.18 m<sup>2</sup> a 10 m<sup>2</sup>, dependiendo del tamaño del producto y posteriormente, éstas cajas se embalan en cajas master de cartón corrugado cuando se trata de material de exportación. El marcado de código de barras en donde se encuentra la información del producto, se encuentra plasmada en la caja individual, así como también cada caja tiene adherida una etiqueta en donde se explican las características del producto según la NOM-050-SCFI-1994, que de manera general establece que la etiqueta contenga el nombre del producto, la cantidad, nombre o denominación de fabricante o importador, país de origen con la leyenda “hecho en...”.

presentarse en idioma español, que la etiqueta sea clara y se encuentre colocada en un lugar visible al consumidor, entre otras cosas.

Las características de las baldosas de cerámica, al igual que las vinílicas se encuentran en función de su tamaño, colores y acabados, es decir lo único diferente entre éstas y las vinílicas es que no manejan espesores. Los tamaños de baldosas de cerámica que se manejan en el mercado mexicano son de 20 x 20 cm., 33 x 33 cm. y 44 x 44 cm., hay una gran variedad en colores, los cuales se dividen por líneas claras oscuras, tierra y europeas generalmente, teniendo así, que según los fabricantes y distribuidores de productos no hay un color líder en ellos. Los acabados que tienen estas losetas son esmaltados o sin esmaltar, y cabe mencionar que las baldosas más vendidas son los esmaltados.

Porcelanite, la empresa más importante de baldosas cerámicas tiene 9 líneas de productos en su empresa PORCELANATO con las siguientes características: absorción al agua prácticamente nula, máxima resistencia a las heladas, mayor estabilidad dimensional, alta resistencia mecánica y nula porosidad, dirigida a construcciones que se encuentran en zonas de cambios de temperatura drásticos por las estaciones (zona norte del país).

Este tipo de producto es empacado en cajas de cartón corrugado individuales y la cantidad en metros cuadrados que contienen, varía dependiendo del tamaño de la baldosa. Las características de los productos, vienen impresas en la caja o adheridas en una etiqueta en la caja de cartón, con la información de la NOM-050-SCFI-1994, la cual entre otras cosas indica que la etiqueta debe contener el nombre del producto, la cantidad, nombre o denominación de fabricante o importador, país de origen con la leyenda “hecho en...”, presentarse en idioma español, que la etiqueta sea clara y se encuentre colocada en un lugar visible al consumidor.

Las características de los tubos de PVC son muy técnicas y se encuentran en función del diámetro, tanto nominal como exterior, tipo de extremos, ya sea lisos o con campana, así como el uso que se le vaya a dar a éstos, pues pueden tener usos hidráulicos, sanitarios, de alcantarillado, agrícolas, etcétera; asimismo, la tubería se fabrica en tramos de 6 metros, por lo general en color blanco y para una presión de trabajo de 23° C. Este tipo de productos viene empacado en plásticos cuando el largo de los tubos es grande (4, 5 ó 6 m), pero cuando el cliente los solicita en una medida más pequeña (1 ó 2 m), se empaican en cajas de cartón. Estos productos tienen un código de colores que los

identifica según el uso que vayan a tener, por lo que el color gris es para tuberías de uso industrial, el blanco para conducción de agua potable y el verde para alojar cables eléctricos.

En cuanto a las láminas de zinc, en México no se fabrican láminas totalmente de este material, por lo que las láminas más manejadas en la construcción que son las láminas de acero, con un recubrimiento de zinc llamadas láminas galvanizadas. Las características que se toman en cuenta son: el calibre de la lámina, el cual puede ir desde el 10 hasta el 24; los más usados son el 24, 26 y 28; el ancho de la lámina que puede ser de 0.82 cm, 0.91 cm, 1.10 m ó 1.22 m, así como también se toma en cuenta el acabado de la lámina que puede ser liso o acanalado. Este tipo de productos no llevan un empaque, sino que son transportados una encima de otra y en ocasiones solamente son sujetadas con flejes de metal, para que no se muevan

En los perfiles de aluminio, sus características se encuentran de acuerdo a la línea correspondiente; se manejan líneas arquitectónicas, industriales, residenciales y comerciales. La línea arquitectónica es la que corresponde al presente estudio y en ella las características principales son: el tipo de perfil (puertas, ventanas, cancelas, fachadas, herrajes), si los perfiles son batientes, corredizos o fijos, las medidas que se requieran, los acabados, que pueden ser en aluminio anodizado o pintado y si se requieren ensamblados o desensamblados. Los perfiles se encuentran constituidos por un gran número de partes como son: chambranas, cercos, tapas, junquillos, zoclos, rieles, traslapes, batientes, cabezales, marcos, contramarcos, pilastras y cretinas entre otras, todos ellos son partes que conforman una puerta y se pueden adquirir con los fabricantes o distribuidores por separado.

El empaque utilizado para este tipo de productos es la burbuja de un solo sellado cuando se entregan a nivel nacional y en cajas de cartón corrugado, cuando es para exportación, es decir a nivel nacional, el producto no es empacado en cajas de cartón, ya que no son productos frágiles o que puedan sufrir algún daño en su transportación.

### **3.5. PRECIOS**

Debido a que los productos manejados son muy diferentes, se presentan varias tablas que contienen los precios a los que se venden los artículos que proveen al sector construcción. Cabe mencionar que

los precios que se encuentran en las tablas corresponden a los productos que se consideran líderes en el mercado mexicano:

**Tabla 13: Precios de insumos para la construcción** <sup>9</sup>

(Valor en dólares)

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	PRECIO POR CAJA
Baldosa Vinílica	Espesor de 1.6 mm Dimensión: 30.5 x 30.5 cm. Caja con 4.18 m2	10.50
Baldosa Vinílica	Espesor de 3.1 mm Dimensión: 30.5 x 30.5 cm. Caja con 4.18 m2	19.50

Fuente: Elaborado por el grupo consultor, febrero-mayo 2004.

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	PRECIO POR M2
Baldosa Cerámica para Piso	Dimensión: 20 x 20 cm.	4.30 – 5.00
Baldosa Cerámica para Piso	Dimensión: 33 x33 cm.	4.30 – 5.85
Baldosa Cerámica para Piso.	Dimensión: 40 x40 cm.	5.00 –5.75
Baldosa Cerámica para Piso.	Dimensión: 44 x 44 cm.	4.85 – 5.75
Baldosa Cerámica para Pared.	Dimensión: 11 x 11 cm.	4.85
Baldosa Cerámica para Pared.	Dimensión: 20 x20 cm.	4.30
Baldosa Cerámica para Pared.	Dimensión: 20 x25 cm.	4.30 – 5.35
Baldosa Cerámica para Pared.	Dimensión: 20 x25 cm.	4.30 – 5.35

Fuente: Elaborado por el grupo consultor, febrero-mayo 2004.

<sup>9</sup> Información recogida por grupo consultor en mayo-junio 2004. Tipo de cambio utilizado para la conversión: 1 Dólar = 11,50 pesos mexicanos.

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	PRECIO POR METRO
Tubo de PVC	Tubos PVC con campana, para Agua Potable, diámetros nominales de 25 a 200 mm y diámetros exteriores de 33.4 a 219.1. Para una presión de trabajo de 23°C. y 11 kgf/cm <sup>2</sup> . Color Blanco.	0.71 - 23
Tubo de PVC	Tubos PVC, para Uso Industrial, diámetros nominales de 6 a 200 mm y diámetros exteriores de 13.7 a 219.1. Para una presión de trabajo desde 12 a 90 kgf/cm <sup>2</sup> . Color Gris Oxford.	0.52 - 24
Tubo de PVC	Tubos PVC, para Uso Sanitario, diámetros nominales de 40 a 200 mm y longitudes de 6 m. Color Blanco.	4.85 – 63.10 Por tramo de 6 m.

Fuente: Elaborado por el grupo consultor, febrero-mayo 2004.

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	PRECIO POR KILO
Lámina Galvanizada de Acero	Lámina galvanizada lisa de 3 pies, calibres de 14 a 30,91 cm. de ancho.	16.20 - 73.50
Lámina Galvanizada de Acero	Lámina galvanizada lisa de 6 a 24 pies, calibres de 22 a 32,82 cm. de ancho.	10.32 - 96
Lámina Galvanizada de Acero	Lámina galvanizada lisa de 6 a 24 pies, calibres de 22 a 32, 1.10 cm. de ancho.	26.9
Lámina Galvanizada de Acero	Lámina galvanizada en rollos de 1000 Kg., calibres 22, 24 y 26, de 3 ó 4 pies de ancho.	1221 -1302

Fuente: Elaborado por el grupo consultor, febrero-mayo 2004.

<b>PRODUCTO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PRECIO POR UNIDAD</b>
Perfiles de Aluminio para Ventanas	Medidas: 60 x 60 a 1.80 x 1.20. Acabados en aluminio anodizado.	144.68 - 296
Perfiles de Aluminio para Ventanas	Medidas: 60 x 60 a 1.80 x 1.20. Acabados en aluminio pintado.	177 - 295
Perfiles de Aluminio para Puertas Batientes	Compuesta por 1 batiente, 1 junquillo, 1 intermedio, 1 zoclo, 1 cerco de chapa y 1 cabezal. Colores blanco y negro.	119 - 137

Fuente: Elaborado por el grupo consultor, febrero-mayo 2004.

Los precios de las baldosas vinílicas y cerámicas, se encuentran en función no solamente de las medidas, sino que influye mucho el color que se requiera. En los tubos de PVC, los precios se encuentran en función del uso del tubo y del diámetro requerido. En las láminas de acero galvanizado, se encuentran en función del calibre requerido y el ancho de la lámina, y en cuanto a los perfiles, es importante mencionar que el precio se encuentra en función del modelo requerido, pues los perfiles que forman una ventana una puerta o un cancel, pueden venderse por separado o bien se venden en conjunto a manera de armar el producto solicitado por el cliente.

El incremento que ha habido en los materiales para la construcción en los últimos 3 años, ha sido de 2.20% en el año 2001, 7.20 para el 2002 y 4.10 para el 2003. Esto se debe a variables macroeconómicas que provocan la devaluación del peso mexicano.

En la ciudad de Monterrey, el incremento en los precios es muy importante, ya que como se mencionaba, es una de las ciudades que concentra mayor obras de construcción. En esta ciudad los precios en el 2001 se incrementaron un 4.20%, en el 2003 un 8.60 y en el 2003 un 5.20%. Esto nos indica que la variación de precios depende no solo del tipo de material, sino también de la ubicación geográfica que se tenga.

### **3.6. ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD**

Las estrategias que utilizan las empresas fabricantes o comercializadoras de este tipo de productos, son: Anuncios en páginas amarillas y páginas Web. Carteles espectaculares o vallas, (en el caso

de baldosas), en las principales vías carreteras del Distrito Federal, área metropolitana y Estado de México. Distribución de catálogos y folletos. Ferias del sector construcción y ferretero. Empleo de agentes de venta. Anuncios en radio y T.V. (en el caso de baldosas).

De las estrategias mencionadas anteriormente, las páginas amarillas y los anuncios en Internet son de los medios más utilizados, ya que en su mayoría son productos dirigidos a un mercado industrial y con especificaciones técnicas, a excepción de las baldosas, las cuales a diferencia de los otros productos, son compradas por el consumidor final con mucha más frecuencia.

### **3.7. CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS**

El sector tiene grupos industriales bastante fuertes, con experiencia exportadora y con buenos estándares de competitividad. En el caso de insumos de metal las empresas presentan buenas alternativas y la competencia nacional es fuerte. Se observa presencia de empresas extranjeras más en el área de productos cerámicos y plásticos, mayoritariamente de origen de países europeos y de Estados Unidos.

Los precios en el mercado mexicano se encuentran muy competidos, provocando que las empresas extranjeras que ingresan sus productos al mercado tengan que tener no solamente buena calidad, sino también precios y ante todo nichos de especialización que la industria mexicana no esta cubriendo o la mismas empresas extranjeras, como es el caso de la línea de tubos de pvc quienes requieren de diámetros que la industria mexicana no cubre ni abastece.

El sector insumos para la construcción en México participa en una competencia internacional de mercados así como de inversiones, transferencia de tecnología y conocimiento.

El valor de las compras de materiales de las empresas constructoras en el año 2003 fue 0.12% menor respecto al 2002, lo cual se debe a que hubo un aumento en el número de constructoras que dejaron de operar en este periodo.

Las viviendas que tienen mayor demanda son de niveles bajo y medio, por lo que se puede establecer que entre los insumos para la construcción que tienen mayor demanda son: puertas y ventanas de aluminio y PVC, muebles de baño, grifería, pisos y recubrimientos de todos tipos, entre otros.



Los insumos que tienen mayor competitividad son los recubrimientos para pisos (baldosas), estructuras metálicas, prefabricados como tablaroca, entre otros, debido a su alto nivel de calidad y una buena cantidad de producción.

En México el mercado de los insumos para la construcción se encuentra cubierto en un 80% por empresas mexicanas, que mantienen una competencia no solo de precios sino de calidad y servicio al cliente.

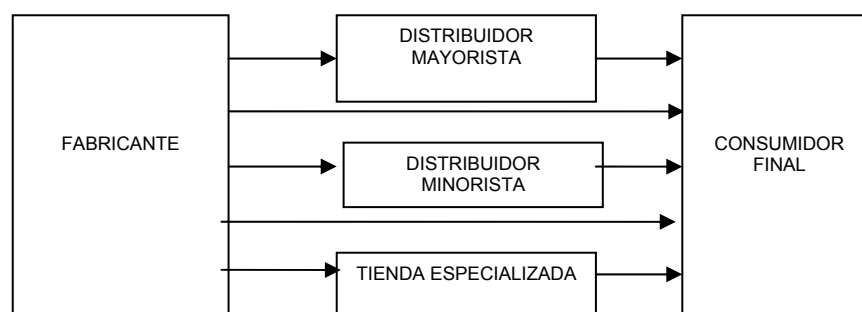
El colombiano se encuentra ante un mercado dominado por empresas mexicanas fabricantes de insumos de construcción con solidez y experiencia en el mercado interno y de exportación, las cuales manejan hasta 3 marcas para el mercado interno, haciendo con ello su propia competencia.

No obstante, el mercado de los insumos para la construcción se está abriendo a la importación en los últimos años, y con ello si el exportador colombiano cuenta con un producto de calidad y precio tienen las ventajas logísticas ante los proveedores europeos principalmente.

La presencia de las empresas extranjeras en el mercado mexicano, se podrá desarrollar en función a ingresar a nichos de especialización en mercados que requieran productos diferenciados, con una buena estrategia logística y suministro oportuno.

## 4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

**GRÁFICA 1 FLUJO DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN**



Las empresas fabricantes de insumos para el sector construcción utilizan como canales de comercialización, principalmente a los distribuidores mayoristas bajo el esquema de distribuidores autorizados y a los medio mayoristas; asimismo, los fabricantes tienen un esquema de comercialización directa con el consumidor final, el cual en este caso son las constructoras ya sean grandes o medianas que requieren de un gran volumen de productos y que les conviene comprar directamente con el fabricante. Varios grupos industriales tienen empresas comercializadoras propias, que manejan el tema de la distribución para sus productos, así evitan la intermediación y tienen cautivo al cliente final, en este caso entraría en el esquema de tienda especializada.

### 4.1. ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN

Fabricante-consumidor final: el fabricante de los productos que integran el sector de insumos de construcción, vende directamente al consumidor final, el cual por lo general es una constructora nacional o extranjera de grandes obras, puesto que el fabricante vende en volúmenes grandes y resulta conveniente para ellas comprar directamente al fabricante.

Fabricante–distribuidor mayorista–consumidor final: Bajo este esquema, opera la mayoría de los fabricantes y consiste en venderle a un distribuidor grandes cantidades de los productos, los cuales serán vendidos a través de los distintos puntos de venta que tienen los

distribuidores. El distribuidor también tiene la posibilidad de exportar el producto del fabricante.

Tienda especializada: Empresa que se especializa en la venta de varios artículos para la construcción, enfocadas en artículos para hogar. Este tipo de tiendas se encuentra dirigido a las ventas al medio mayoreo y menudeo. Son tiendas de gran prestigio y cuentan con una red importante de tiendas en la república mexicana, entre las más importantes se encuentra como líder Home Depot, Home mart (adquirida por Home Depot en el 2004), Construrama y Arkio entre otras. Muchas de estas tiendas son de carácter regional.

Los distribuidores mayoristas son aquellas empresas que tienen tiendas en puntos de venta, especializándose en alguno de los insumos de la construcción. Ellas venden diversas marcas de 1 ó más fabricantes nacionales o extranjeros. Algunas de ellas tienen la capacidad de importar y los volúmenes de venta que manejan son variados, pues pueden venderle a un medio mayorista o a un minorista.

Los distribuidores minoristas son aquellos que compran los productos a los distribuidores mayoristas o en ocasiones se ponen en contacto con el fabricante y logran obtener una distribución exclusiva de la marca del fabricante. Ellos venden los productos en tiendas en punto de venta y se especializan en las ventas a menudeo.

Los distribuidores manejan un gran número de marcas correspondientes a uno o más fabricantes, por ello son el medio de comercialización más utilizado.

La forma de pago que manejan las empresas fabricantes o distribuidoras depende del producto que se trate; sin embargo, de manera general, se maneja una forma de pago de contado vía transferencia electrónica cuando se vende a un cliente por primera vez, o bien se pide un anticipo del 50% en efectivo vía transferencia electrónica y el 50% restante cuando se haga la entrega de la mercancía.

En algunos casos, las empresas abren líneas de crédito a los clientes, siempre y cuando cumplan con requisitos como estados financieros auditados no mayor en su vigencia a 3 meses con el fin de que una compañía aseguradora de crédito los audite y con base a su calificación otorguen un plazo.

Los tiempos de entrega manejados en baldosas vinílicas es de 1 a 3 días, en baldosas de cerámica de 7 a 30 días, en tubos de PVC de 1 a 5 días, en láminas de acero de 7 a 15 días y en perfiles de aluminio de 10 a 30 días. Estos tiempos se encuentran en función de las existencias de producto en las bodegas del fabricante o distribuidor.

En baldosas se acostumbra comercializar según los metros cuadrados requeridos, en tubos de PVC según los metros lineales, las láminas de acero se pueden comercializar en hojas, tiras, o rollos y los perfiles revenden por unidad ya sea armada o desarmada.

Cabe mencionar que en México no hay una tienda que agrupe a todos los proveedores de materiales de construcción, sino que todos ellos se encuentran en tiendas separadas.

#### **4.2. CONTACTOS**

Las empresas con las cuales se tuvo contacto para obtener la información de la competencia en México se encuentran en la siguiente tabla.

**Tabla 14: Empresas contactadas en el Estado de México.**

<b>EMPRESA</b>	<b>Producto</b>	<b>Tipo Empresa</b>	<b>Contacto</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>E-MAIL</b>	<b>PÁG. WEB</b>
Distribuidora de Linóleums	Baldosas Vinílicas	Distribuidor	Moisés Romano/ Gerente de Compras	Fray Servando Teresa de Mier 3, esq. Eje Central, Col. Centro, México D.F.	(52) (55) 55786000	dlventas@distribuidora.com.mx	www.distribuidora.com.mx
Linóleums La Nueva Avenida	Baldosas Vinílicas	Distribuidor	Ramón Mizrahi/ Dueño	Fray Servando Teresa de Mier No. 25, Col. Centro, México D.F.	(52) (55) 55789425	<a href="mailto:ramonmizrahi@prodigy.net.mx">ramonmizrahi@prodigy.net.mx</a>	<a href="http://www.lna.com.mx">www.lna.com.mx</a>
Recubre	Baldosas Vinílicas y Cerámicas	Distribuidor	Vicente Estebez/Director General.	Av. Presidente Juárez 2010, C.P. 54070, Tlalnepantla Edo. de México.	(52) (55) 11061111	<a href="mailto:marketing@recubre.com.mx">marketing@recubre.com.mx</a>	<a href="http://www.recubre.com.mx">www.recubre.com.mx</a>

<b>EMPRESA</b>	<b>Producto</b>	<b>Tipo Empresa</b>	<b>Contacto</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>E-MAIL</b>	<b>PÁG. WEB</b>
Cerámica SJ	Baldosas Cerámicas	Fabricante	Enna Cupido7 Gerente de Ventas y Compras	Pilares No. 1402, Col. Letrán Valle, México D.F.	(52) (55) 52433608	santajulia df@yahoo.com.mx	<a href="http://www.santajulia.com.mx">www.santajulia.com.mx</a>
Loetas Vinylasa	Baldosas Vinílicas	Fabricante	Josefina Soberanes/ Gerente de Exportaciones.	Canela No. 238, Col. Granjas México, Deleg. Iztacalco, México D.F.	(52) (55) 58031312	jsoberanes@vinylasa.com.mx	<a href="http://www.vinylasa.com.mx">www.vinylasa.com.mx</a>
Interceramic	Baldosas Cerámicas	Fabricante	Israel Moreno/ Gerente de Ventas		(52) (55) 53666672	imoreno@interceramic.com.mx	<a href="http://www.interceramic.com.mx">www.interceramic.com.mx</a>
Porcelanite	Baldosas Cerámicas	Fabricante	Hugo Baños/ Gerente de Exportaciones Centro y Sudamérica.	Bosque de Ciruelos No.130 9o piso., Col. Bosques de las Lomas, México D.F.	(52) (55) 52469912,	hbanos@porcelanite.com.mx	<a href="http://www.porcelanite.com.mx">www.porcelanite.com.mx</a>

EMPRESA	Producto	Tipo Empresa	Contacto	Dirección	Teléfono	E-MAIL	PÁG. WEB
Plastotécnica S.A.	Tuberías de PVC	Fabricante	Rafael Castillo Wolf/ Director división plásticos.	Calle 8 Num. 1-B C.P. 53370 Naucalpan, Estado de México	(52) (55) 54423800	<a href="mailto:aeb@pt.com.mx">aeb@pt.com.mx</a>	<a href="http://www.pt.com.mx">www.pt.com.mx</a>
PVC Accesorios, Tubería Plásticas.	Tuberías de PVC	Distribuidor	José Meneses/ Ventas	Ayuntaminet o 92-B Col. Centro	(52) (55) 55124791		
Tubemex Tuberías y Conexiones PVC.	Tuberías de PVC	Fabricante	René Ruiz/ Ventas		(52) (55) 55822438		
Empresa Mexicana de Manufacturas.	Tuberías de PVC	Fabricante	Mario González/ Gerente de Ventas	Leyes de Reforma 111 Paseos de Churubusco México, DF.	(52) (55) 91717000	<a href="mailto:rgonzalez@emmsa.com.mx">rgonzalez@emmsa.com.mx</a>	<a href="http://www.emmsa.com.mx">www.emmsa.com.mx</a>
Durapiso	Baldosas Vinílicas	Fabricante	Eloy Montero/Director General	Av. San Rafael No. 56, Parque Industrial Lerma, Lerma, Edo. Mex.	(52) (55) 57617127	<a href="mailto:ser_gutz2@hotmail.com">ser_gutz2@hotmail.com</a>	<a href="http://www.durapiso.com.mx">www.durapiso.com.mx</a>

<b>EMPRESA</b>	<b>Producto</b>	<b>Tipo Empresa</b>	<b>Contacto</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>E-MAIL</b>	<b>PÁG. WEB</b>
Tabiques y Acabados de Cerámica	Baldosas Cerámicas	Distribuidor	Martín Márquez/ Gerente de Comercialización (Ventas y Compras)	Peten No. 98, Col. Narvarte, México D.F.	(52) (55) 56087103,	<a href="mailto:tacer2000@yahoo.com.mx">tacer2000@yahoo.com.mx</a>	<a href="http://www.stajulia.com.mx">www.stajulia.com.mx</a>
El Surtidor de Observatorio	Baldosas Vinílicas y Cerámicas	Distribuidor	Miguel Ángel Ichikawa/ Gerente de Compras.	Av. Observatorio No. 260 Col. Daniel Garza C.P. 11830 México, D.F.	(52) (55) 52370300	<a href="mailto:bikeda@surtidor.com.mx">bikeda@surtidor.com.mx</a>	<a href="http://www.surtidor.com.mx">www.surtidor.com.mx</a>
Grupo Sanimex	Baldosas Vinílicas y Cerámicas	Distribuidor	Talía Rivas / Ventas	Ayuntamiento No.40 -42, Col. Centro, México, D.F. Tiene 18 direcciones más en el D.F., área metropolitana y Estado de México.	(52) (55) 56990416,		<a href="http://www.sanimex.com.mx">www.sanimex.com.mx</a>
Grupo Metálico Industrial	Perfiles de Aluminio	Distribuidor	Ricardo Pascacio/ Gerente de Ventas	Escuadrón 201 No. 506 Col. Sta María Ticomán, 07340	(52) (55) 57544798		<a href="http://www.gmimex.com">www.gmimex.com</a>
Grupo La Viga Aluminio	Perfiles de Aluminio	Distribuidor	Martín Tapia/ Ventas	Mariano escobedo 207, Centro Tlalnepantla, Edo. Mex.	5656728		
Grupo Superfil	Perfiles de Aluminio	Distribuidor	Edith Tejeda/ Ventas	Eje Central Lázaro Cárdenas 353, esq. Viaducto, México D.F.	(52) (55) 5199424	<a href="mailto:gposuperfil@terra.com.mx">gposuperfil@terra.com.mx</a>	<a href="http://www.superfil.com.mx">www.superfil.com.mx</a>
Almexa Aluminio	Perfiles de Aluminio	Fabricante	Fernando López/ Gerente de Comercialización Centro y Sudamérica.		(52) (55) 57285300	<a href="mailto:coptotm@nacobre.com.mx">coptotm@nacobre.com.mx</a>	<a href="http://www.nacobre.com.mx">www.nacobre.com.mx</a>
Alucentro del Sur	Perfiles de Aluminio	Distribuidor	Laura Velásquez/ Ventas	Prol. División del Norte 5082, Col. La Cebada, Xochimilco	(52) (55) 56758030,	<a href="mailto:alucentro_sur@webtelmex.net.mx">alucentro_sur@webtelmex.net.mx</a>	<a href="http://www.alucentro.com">www.alucentro.com</a>

EMPRESA	Producto	Tipo Empresa	Contacto	Dirección	Teléfono	E-MAIL	PÁG. WEB
Grupo Jordana	Láminas de Acero	Distribuidor	Erick Linares/ Ventas		(52) (55) 58737391,	<a href="mailto:assteel@prodiqv.net.mx">assteel@prodiqv.net.mx</a>	
Centro Laminero	Láminas de Acero	Distribuidor	Yina Cruz/ Ventas	Av. Toluca, No. 113, Col. Valle Ceylan, Tlalnepantla, Estado de México	(52) (55) 53885126,		<a href="http://www.celam.0pi.com">www.celam.0pi.com</a>
Lamintec	Láminas de Acero	Distribuidor	Mónica Quintanilla/ Gerente de Ventas		(52) (55) 58681701	<a href="mailto:assteel@prodiqv.net.mx">assteel@prodiqv.net.mx</a>	
Saavedra y Sordo	Láminas de Acero	Distribuidor	Magali Cruz/ Gerente de Compras	Antonio Díez de Bonilla Nos. 9 y 13 Col. San Miguel Chapultepec 11850 México, D.F.	(52) (55) 55151272,	<a href="mailto:ventas@saavedray.sordo.com.mx">ventas@saavedray.sordo.com.mx</a>	<a href="http://www.saavedray.sordo.com.mx">www.saavedray.sordo.com.mx</a>
Home Mart	Diversos productos para la construcción.	Distribuidor	Gerardo Silva/ Gerente Compras división pisos.	Av. Lomas Verdes No.904,Esq. Periférico Norte	(52) (55) 5728-6800		<a href="http://www.homemart.com.mx">www.homemart.com.mx</a>

**Tabla 15: Empresas contactadas en MONTERREY N.L.**

EMPRESA	PRODUCTO	TIPO EMPRESA	CONTACTO	DIRECCION	TELÉFONO	E-MAIL
Block y Materiales Reynosa	Principalmente para material gris	Distribuidor	Crecencio Sandoval	Bartolome Mitre 4833, Col. San Martin, C.P. 64210	(81) 83224167	-
Regio MeCasa Materiales Exclusivos de Calidad S.a. de C.V.	Principalmente para material gris	Distribuidor	Lic. Oscar Vela	Av. Lincoln 7800 Col. Plutarco Elias Calles	(81) 81551515	<a href="mailto:mecasa@info.sel.net.mx">mecasa@info.sel.net.mx</a> <a href="http://www.regiomecasa.com.mx">www.regiomecasa.com.mx</a>
Matriza, Materiales el Triunfo	Principalmente para material gris	Distribuidor	Deyanira Guajardo	Av. Almazan 1101, Col. Topo Chico	(81) 83766233	
Grupo Materiales Monterrey	Principalmente para material gris	Distribuidor	Eliza Martínez	Villagrán Sur 473 A. Col. Centro	(81) 83402319	-



EMPRESA	PRODUCTO	TIPO EMPRESA	CONTACTO	DIRECCION	TELÉFONO	E-MAIL
Promaco	Principalmente para material gris	Distribuidor	Ilda Ramírez	Vasconcelos 920-b pte. Centro, San Pedro Garza García	(81) 83365750	<a href="mailto:ilda@promaco.com.mx">ilda@promaco.com.mx</a> <a href="http://www.promaco.com.mx">www.promaco.com.mx</a>
Materiales Santa Bárbara	Principalmente para material gris	Distribuidor	Humberto Garza Compras	Av. Vasconcelos 911 Pte. San Pedro Garza García	(81) 83704080 est. 117 0 103	<a href="mailto:garzahumber to@hotmail.com">garzahumber to@hotmail.com</a>
Industrias Vermont S.A. de C.V.	perfilería en Acero, Aluminio, o Lamina Galvanizada	Fabricante		Colón 2435, C.P. 64580	(81) 83552344	<a href="http://www.vermont.com.mx">www.vermont.com.mx</a>
Prolamsa	Perfiles de Acero	Fabricante	Maribel Aguilar, Claudia Salinas Compras	Carretera a Colombia k.m. 5.75 Escobedo, C.P. 66050	(81) 81540200 EXT.4	<a href="mailto:compras@prolamsa.com">compras@prolamsa.com</a> <a href="http://www.prolamsa.com">www.prolamsa.com</a>
Perfiles y Herrajes L.M. S.A. de C.V.		Fabricante y Distribuidor	Luis Furkawa Compras	Blv. Carlos Salinas de Gortari K.m. 8.5 Apodaca, C.P. 66600	(81)813300 13 Ext. 6	<a href="mailto:ilfurkawa@pyhim.com">ilfurkawa@pyhim.com</a> <a href="http://www.idc.com.mx">www.idc.com.mx</a>
Acero Plaza S.A. DE C.V.	Perfiles en General	Distribuidor	Claudia Muniz	Av. Felix U. Gómez 2776 Nte.	(81)812534 00 Fax: (81) 83723727	<a href="mailto:compras@acero plaza.com.mx">compras@acero plaza.com.mx</a>
Acero Treviño	perfiles en General y lamina Galvanizada	Distribuidor		R. Cortines Ote. 3249, C.P. 64510		<a href="mailto:acero streviño@prodigy.net.mx">acero streviño@prodigy.net.mx</a>
Aceros Viva S.A. de C.V.	Aceros en General	Distribuidor	Carlos Tapia	Carr. Nacional 110, Col. La Estanzuela, C.P. 64984	(81) 81555400	<a href="http://www.acerosviva.com">www.acerosviva.com</a>
Perfiles y Laminados Victoria S.A. de C.V. Productos Tritt	Artículos de Lamina	Fabricantes	Sr. Cantú	Tomás Alba Edison 3118 Nte. Fracc. Industrial, C.P. 64290	(81)835173 00	<a href="mailto:l.cantu@plavisa.com.mx">l.cantu@plavisa.com.mx</a> <a href="mailto:tritt@plavisa.com.mx">tritt@plavisa.com.mx</a> <a href="http://www.plavisa.net">www.plavisa.net</a>
Aceros Populares S.A. de C.V.	Aceros, Perfiles y Laminas Galvanizadas en general	Distribuidor Fabricante		Av. Chapultepec 2426 Ote. Valle de Chapultepec, C.P. 67140	(81) 83558801	
Materiales de Fierro la Central S.A.	Lamina Galvanizada de Zinc	Distribuidor	Azael Treviño	Ruiz Cortinez 5133 Ote. Col. Adolfo Prieto,	(81) 83791821 Fax: (81)	<a href="mailto:lacentral sadec@">lacentral sadec@</a>

EMPRESA	PRODUCTO	TIPO EMPRESA	CONTACTO	DIRECCION	TELÉFONO	E-MAIL
de C.V.				Guadalupe N.L.	83349160	<a href="mailto:prodigy.net.mx">prodigy.net.mx</a>
Aceros y Tubulares del Noreste S.A. de C.V.	Perfiles y Lamina Galvanizada en general	Distribuidor		15 de Mayo 2701 Col. Vivienda Popular, Guadalupe N.L.	(81) 83371978	-
Tubulares y Aceros Guadalupe	Perfiles en General	Distribuidor	Matilde Palomo	Presidente B. Juárez 407 Ote. Guadalupe N.L.	(81) 83672430 Fax: (81) 83670318	<a href="mailto:tubulares@infosel.net.mx">tubulares@infosel.net.mx</a>
Grupo Empresarial	Acero, Laminas y Perfiles	Distribuidor	Magda García	Camino al Milagro 107 Col. El milagro Apodaca	(81) 83212100 Fax: (81) 83212126	<a href="mailto:tycsa_tusamty@terra.com.mx">tycsa_tusamty@terra.com.mx</a>
Perfiles y Laminas	Perfiles y Laminas en general	Fabricante	Guillermo Garza	Pablo A. de la Garza 2815, Col. Moderna	(81) 83518378 Fax: (81) 83518379	-
Acero Mezquital	Perfiles y Acero	Fabricante	Omar Guajardo	Carr. Mezquital a Sta. Rosa K.m. 4 Apodaca	(81) 83141297	-
La Soledad	Perfiles	Distribuidor	Jaime Santiago Hernández	Salamanca 112 Col. Encinas Cruz, Escobedo	(81) 83840125	
Materiales y Ferretería Elizondo de Guadalupe S.A. de C.V.	Perfiles en General	Distribuidor	Victor Castillo	Av. Benito Juárez 102, Col. Zertuche Guadalupe	(81) 83934565	
PYPMSA Perfiles y Planos de Monterrey S.A de C.V.	Placas, Lamina Galvanizada y Perfiles de Acero	Distribuidor y Comercializador	Nadia Látigo		(81) 83343486 Fax: (81) 83343987	-
Perfiles Santo Domingo S.A. de C.V.	Perfiles en General	Distribuidor	Rosaneli Guajardo	Av. Santo Domingo 1447 Col. Valle de Sto. Domingo, San Nicolas de los Garza	(81) 83821087	
Aplasa Aceros	Lamina Galvanizada	Distribuidor Fabricante	Omar Vélez	Av. Benito Juárez 1314 Ote. Guadalupe	(81) 83372304	<a href="mailto:aplasaacero@terra.com.mx">aplasaacero@terra.com.mx</a>
Grupo Metro	Placas,	Distribuidor		Bernardo	(81)	-

## Estudio de Mercado “Insumos para la Construcción”

EMPRESA	PRODUCTO	TIPO EMPRESA	CONTACTO	DIRECCION	TELÉFONO	E-MAIL
Aluminio	Laminas Dscos y Perfiles	Fabricante		Reyes 1716 Nte.	83727603 Fax: (81) 83743246	
Aluminio Galgo	Perfiles de Aluminio arquitectónico e Industrial, así como de plástico para cancelería	Distribuidor	Carla Galván	Francisco Somohano 11 Col. Adolfo Prieto, Guadalupe	(81) 83794250 Fax: (81) 83794254	<a href="http://www.aluminiosgalgo.com">www.aluminiosgalgo.com</a>
Distribuidora de Aluminio S.A. de C.V.	Perfiles, Laminas, Placas, Foie en Aluminio y Acero Inoxidable	Distribuidor	Srita Greta Compras	Antonio E. Marcos 4 casi esq. Km. 34.5 de carretera Sta. Rosa, Apodaca	(81) 81545300	<a href="mailto:ventasmt@diasamex.com">ventasmt@diasamex.com</a> <a href="http://www.daisamex.com">www.daisamex.com</a>
División Arquitectónica	Perfiles y Laminas en general	Distribuidor		Ramiro E. Martínez 1924, Col. Ferrocarrilera Monterrey	(81) 81154182 Fax: (81) 81154069	<a href="mailto:aeagutierrez@att.net.mx">aeagutierrez@att.net.mx</a>
Termotrol Industrial S.A. de C.V.	Perfiles, Laminas, Aluminio en general	Distribuidor		Av. Nueva Escondida 4230, Fracc. Abraham Lincoln, C.P. 64310	(81) 83112184 Fax: (81) 81152546	<a href="mailto:termoind@avantel.net">termoind@avantel.net</a>
INDALUM SA	Perfiles en general	Fabricantes		Aquiles Serdán 203 Cruz con Adolfo López Mateos, San Nicolás de los Garza	(81) 83538201 Fax: (81) 83504992	<a href="mailto:indalum@intercable.net">indalum@intercable.net</a>
Mercatil Gómez Lozano S.A. de C.V.	Perfiles arquitectónicos e Industriales y Lamina	Distribuidor		Fabriles 1237, Col. Madero	(81) 81260100	<a href="mailto:mercagomez@enlace.net">mercagomez@enlace.net</a> <a href="mailto:lgomez@mercantil.com.mx">lgomez@mercantil.com.mx</a>
Metales y Aleaciones S.A. de C.V.	Perfiles y Laminas en Aluminio	Fabricante		Tecate 110, Col. Mitras Centro	(81) 83463767	
Aluminio Continental S.A. de C.V.	Perfiles y Herrajes de Aluminio	Distribuidor	Alejandro Rodríguez y Janet Silva	Av. Bernardo Reyes 4217 Nte. Col. Niño Artillero	(81) 81250500 Fax: (81) 81250801	<a href="http://www.alcon.net">www.alcon.net</a>
Alamo	Perfiles de Aluminio y Accesorios	Distribuidor		Héroes del 47 1810 Nte. Col. Terminal	(81) 83751920 Fax: (81) 83755036	-
Aluminarq del	Perfiles,	Distribuidor		Av. Del Paseo	(81)	<a href="http://aluminarq">aluminarq</a>

EMPRESA	PRODUCTO	TIPO EMPRESA	CONTACTO	DIRECCION	TELÉFONO	E-MAIL
Norte S.A. de C.V.	paneles comercial, industrial y residencial			de los Leones 1125, Col. Cumbres 2do. Sector, local 8. 2do. Piso	83111730	<a href="mailto:@infosel.net.mx">@infosel.net.mx</a> <a href="http://www.aluminarq.com">www.aluminarq.com</a>
Alindasa S.A. de C.V.	Perfiles en general	Fabricantes		Pedregal 3728, Col. Moctezuma	(81) 83707297	
Proveedora de Productos en Aluminio S.A. de C.V.	Perfiles y Cancelería	Fabricante.		Lic. Arón Sáenz 204, Col. Nuevo San Sebastián, Guadalupe	(81) 82995582 Fax: (81) 82995584	-
Clisa		Fabricante		Blv. Días Ordaz 3057 4º piso, Col. Sta. María, C.P. 64650	(81) 88646300 Fax: (81) 88646307	<a href="mailto:clisa@conduccionintegral.com.mx">clisa@conduccionintegral.com.mx</a> <a href="http://www.conduccionintegral.com">www.conduccionintegral.com</a>
Tubería Plástica	PVC y Tuberías de Plástico	Fabricantes	Janet lima	Blv. Díaz Ordaz 317 Pte. Col. Sta. María	(81) 81530000 Fax: (81) 81530005	<a href="mailto:mtty@emmsa.com.mx">mtty@emmsa.com.mx</a> <a href="http://www.emmsa.com.mx">www.emmsa.com.mx</a>
Cohimsa	PVC y Tuberías de Plástico	Distribuidores	Ing. Castillo	Lucio Blanco 2267, Col. Venustiano Carranza	(81) 84794742 Fax: (81) 80309626	-
Importaciones Plásticas Loma S.A. de C.V.	PVC y Tuberías de Plástico	Distribuidores	Eduardo Lozano	Prisciliano Elizondo 1701, Col. Francisco y Madero	(81) 81910575 Fax: (81) 81910576	<a href="mailto:elozano@ploma.com">elozano@ploma.com</a> <a href="http://www.iplom.com">www.iplom.com</a>

**Tabla 16: Empresas Contactadas en Guadalajara Jalisco**

EMPRESA	PRODUCTO	TIPO EMPRESA	DIRECCIÓN	TELÉFONO	E-MAIL
Promexma	Cemento Gris, cemento blanco, pega azulejos, etc.	Distribuidor	Puerto Tenacatitla No. 28, Co9l. El Miramar, Zapopan	(33) 31801050, 31801136	-
Constructiva	Materiales de Construcción	Distribuidor	Periférico Pte. 16500, Paseos del Sol, Zapopan	(33) 36348644 Fax: (33) 36346212	<a href="mailto:guadalajara@constructiva-mx.com">guadalajara@constructiva-mx.com</a> <a href="http://www.constractiva-mx.com">www.constractiva-mx.com</a>
Proinco	Materiales de Construcción	Distribuidor	Carretera a San Isidro No. 20 Fracc. Campestre Tlajomulco de Zúñiga	3796081, 37960901	Proincotlaj@prodigy.net.mx www.proinco.com.mx
Grupo Comercial Amori	Materiales para Construcción	Distribuidor		(33) 31801606, 31801091	<a href="mailto:grupoamori@hotmail.com">grupoamori@hotmail.com</a>
Seypa	Materiales para Construcción	Distribuidor	Periférico Norte No. 3091, Col. Tabachines	(33) 36601472, 36601772	<a href="mailto:seypa@prodigy.net.mx">seypa@prodigy.net.mx</a>
Barba	Materiales para Construcción	Distribuidor	Ramos Millan No. 313	(33) 38251169, 38258743	-
Alpe	Materiales para Construcción	Distribuidor	Av. Patria No. 2525, Col. El Colli	(33) 36289417, 36285963 Fax: 36281587	-
Camsa	Materiales para Construcción	Distribuidor	Av. Inglaterra No. 4052, Col. Juan Manuel Vallarta	(33) 38130425 Fax: (33) 38132378	-
Edificación y Materiales Santa Isabel	Materiales para Construcción	Distribuidor	Av. Patria 2080	(33) 36410463, 36402498	<a href="mailto:materialesstaisabel@hotmail.com">materialesstaisabel@hotmail.com</a>

### 4.3. EMPRESAS DISTRIBUIDORAS

Si bien el mercado está dominado por las grandes distribuidoras o tiendas especializadas, se encuentran otros canales de distribución intermedios a tener en cuenta. Se mencionan los canales más importantes del medio:


CONSTRURAMA	
<p>Empresa mexicana, nace de un grupo regional en 1906, grupo del cual Cemex es parte de el quien es una de las mayores compañías sementeras globales. Principales marcas: Construrama y Cemex Giro: Distribución de Material de Construcción Están establecidos en los 32 estados de la república. Teléfono.- (52) 800-122-2121 <a href="http://www.costrurama.com">www.costrurama.com</a> Tiene gerente de compras de cada una de los 800 concesionarios y de los mas de 2000 puntos de venta en toda la republica Mexicana, decisión de compra, abastecimiento y distribución se realiza en cada punto de venta</p>  <p>Empresa Corporativa de donde nace construrama: CEMEX México <a href="http://www.cemexmexico.com">www.cemexmexico.com</a></p> 	<p>Construrama es la cadena más grande de distribución de materiales para la construcción en México, funciona a través de una red de más de 800 concesionarios con muchos años de experiencia en el negocio de materiales para la construcción, es la cadena de distribución de materiales de construcción más grande de América Latina, nace como un esfuerzo conjunto de Cemex (empresa cementera de grandes magnitudes establecida en la ciudad de Monterrey N.L.Mex.) Y sus concesionarios. <u>Canales de distribución:</u> más de 2000 puntos de venta a lo largo de la República Mexicana. <u>Estrategia:</u> dar la concesión de la marca no por franquicia, solo manejo del nombre bajo estándares de servicio y calidad concesionario con gran arraigo local y muchos años de experiencia en el negocio de materiales de construcción. Se anuncia en Televisión, Radio y Carteleras</p> <p>Mercado: Mercado construcción particular, Sector: Vivienda, Industrial y Comercial</p> <p>Estrategias comerciales: Manejo de Concesiones mas de 2000 puntos de venta en toda la republica Mexicana (Se otorgo a distribuidores de la línea Cemex con experiencia en el mercado local), Capacitación e integración, manejo de un portal en donde promueve, motiva e instruye a sus concesionarios</p> <p>Productos: 6 grandes líneas : Cementos, Agregados, prefabricados, Aceros, Polvos, Herramientas, además de las líneas particulares de cada concesionario</p>

HOME DEPOT MÉXICO S. DE R.L.	
 <p>Domicilio: RICARDO MARGAIN 555 EDIF A  Colonia: FRAC. SANTA ENGRACIA  Ciudad: GARZA GARCÍA (Monterrey).  Estado: NUEVO LEÓN CP: 66267  País: MÉXICO  Teléfono: 52 (81) 81557030  Contacto: Cecilia Alarcón  Compras: pisos.</p>	<p>País de origen: Estados Unidos de América. Empresa líder en tiendas especializadas en artículos del hogar. Adquirió a su competencia en territorio mexicano Home Mart, lo que la hace la comercializadora más grande de estos productos en México.</p> <p>Su esquema es ampliamente conocido en América como tienda especializada.</p>


ARKIO DE MÉXICO SA DE CV	
 <p>Domicilio: CONSTITUCION 444 PONIENTE  Colonia: COL. CENTRO Ciudad:  MONTERREY Estado: NUEVO LEÓN CP:  64000  País: MÉXICO  Teléfono: 52 (81) 81512626  <a href="http://www.arkio.com">www.arkio.com</a></p> <p>Es una empresa del CEMEX, provee servicio integral de materiales para la construcción.</p>	<p>Líneas de productos: acero, albañilería, aire acondicionado, carpintería, electricidad e iluminación, conceptos de obra, ferretería, pisos y azulejos, puertas y ventanas, techos y cubiertas, plomería, muebles, sanitarios y accesorios.</p> <p>Acero: de refuerzo, perfiles estructurales, registros de acero, placas de acero.</p>

<b>ALFOMBRAS Y TEXTILES</b>	
 <p>Ave. Constitución 1465 Pte. Monterrey, N.L., México 64000 Teléfono: 52 (81) 83-44-42-20 83-43-12-60   83-45-50-79.</p>	<p>Alfombras y textiles es una de las empresas que conforman el GRUPO MALDONADO. Ésta fue fundada en 1987 en Monterrey.</p> <p>Líneas que trabaja: alfombras, pisos de madera, pisos vinílicos y complementos para instalación.</p> <p>Marcas: Mannington, Pergo en pisos de madera. Santa Clara, Durapiso, Azrock y Vinylasa en pisos vinílicos.</p>

<b>SAAVEDRA Y SORDO S.A. DE C.V.</b>	
<p><b>SAAVEDRA Y SORDO, S.A. DE C.V.</b> es una empresa 100% Mexicana con más de 45 años de estar en el mercado, distribuidor de productos de fierro y acero, es el distribuidor de metal desplegado y lámina perforada más importante de México, D.F. y área metropolitana.</p>	

<b>EL SURTIDOR DE OBSERVATORIO S.A. DE C.V</b>	
<p>Es una compañía mexicana que presta sus servicios desde 1960 especializada en la venta y distribución general de toda clase de muebles para baño y cocina, recubrimientos, tubería y conexiones. Actualmente, la sociedad cuenta con una red de once establecimientos, seis de ellos localizados en el Área Metropolitana, cuatro en la Ciudad de Guadalajara, Jalisco y otro más en la Ciudad de Toluca, Estado de México.</p>	



RECUBRE	
<p>Av. Presidente Juárez 2010, C.P. 54070, Tlalnepantla Edo. de México. Conmutador: (52-55)+1106-1111 y FAX: (52-55)+1106-1189. <a href="http://www.recubre.com.mx">www.recubre.com.mx</a></p> <p>Empresa Mexicana totalmente especializada en la venta y distribución de pisos, recubrimientos, muebles para baño y accesorios. Marca nacionales e importadas. Pisos y azulejos europeos</p>	

GRUPO SANIMEX	
 <p>Casa Matriz: Av. Hidalgo No. 143 A. Col Santa Clara. Ecatepec, Estado de México. Teléfono: 52 (55) 56990400.</p>	<p>Grupo empresarial dedicado a la venta de pisos, azulejos, sanitarios, muebles y accesorios para baño y lo relacionado con recubrimientos cerámicos y acabados.</p> <p>Marcas nacionales: Lamosa, Porcelanita, Crest, Formacryl, Areslux. Marcas importadas principalmente de España.</p> <p>Cuentan con 40 sucursales en el interior de la república mexicana.</p>

#### 4.4. CANAL CON MAYOR FLUJO Y GRADO DE ESPECIALIZACIÓN

El canal de comercialización por el que se tiene mayor flujo para las importaciones es sin duda el de los distribuidores mayoristas, ya que como se mencionaba algunos de ellos tienen la capacidad de manejar el esquema de importación, además por lo general tienen de 1 a 20 sucursales en la República Mexicana, lo que significan mayores oportunidades de expansión para el producto importado.

Otro canal que también tiene un buen flujo comercial para este tipo de productos, en especial para las baldosas, son las tiendas especializadas ya que son tiendas grandes con varias sucursales en la república mexicana que además de comprar en volúmenes importantes al fabricante, hacen que la marca del producto se posicione en el mercado mexicano como un producto de calidad.

La especialización que se tiene en los insumos para la construcción es de un 90%, ya que a excepción de las baldosas que se pueden vender en distribuidoras de azulejos y muebles de baño, los demás insumos de la construcción se venden en tiendas especializadas para cada uno de ellos; es decir, hay distribuidoras de láminas de acero, distribuidoras de tubos de PVC y distribuidoras de perfiles de aluminio. Por lo que si una empresa o persona física desea adquirir varios de estos productos, se pone en contacto con cada una de ellas.

Los márgenes de intermediación solicitados por los diferentes agentes que intervienen en los canales de comercialización son:

**Tabla 17: Márgenes de intermediación.**

MÁRGENES DE INTERMEDIACIÓN SOBRE PRECIO DE VENTA	
CANAL	Porcentaje %
Distribuidor Mayorista	50 -60%
Distribuidor Minorista	35%
Tiendas Especializadas	35 -50%

## IMPLICACIÓN EN LOS MÁRGENES

El margen manejado por los distribuidores mayoristas implica que dicho agente se encargue de toda la promoción y apertura de mercado en México en todas sus sucursales.

El margen manejado por las tiendas especializadas, del 35- 50%, implica que el producto extranjero posicione su marca como un producto de calidad, ya que en este tipo de tiendas sólo se venden productos que signifiquen garantía de calidad para el cliente. Además implica que este tipo de tiendas distribuya el producto en toda la red de sucursales que tengan, así como también es una garantía de que el fabricante recibirá el pago en tiempo y forma acordado. En este tipo de tiendas se manejan descuentos comerciales, que van de un 12% hasta un 18% dependiendo de la cadena de tiendas. Estos descuentos comerciales son por publicidad, transporte interno en México desde el centro de distribución a otras ciudades, descuento por apertura de nueva tienda, y en algunas ocasiones se hace un descuento sobre volúmenes de compra, si se incrementan de un año a otro, este descuento puede ser de un 1% hasta un 3%.

El distribuidor minorista, que maneja el 35%, implica la promoción del producto directamente con los consumidores minoristas, por lo que de cierta manera va posicionando la marca en el mercado mexicano.

El margen solicitado por el agente aduanal (5-15%), implica que la mercancía ingrese a territorio nacional de forma legal.

## HÁBITOS DE COMPRA Y VOLÚMENES MÍNIMOS

En baldosas vinílicas el fabricante o distribuidor acostumbra vender de contado, dando un anticipo del 50% al realizar el pedido y 50% cuando se entrega; para importaciones, la negociación generalmente es FOB o CIF y no es muy frecuente el uso de cartas de crédito. La transferencia electrónica es el medio más utilizado para realizar los pagos internacionales.

En el caso de baldosas cerámicas se maneja el pago de contado en un esquema igual al de las baldosas vinílicas, pero algunos de los fabricantes otorgan crédito a sus clientes siempre y cuando cumplan con una serie de requisitos, que básicamente consisten en presentar los últimos estados financieros del cliente para que los puedan analizar con el banco y con ello abrir una línea de crédito de hasta 30 días. Cuando se trata de ventas de exportación, los fabricantes colocan la mercancía en alguno de los puertos mexicanos, es decir, manejan un incoterm FOB (Libre a Bordo); sin embargo, los distribuidores venden la mercancía puesta en su bodega o almacén, es decir, manejan un incoterm EXW (Ex Work) que implica que los gastos de logística y demás corren a cargo del cliente.

En tubos de PVC el fabricante vende a los distribuidores de contado, manejando un anticipo del 50% del pedido y el 50% restante una vez que lo haya entregado. Cuando los productos son para exportación manejan un incoterm EXW (Ex Works), aunque pueden llegar a negociar el mismo y lograr manejar un FOB (Libre a Bordo). Los distribuidores manejan un esquema de entrega a domicilio en ventas en el Distrito Federal y área metropolitana, pero cuando manejan un esquema de exportación, el incoterm manejado es EXW (Ex Works).

En láminas de acero galvanizadas los fabricantes llegan a vender a los distribuidores nacionales hasta por 60 días, manejando un sistema de distribución gratuito a domicilio cuando éste se encuentre en el Distrito Federal o área metropolitana. Cuando el cliente se encuentra en el

interior de la República Mexicana, le envían a domicilio el producto y le cargan los gastos de flete al cliente. En caso de productos de exportación, los fabricantes pueden llegar a manejar un incoterm FOB (Libre a Bordo) en algún puerto de México, pero los distribuidores solamente manejan un incoterm EXW (Ex Works), lo que implica que el cliente asuma los gastos logísticos y demás para llevar la mercancía hasta su domicilio.

En perfilería de aluminio, los fabricantes acostumbran vender de contado bajo el esquema de 50% de anticipo y 50% cuando se entrega la mercancía, en algunas ocasiones manejan un esquema de pago de 30 días en cuanto al 50% que se resta de la mercancía una vez que se ha dado el 50% de anticipo.

Los mínimos de compra que manejan las empresas de insumos de la construcción varían igualmente de acuerdo al producto que se trate y de quien realice la venta, si es un fabricante o un distribuidor.

De las baldosas de cerámica, los mínimos de compra que manejan los fabricantes son de 1 a 10 contenedores, de varios modelos y colores. Cada contenedor no necesariamente debe estar conformado por pallets de productos del mismo color. En el caso de los distribuidores de este tipo de productos los mínimos de compra que se manejan son desde 10 cajas, hasta 1 camión de 36 toneladas, el cual contiene 1,450 cajas.

De los tubos de PVC, los mínimos de compra que se manejan son de 1 contenedor de 20", el cual no necesariamente debe contener un solo tipo de tubo, sino que pueden ir combinados varios tipos de tubo en diversas medidas, colores y usos.

En las láminas de acero galvanizado, los mínimos de compra que se manejan son de 4½ toneladas en láminas en rollo o en hojas. En el caso de los distribuidores manejan un mínimo de entre 1 y 3 toneladas cuando las láminas son en rollo, o bien desde 1 tonelada en láminas en hojas. Estos mínimos se deben a que tanto los fabricantes como los distribuidores consideran que es necesario vender un volumen alto para obtener un precio competitivo. Cabe señalar que en las tiendas de los distribuidores minoristas en punto de venta pueden vender desde 1 lámina.

En cuanto a perfilería de aluminio, los fabricantes manejan mínimos desde 1 contenedor de 40", en el cual pueden ir perfiles de varios tamaños y acabados. Los distribuidores manejan mínimos que miden en

términos monetarios y no por cantidad, sus mínimos se encuentran desde los US\$ 270.

#### TIEMPOS PARA COTIZACIONES Y MUESTRAS

En baldosas ya sea vinílicas o de cerámica, los tiempos estimados de cotización son de 1 a 3 días, pues son productos que se tienen almacenados en las bodegas de los fabricantes o distribuidores en grandes cantidades. En tubos de PVC, tardan de 3 a 7 días, debido a que en ocasiones no cuentan en existencia de algún tipo de tubo y tienen que ver los costos de fabricación. En láminas de acero galvanizado, tardan de 2 a 5 días, ya que al igual que los tubos de PVC, no siempre se tienen en existencia los productos con las especificaciones que el cliente requiere. En los perfiles de aluminio, los tiempos de cotización se encuentran entre los 5 y 10 días, ya que abarca una gama más amplia de productos y el fabricante tiene que hacer los costos de la fabricación de lo requerido por el cliente en caso de que no haya en existencia.

En cuanto a los tiempos de muestras, dado que son productos de grandes dimensiones o variedad en modelos, los fabricantes y distribuidores no proporcionan muestras físicas, sino que les mandan a los clientes folletos y catálogos impresos, además en algunas empresas cuentan con fotos y especificaciones de los modelos que manejan dentro de sus páginas web, por lo que le piden al cliente que visite dicha página y se dé idea de las líneas que manejan.

Algunas empresas distribuidoras de perfiles de aluminio en ocasiones llegan a manejar muestrarios físicos, pero solamente sirven para determinar el color del aluminio deseado.

#### APOYO EN PUBLICIDAD

Los fabricantes de este tipo de productos apoyan a sus distribuidores otorgándoles folletos y catálogos para que los tengan en sus puntos de venta y sirvan de herramienta para aumentar las ventas, sin embargo, la publicidad en medios de comunicación como las páginas amarillas, radio o T.V., corre a cargo del fabricante cuando éste decide anunciar su marca, o bien corre a cargo del distribuidor cuando éste quiere anunciar sus tiendas en puntos de venta.

Cabe mencionar que la publicidad de anuncios espectaculares que se colocan en las distribuidoras de pisos y azulejos, en los cuales se

anuncian las marcas de pisos vinílicos y cerámicos, representan un apoyo para el distribuidor en publicidad para su tienda, pero el fabricante asume todos los gastos de fabricación de ellos.

## **TENDENCIAS**

En baldosas la tendencia que se aprecia es ofrecer productos con medidas grandes (30.5 x 30.5, 33 x 33 y 44 x 44), pues el consumidor considera que tiene un mayor ahorro que con las de medidas más pequeñas. Hay una necesidad de proveedores en el mercado mexicano de losetas cerámicas de uso industrial.

En cuanto a tubos de PVC, el uso de productos de calidad e innovación tecnológica está marcando la tendencia. Tubos resistentes a la corrosión, que no la ataquen los roedores, con un bajo coeficiente de fricción, resistentes al impacto, que sean ligeras, fáciles de instalar y que en caso de que sean hidráulicas para agua potable, no conduzcan olor ni sabor al fluido.

En el caso de las láminas de acero galvanizado hay una tendencia de diseños de láminas pintadas, las cuales ofrecen mayor durabilidad al ser expuestas al exterior, se identifica que en el mercado mexicano hay una carencia de proveedores de láminas perforadas.

En los perfiles de aluminio hay una tendencia por utilizar perfilería más de tipo europeo, que brinda al usuario el confort necesario en lugares cálidos, fríos o ruidosos, lo cual se logra a través de un diseño de vidrio doble “duo-vent”. Además cuesta lo mismo que la perfilería normal. Esta línea de perfiles se arma con herramienta tradicional, por lo que es muy fácil para el consumidor colocarla en sus proyectos. Los diseños de la línea europea de perfiles permiten la posibilidad de cuadrícula en todas sus líneas.

En años anteriores los pisos y paredes de la vivienda popular y la de clase media residencial se fabricaban con productos de mala calidad, muchas veces entregando la vivienda sin cocina y sin baños, incluso para casas de clase media. Actualmente con los nuevos créditos y la gran oferta de viviendas que ha impulsado el gobierno, la competencia por conseguir los clientes hace que se mejoren los acabados y que haya una importante demanda de estos productos.

#### **4.5. CONCLUSIÓN Y PERSPECTIVAS**

Es importante abordar en primer lugar en la cadena de canales de distribución a los distribuidores mayoristas especializados en líneas de productos, ya que la mayoría de ellos tiene la capacidad de importar, manejar almacenes, además de contar con una cadena de tiendas y una red de clientes atendido por su fuerza de venta que garantiza la presencia e ingreso al mercado.

En el caso de las baldosas cerámicas y vinílicas, se recomienda al fabricante colombiano entrar en las tiendas especializadas en materiales para la construcción, así como todas aquellas cadenas de materiales para la construcción regionales, pues son tiendas de gran prestigio. Algunas de ellas posicionadas en toda la república mexicana y compran grandes volúmenes ya sean nacionales o importados. Aunque no todo el año se encuentran abiertos a ver a nuevos proveedores, la actual demanda de productos para construcción hace que se encuentren más accesibles a ver nuevos proveedores. Sin embargo, es importante contar con agentes de ventas si se quiere cerrar el negocio en un tiempo razonable, ya que generalmente las negociaciones toman muchos meses en poderse cerrar.

En los perfiles de aluminio existe una sobreoferta de producto mexicano y para que un distribuidor pudiera adquirir productos extranjeros, tendría que tener una ventaja muy grande en precio, la que generalmente se pierde con los costos de importación. El comprador prefiere adquirir el producto a los fabricantes nacionales, pues el precio es accesible, los volúmenes de compra no son grandes y no incurren en todos los gastos que implica la importación.

Las oportunidades del sector construcción se encuentran en su integración hacia los insumos de construcción, su manejo logístico, capacidad de compra y negociación con proveedores de materiales, servicios y sistemas de aseguramiento de calidad.

El fabricante colombiano encontrará que el principal obstáculo para el ingreso de sus productos a un precio competitivo en México, serán los gastos logísticos, pues muchas veces las grandes constructoras no quieren asumir este tipo de gastos, dejando toda la carga al vendedor extranjero. Sin embargo, si en el producto ofrecido encuentran alguna diferenciación que justifique la importación la constructora toma el riesgo y adquiere materiales importados.

En un futuro inmediato el colombiano no solo se encontrará con la barrera logística, sino que también se encontrará con barrera de calidad, la cual hemos venido mencionando y que básicamente hará que los productos que ingresen a territorio mexicano tengan que estar certificados bajo algún estándar de calidad.



## **5 ACCESO AL MERCADO**

México es el país con el mayor número de tratados de libre comercio firmados en el mundo. Ha celebrado tratados de libre comercio con 32 países, y adicionalmente es miembro del GATT / OMC desde 1986, aparte de ser miembro de ALADI.

Si se analiza, el principal país de origen de los productos base de este estudio es Estados Unidos de América, por mucho es el líder en todas las posiciones arancelarias estudiadas, seguido por España y algunos países orientales en tercera instancia.

El Tratado de Libre Comercio (TLCAN), realizado entre Canadá, México y Estados Unidos, tiene una exención total del pago de aranceles para estos productos. Si se hablara de un proteccionismo de parte del estado, para la industria nacional de insumos de construcción, teniendo en cuenta este Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, realmente es nula. Igualmente la regulación en materia de normas y barreras no arancelarias en general, es muy incipiente.

En este capítulo, se presenta una descripción de los requisitos generales para la importación, y normatividad que debe ser cumplida por el importador, las regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelarias aplicadas a estos productos importados desde Colombia.

Como complemento se hace una presentación de los trámites y todo el proceso logístico que conlleva la nacionalización, comparación de los lineamientos de acceso al mercado dentro de los países que compiten por penetrar el mercado mexicano con este producto, costos y gastos generados en el proceso.

### **5.1. PROCESO DE IMPORTACIÓN**

Para llevar a cabo una importación es necesario cumplir con los siguientes pasos:

1. Tener una empresa legalmente constituida bajo las leyes mexicanas, estar inscrita en el Padrón de Importadores general y en

- el Padrón de Importadores Sector Específico, si la posición arancelaria lo requiere, y acreditar antes las autoridades aduaneras que se encuentra inscrito en el Registro Federal de Contribuyentes.
2. Escoger un agente aduanal, que es la persona física autorizada ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, encargada del despacho de las mercancías de los importadores en México. Este agente aduanal iniciará los trámites de importación y para eso, debe contar con una carta de encomienda firmada por el importador, documento con el que comprueba el encargo que le ha solicitado la persona que contrata sus servicios para realizar el proceso de importación de las mercancías.
  3. Enviar al agente aduanal muestras físicas o catálogos con el fin de identificar la posición arancelaria a la que corresponde el producto conforme a la Tarifa de Impuestos General de Importación y Exportación (TIGIE) mexicana. Es importante realizar este paso, ya que la clasificación arancelaria entre Colombia y México puede variar y generalmente la aduana mexicana es bastante estricta en aceptar una clasificación para los productos diferente de la que se tiene definida en la reglamentación mexicana. Se recomienda que el agente aduanal entregue por escrito la aprobación de la posición arancelaria del producto.
  4. Si el agente aduanal mexicano no aprueba la posición arancelaria por la clasificación de la aduana de México, el exportador colombiano debe enviar una carta del organismo competente en Colombia, justificando la clasificación realizada bajo la posición arancelaria propuesta para su aprobación. La aduana mexicana es bastante estricta para otorgar cambio de posiciones arancelarias.
  5. Una vez aprobada la posición arancelaria por parte del agente aduanal, se procede a solicitar al exportador colombiano una copia de los documentos de exportación (factura y certificado de origen), vía fax o correo electrónico y pasarla al agente aduanal para realizar una revisión previa de los documentos y asegurarse de que se encuentren en orden y cumplan con los requisitos mexicanos y evitar contratiempos una vez se hayan enviado los documentos originales desde Colombia.
  6. Con base en estos documentos, el agente aduanal realiza una proforma del Pedimento de Importación y un presupuesto de gastos de comisión del agente aduanal, gastos de impuestos, almacenaje, y demás generados para cubrir los gastos de puerto, para solicitar la aprobación del importador.
  7. Se procede a enviar la mercancía de puerto de salida aéreo o marítimo en Colombia y una vez notificada la llegada del producto a destino mexicano, se realiza el trámite de pago de fletes a la naviera

- o a la compañía de carga, para proceder a liberar la guía aérea o marítima.
8. El agente aduanal debe realizar una inspección previa de la mercancía, revisando el cumplimiento de las normas de origen y detectando errores sobre posiciones arancelarias, certificados de origen y documentos anexos en el caso que se requiera.
  9. El agente aduanal debe presentar los siguientes documentos a la aduana mexicana:
    - Copia de la factura comercial.
    - Lista de empaque.
    - Conocimiento de embarque o guía aérea, revalidados.
    - Documentos que comprueben el cumplimiento de las obligaciones en materia de regulaciones y restricciones no arancelarias.
    - Certificado de origen.
    - Copia del documento presentado por el agente aduanal a la Administración General de Aduanas, que comprueba el encargo que se le hubiere conferido para realizar el despacho aduanero de las mercancías.
    - Pedimento de importación en formato oficial.
  10. Al presentar los documentos y ser aprobados por la aduana mexicana, el importador debe proceder al pago del Impuesto General de Importación o arancel, (dependiendo de la posición arancelaria), pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA), Derecho de Trámite Aduanero (DTA), pago de Derecho de Almacenaje.
  11. Una vez que el agente aduanal tenga en su poder los documentos anteriores ya aprobados, solicita al transportista la presentación de la mercancía ante el semáforo fiscal.
  12. El paso por el semáforo fiscal es un mecanismo de selección automatizado, donde se determina si debe practicarse o no el reconocimiento aduanero. Si sale semáforo verde, la mercancía sale sin revisión alguna de la aduana. Si el semáforo sale rojo, tiene que esperar el turno de revisión donde un funcionario de la aduana mexicana revisa que el producto de importación cumpla con la veracidad de lo declarado en los documentos, respecto a unidades de medida, número de piezas, volumen, descripción, naturaleza, estado, origen y demás datos y características de la mercancía que permitan su identificación.
  13. Si se detecta alguna inconsistencia en este paso, la mercancía se devuelve a las bodegas de la aduana, donde podrá solucionarse el problema o seguir un proceso legal según sea el caso.

## **5.2. REQUISITOS DE ENTRADA PARA INSUMOS PARA LA CONSTRUCCIÓN.**

**PADRÓN DE IMPORTADORES:** estar inscrito ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT).

**PADRÓN DE IMPORTADORES SECTOR ESPECÍFICO:** las posiciones arancelarias 73083099, 72104999 Y 73083099 requieren el uso de Padrón de Importadores sector específico. El resto de posiciones arancelarias de este estudio, no requieren estar inscritas dentro del padrón sectorial.<sup>10</sup>

## **CUMPLIR CON LAS NORMAS ESTABLECIDAS**

La Normalización es el proceso mediante el cual se regulan las actividades desempeñadas por los sectores tanto privado como público, en materia de salud, medio ambiente en general, comercial, industrial y laboral, estableciendo reglas, directrices, especificaciones, atributos, características, o prescripciones aplicables a un producto, proceso o servicio.

Esta actividad se realiza a través de la expedición de las normas que pueden ser de tres tipos principalmente: las Normas Oficiales Mexicanas (NOM'S), las Normas Mexicanas (NMX'S) y las Normas de Referencia, que son las que elaboran las entidades de la administración pública para aplicarlas a los bienes o servicios que adquieren, arriendan o contratan cuando las normas mexicanas o internacionales no cubren los requerimientos de las mismas, o sus especificaciones resulten obsoletas o inaplicables.

Las **NORMAS OFICIALES MEXICANAS (NOM'S)**<sup>11</sup> son las regulaciones técnicas de observancia **obligatoria** expedidas por las dependencias competentes, conforme a las finalidades establecidas en el artículo 40 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, y que están encaminadas a regular los productos, procesos o servicios, cuando éstos puedan constituir un riesgo latente para la seguridad o la salud de las personas, animales y vegetales así como el medio ambiente en general.

---

<sup>10</sup> Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Anexo 10 Reglas de Carácter general en Materia de comercio exterior.

<sup>11</sup> Banco de Normas, UNAM (Universidad Autónoma de México)

Las NOM'S tienen como finalidad establecer la terminología, clasificación, características, cualidades, medidas, y especificaciones técnicas que deben traer los productos.

Para el cumplimiento de la NOM, se deberá contar con una autorización o certificado de la dependencia competente mexicana que regula el producto, o de organismos reguladores extranjeros que hayan sido reconocidos o aprobados por las dependencias competentes en México Secretaría de Economía, Secretaría de Hacienda o Crédito Público, por intermedio de las autoridades aduaneras, de salud, Secretaría del Medio ambiente, entre otras.

#### 5.2.1. NOM'S QUE SE APLICAN A INSUMOS PARA LA CONSTRUCCIÓN

**Tabla 18: Normatividad de los productos, 2004.**

POSICIÓN ARANCELARIA	NORMAS
39172399	NINGUNA
94060001	NINGUNA
39259099	NINGUNA
39181001	<u>NOM-050-SCFI-1994</u>
69089001	<u>NOM-050-SCFI-1994</u> <u>ANEXO 18</u>
73089099	NINGUNA
73083099	NINGUNA
72104999	NINGUNA

#### **NOM-050-SCFI-1994**

##### **1. Objetivo**

Esta Norma Oficial Mexicana tiene por objeto establecer la información comercial que deben contener los productos de fabricación nacional o extranjera que se destinen a los consumidores en el territorio nacional y establecer las características de dicha información.

##### **2. Campo de aplicación**

Esta Norma es aplicable a todos los productos de fabricación nacional y extranjera destinados a los consumidores en territorio nacional.

La presente Norma no se aplica a:

- a)** Los productos que estén sujetos a disposiciones de información comercial contenidas en normas oficiales mexicanas específicas o en alguna otra reglamentación vigente;
- b)** Los productos a granel;
- c)** Los animales vivos;
- d)** Los libros, revistas, fascículos y las publicaciones periódicas en cualquier presentación, incluyendo de manera enunciativa y no limitativa, discos magnéticos y compactos, cintas y artículos análogos;
- e)** Los demás productos que determine la autoridad competente, conforme a sus atribuciones.

## ANEXO 18 DE LAS REGLAS DE CARÁCTER GENERAL EN MATERIA DE COMERCIO EXTERIOR PARA 2004

Datos de identificación individual de las mercancías que se indican

Descripción de la mercancía:	Clasificación arancelaria:	Datos de identificación que deberán anotarse:
Plaquitas, cubos, dados y artículos similares, incluso de forma distinta de la cuadrada o rectangular, en los que la superficie mayor pueda inscribirse en un cuadrado de lado inferior a 7 cm.	6908.10.01	<p>Ejemplo: a) Recubrimientos cerámicos esmaltados, tipo gres, de producción normal de primera calidad.</p> <p>Uso. En atención a que pueden ser utilizados para muro o para piso.</p> <p>Ejemplo: a) Recubrimientos cerámicos esmaltados, tipo gres, de producción normal de primera calidad para piso.</p> <p>Área y tipo de la pieza: En atención a que el área debe de expresarse en centímetros y considerando que pudieren ser piezas especiales como: cenefa, rodapié, listelo.</p>
Productos laminados planos de hierro o acero sin alear o aleados de anchura superior o igual a 600 mm.	7210.49.99 7210.50.01 7210.50.99 7210.61.01 7210.69.99 7210.70.01 7210.70.99	<p>AISI4140 (Lámina de acero aleado al cromo-molibdeno con 0.40% de carbono).</p> <p><b>h) Composición química:</b> Especificar la composición química porcentual en peso de todos los materiales o elementos químicos que forman la estructura metalúrgica de acero.</p> <p>Ejemplo: Lámina de Acero al Carbono con 0.45% de contenido de carbono.</p>

### **5.3. REGULACIÓN ARANCELARIA**

#### **5.3.1. ARANCELES E IMPUESTOS**

***Tabla 19: Aranceles vigentes en el año 2004.***

<b>POSICIÓN ARANCELARIA</b>	<b>ARANCEL</b>
39172399	EXENTO
94060001	EXENTO
39259099	EXENTO
39181001	EXENTO
69089001	EXENTO
73089099	EXENTO
73083099	EXENTO
72104999	EXENTO

Mediante la firma del Tratado de Libre Comercio G3, los productos estudiados tienen actualmente un trato preferencial arancelario, que les permite entrar al territorio mexicano exentos del pago de aranceles.



### 5.3.2. CONTRIBUCIONES QUE PUEDEN CAUSARSE CON MOTIVO DE LA IMPORTACIÓN

CONTRIBUCIONES	INFORMACIÓN
IMPUESTO GENERAL DE IMPORTACIÓN (ARANCEL) AÑO 2004	EXENTO PARA TODAS LAS POSICIONES ARANCELARIAS DE ESTE ESTUDIO.
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA)	El IVA se causa con motivo de la importación y se determina aplicando una tasa del 15%. Tratándose de la importación de bienes tangibles, se considerará el valor que se utilice para los fines del impuesto general de importación, adicionado con el monto de este último gravamen y de los demás que se tengan que pagar con motivo de la importación. <b>Cancún y Los Cabos:</b> aplican una tasa del 10%.
DERECHO DE TRÁMITE ADUANERO (DTA)	Del 8 al millar, sobre el valor que tengan los bienes para los efectos del impuesto general de importación.
DERECHO DE ALMACENAJE (ver cifras en anexo de Distribución Física Internacional)	La Terminal Portuaria concede un plazo libre de 5 días naturales en los casos de importación, y posteriores al término de descarga del buque.
MANIOBRAS DE IMPORTACIÓN*	Revisión-previo. Entrega contenedor. Recepción equipo vacío. Lavado normal. Emisión E.I.R. (Estudio de Impacto Regulatorio) Maniobras según tamaño del contenedor.

\*Maniobras Importación (Costos aproximados)

THC (Cargo por manejo del contenedor en puerto)	US\$ 85 A 90
Muellaje 40'	8.00
Muellaje 20'	4.00
Revisión-Previo	110.00
Entrega contenedor	55.00
Recepción equipo vacío	55.00
Lavado normal	15.00
Emisión E.I.R. (Estudio de Impacto Regulatorio)	4.00

Esta tarifa no incluye IVA DEL 15%.

Almacenajes.- Corresponde al cargo que se cubre en la Terminal Portuaria, por utilizar sus patios al término del plazo libre de

almacenajes. La Terminal Portuaria concede un plazo libre de 5 días naturales en los casos de importación y 15 días naturales para exportación; posteriores al término de descarga del buque.

En caso de incurrir en el cargo de almacenajes se aplica la siguiente Tarifa:

Contenedores llenos, por día o fracción posteriores al tiempo libre acordado

Contenedor 20 pies	US\$ 50.00 \$
Contenedor 40 pies	75.00 \$
Contenedor especiales	115.00

Demoras de Contenedor.- La línea naviera ofrece 07 días libres de este cargo, posteriores a la fecha de término de descarga del buque, para los siguientes días aplica la siguiente tarifa, la cual es expresada en Dólares.

En contenedores de 20'

Los primeros 3 días 25 dólares diarios por contenedor

Los siguientes días 30 dólares diarios por contenedor

En contenedores de 40'

Los primeros 3 días 35 dólares diarios por contenedor

Los siguientes días 40 dólares diarios por contenedor

#### **5.4. CÁLCULO DE LA CARGA TRIBUTARIA**

Cuando los productos de este sector ingresan a territorio mexicano, se tienen que pagar los impuestos al comercio exterior (IGI y DTA) y los impuestos nacionales (IVA), los cuales son calculados de la siguiente manera:

$(\text{Valor Factura}) + (\text{Incrementables (fletes, seguros)}) = \text{Valor en Aduana}$

$(\text{Valor en Aduana}) \times (\% \text{ arancel}) = \text{Impuesto a la Importación (IGI)}$

$(\text{Valor en Aduana}) \times (.008) = \text{Derecho de Trámite Aduanero (DTA)}$

$(\text{Valor en Aduana}) + (\text{Impuesto})$

#### 5.4.1. BASE GRAVABLE DEL IMPUESTO DE IMPORTACIÓN

El valor en aduana de las mercancías, es la base gravable del impuesto general de importación.

En el caso de bienes originados desde Colombia, el valor en aduana de las mercancías importadas incluye los gastos de:

- Flete
- Seguros
- Gastos complementarios tales como: carga, descarga y manipulación en que se incurra.

Para calcular la carga tributaria, solamente se debe tener en cuenta los siguientes datos:

Valor CIF por el tipo de cambio vigente (se calcula a la fecha un promedio de \$11.50) más el pago del arancel de importación.<sup>12</sup>

POSICIÓN ARANCELARIA	CÁLCULO CARGA TRIBUTARIA
39172399	[VALOR CIF * 11.50) + 0%]
94060001	[VALOR CIF * 11.50) + 0%]
39259099	[VALOR CIF * 11.50) + 0%]
39181001	[VALOR CIF * 11.50) + 0%]
69089001	[VALOR CIF * 11.50) + 0%]
73089099	[VALOR CIF * 11.50) + 0%]
73083099	[VALOR CIF * 11.50) + 0%]
72104999	[VALOR CIF * 11.50) + 0%]

En México se paga un Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS), pero no aplica para ninguno de los productos objetos de este estudio.

---

<sup>12</sup> SE DEBE TOMAR EN CUENTA EL TIPO DE CAMBIO VIGENTE A LA FECHA DE LA NACIONALIZACIÓN DEL PRODUCTO.

## 5.5. ANÁLISIS CON PAÍSES QUE EXPORTAN A MÉXICO

A continuación se muestra un cuadro comparativo de los principales países de donde se importa el producto, aranceles vigentes en el 2004 y participación para el 2003.

**Tabla 20: Países competidores en importación, 2003.**

POSICIÓN ARANCELARIA	PAÍS	PARTICIPACIÓN	ARANCEL 2004
39172399	Estados Unidos de América	91.31%	EXENTO
	Canadá	2.57%	EXENTO
	Corea del Sur	1.83%	NMF: 18%.
	Colombia	0.00%	EXENTO
94060001	Estados Unidos de América	67%	EXENTO
	Canadá	12.68%	EXENTO
	España	6.78%	EXENTO
	Israel	3.24%	EXENTO
	Colombia	0.01%	EXENTO
39259099	Estados Unidos de América	62.23%	EXENTO
	España	6.70%	5.00%
	Francia	6.22%	5.00%
	Italia	3.80%	5.00%
	Colombia	1.03%	EXENTO
39181001	Estados Unidos de América	31.84%	EXENTO
	China	30.66%	NMF: 23%.
	Taiwán	18.73%	NMF. 23%.
	Colombia	0.86%	EXENTO
69089001	España	62.72%	10.00%
	Estados Unidos de América	8.53%	EXENTO
	Italia	6.89%	10.00%
	Colombia	3.36%	EXENTO

POSICIÓN ARANCELARIA	PAÍS	PARTICIPACIÓN	ARANCEL 2004
73089099	Estados Unidos de América	67.75%	EXENTO
	España	13.61%	5.00%
	Alemania	8.11%	5.00%
	Colombia	0.40%	EXENTO
73083099	Estados Unidos de América	81.57%	EXENTO
	Canadá	16.90%	EXENTO
	España	1.02%	5.00%
	Italia	0.24%	5.00%
	Colombia	0%	EXENTO
72104999	Estados Unidos de América	97.64%	EXENTO
	Corea del Sur	2.06%	NMF: 13%.
	Canadá	0.24%	EXENTO
	Colombia	0.00%	EXENTO

El principal proveedor de estas posiciones arancelarias, en su mayoría es Estados Unidos de América, país con el que a través del Tratado de Libre Comercio TLCAN, tiene una exención total del pago de aranceles para las mercancías que se están estudiando. En segundo lugar, se puede ver una importante participación de España y Canadá y una participación menor con los países orientales, con quien actualmente no tiene tratados y que entraría con un arancel en base al tratamiento que se da para la Nación Más Favorecida (NMF), que puede estar en un rango desde un 13% hasta un 23% en el pago de aranceles, dependiendo de la posición arancelaria, que se describe en la tabla anterior.

Con los países de la Unión Europea (España, Alemania en este caso), el Tratado de Libre Comercio Unión Europea, se tienen prevista una desgravación.

La participación de Colombia como país proveedor de INSUMOS PARA LA CONSTRUCCIÓN, es bastante baja, por no decir nula durante los últimos años, pero existe el mercado y la oportunidad debido a las bajas barreras arancelarias o no arancelarias, en algunos casos inexistentes por las negociaciones del Tratado de Libre Comercio G3.

## **6 DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL**

### **DISTRIBUCIÓN FÍSICA SECTORIAL**

En este capítulo se presenta un análisis global del comportamiento de Distribución Física Internacional relevante para el sector de insumos para la construcción. En el caso que sea necesario se informa sobre aspectos a tener en cuenta para la importación del producto en cuanto a distribución física. El desarrollo de cada uno de los temas como son: vías y medios de acceso, procesos y costos desde las principales ciudades de Colombia a las principales ciudades de destino en México, contactos para los trámites en México, empresas transportadoras y demás información puntual, se presenta en el ANEXO DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL.

### **6.1. INFRAESTRUCTURA FÍSICA**

La infraestructura física de México se encuentra bastante desarrollada en cuanto a terminales marítimas y aéreas para atender el comercio internacional, dados los altos volúmenes de carga que maneja.

Cuenta con 48 aduanas que atienden el país. De ellas, 19 se encuentran a lo largo de la frontera norte, 2 en la frontera sur, 17 son marítimas y 10 son aduanas interiores.

Se tienen 15 puertos marítimos ubicados sobre los dos océanos: Pacífico y Atlántico, de los cuales hay cuatro que son principalmente puertos de terminales de manejo de carga: Veracruz y Altamira situados sobre el Océano Atlántico y Lázaro Cárdenas y Manzanillo sobre el Océano Pacífico.

Uno de los puertos de mayor importancia de tráfico entre Colombia y México es el puerto de Veracruz, que actualmente representa el 22.74%<sup>13</sup> del movimiento de carga manejado a nivel nacional, lo que lo sitúa como el primer puerto comercial del país. El principal tipo de carga que maneja es contenerizada, además de graneles, fluidos y carga

---

<sup>13</sup> Información de la SCOP (Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas), Dirección. Gral. de Puertos y Dragados

general como tubos de acero, automóviles y autopartes; para lo cual cuenta con 40,447 hectáreas destinadas a la recepción y almacenaje de mercancías. De Veracruz las mercancías pueden llegar a la ciudad de México por vía terrestre o ferrocarril.

En volumen de importación de insumos para la construcción, el medio más utilizado es el carretero, debido a que Estados Unidos de América es el principal proveedor. El segundo medio es el férreo, también utilizado en frontera, y en tercer lugar el transporte marítimo, para productos provenientes de países europeos como España o de países orientales como China. En el caso de Canadá que es importante como proveedor, el medio utilizado es el marítimo o en muchos casos el terrestre, pero el paso por Estados Unidos hace muy largo el tiempo de tránsito.

Para las mercancías importadas de Estados Unidos, la infraestructura en carreteras permite que estos productos entren por la frontera, donde es encuentran ubicados varios puntos de ingreso a México.

La más importante en flujo de transporte de mercancía es la moderna aduana Puente Internacional Colombia, ubicada en Nuevo Laredo, que permite el ingreso de mercancías a la ciudad de Monterrey o al interior del país. Esta aduana es un recinto fiscal y ofrece a las empresas la ventaja de poder recibir mercancías de importación directamente en territorio nacional en calidad de depósito ante la aduana, realizando todas las operaciones de comercio internacional en el lado mexicano, ahorrándose con esto, costos en mano de obra, en renta de forwardings o uso de transfers.<sup>14</sup> Este punto de ingreso al país es el más utilizado en frontera debido a la cercanía con el interior del país y las principales ciudades como son Monterrey, Querétaro y México DF, el resto de aduanas son utilizadas para tránsito de mercancías en menor escala.

El uso del medio férreo en la frontera con Estados Unidos de América ha tenido una importante evolución en los últimos años, destacándose el ingreso de mercancías a través de la aduana de Nuevo Laredo y Piedras Negras, sobre todo para productos donde el factor precio es importante, como el caso de insumos para la construcción.<sup>15</sup>

Para mercancías originarias de oriente, con países de origen como China y Taiwán el principal puerto de entrada es Manzanillo, localizado en el Departamento de Colima, sobre el océano Pacífico. En este puerto

---

<sup>14</sup> <http://www.fidenor.com.mx/>

<sup>15</sup> Ferrocarriles Nacionales de México.

prestan servicio cerca de 22 líneas marítimas de reconocida importancia como Kien Hung Shipping Co. Compañía Sudamericana de Vapores (CSAV), Maersk de México, S.A. de C.V. P&O NEDLLOYD, Nipon Yusen Kaisha (NYK), Cia. Latinoamericana de Navegación S.A. (CLAN).

En cuanto a mercancías originarias de América del Sur, en especial de Colombia, el principal puerto de entrada es Veracruz por el Atlántico, si se maneja la carga saliendo del Puerto de Cartagena, o ingresando por Manzanillo si proviene del Puerto de Buenaventura. La lista de compañías navieras y costos de fletes y uso de puertos se encuentra en el anexo de Distribución Física Internacional.

Aunque el medio férreo se encuentra en pleno desarrollo y ha pasado a ser bastante utilizado, todavía el transporte terrestre de puerto marítimo hacia el interior del país es el más utilizado. Los tiempos de tránsito en transporte férreo pueden ser de 3 a 4 días más al interior de la república mexicana, por lo que los importadores prefieren manejar carga por medios terrestres, y la diferencia en costos nos es muy alta, comparado con el beneficio de los tiempos manejados por transporte terrestre.

Los importadores de insumos para la construcción introducen la mercancía como importación definitiva, ya que originaría sobre costos por la permanencia en puertos o depósitos fiscales.

Para el manejo de los productos objetos de este estudio, casi en su totalidad, los importadores de mercancías, manejan carga por contenedor completo y en todos los casos exigen que sea carga paletizada, debido al peso del producto. Según se trate el volumen de la compra, se manejan los diferentes tipos de contenedores. Cada importador cuenta con centros de distribución, a donde llega directamente el contenedor, o en algunos casos cuentan con transporte propio de puerto a centro de distribución o prefieren contratar transporte privado interno en México, independiente del transportador que les manejó la mercancía desde el país de origen, lo que les permite minimizar los costos de transporte.

Por las características del producto, los insumos para la construcción no requieren trato especial en el transporte ni marítimo ni terrestre. Ni existe reglamentación alguna en el manejo del producto por parte del



estado mexicano. Solo se deberán aplicar las NOM<sup>16</sup>, explicadas en el capítulo de Acceso al mercado.

Algunos importadores tienen por costumbre el manejo de pallets para contenedores de 20' o 40', en especial para las baldosas vinílicas. En un contenedor de 40' caben 20 pallets, y cada pallet debe ser de un solo color por producto. Las cajas que contiene cada pallet varían de acuerdo al espesor de la baldosa; por ejemplo, de la baldosa de 1.3 mm de espesor, el pallet tiene 36 cajas, de la de 1.6 mm de espesor, tiene 63 cajas y de la de 3.1 mm de espesor, tiene 36 cajas cada pallet.

## **6.2. COMPARATIVOS DE COSTOS DE TRANSPORTE INTERNACIONAL**

En el anexo 1 se puede observar que Estados Unidos comparativamente tiene los precios más bajos de transporte, ya que se maneja el intercambio de mercancías por medio terrestre en la frontera norte de México. Las negociaciones con los fabricantes estadounidenses son DAF (Delivery at frontier) donde el importador mexicano recibe el producto en frontera y lo interna asumiendo gastos de transportes y seguros. El tiempo de entrega es de horas hasta máximo dos días desde la frontera hacia las principales ciudades, lo que también representa una buena ventaja.

En cuanto a importaciones por medio marítimo, Colombia tiene el menor costo de fletes y tiempo de tránsito. Si bien depende del puerto de salida y las escalas realizadas en el recorrido, en comparación con los países orientales China o Corea que manejan tiempos de 15 a 21 días de tránsito, y de países europeos con tiempos de 15 -16 días, Colombia tiene de 5 a 8 días lo que marca una buena diferencia en tiempos de entrega. Incluyendo el BAF, un contenedor de 20' procedente de Colombia está costando alrededor de US\$ 1,500, mismo que valdría aproximadamente US\$ 1,900 desde España o Italia y US\$ 2,050 a 2,200 de los países orientales. Se tiene que tomar en cuenta que los despachos desde esos países en época de temporada alta tienen un sobre precio (Peak Season) de US\$ 400 para contenedor de 20' lo que incrementa considerablemente el valor del contenedor. Se tienen que sumar al costo de los contenedores el valor del transporte de puerto mexicano a ciudad destino. En el anexo de DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL se hace un comparativo de fletes terrestres en la república mexicana de los diferentes puertos a las principales ciudades destino y se hace una evaluación de las alternativas de ingreso desde

---

<sup>16</sup> Normas Oficiales Mexicanas.

los diferentes puertos mexicanos en costos, tiempos y riesgos del transporte.

### **6.3. CONCLUSIONES**

El gran volumen y peso de los productos estudiados, hace que el factor transporte internacional sea un punto a tener en cuenta para establecer la competitividad en Distribución Física Internacional. Para Colombia el tema presenta una buena ventaja, debido a los bajos costos del flete en comparación con países que deben utilizar el transporte marítimo como principal medio de exportación hacia México. Los tiempos de tránsito comparativamente con países europeos o asiáticos, también representan una ventaja, si se compara que desde esos países se está hablando de varias semanas en tiempo de tránsito, mientras que de Colombia se toman varios días.

## **7 PERSPECTIVAS**

El sector de la construcción en México se encuentra en un buen momento coyuntural. De un lado el gobierno ha impulsado préstamos para construcción de vivienda residencial en todos los estratos, bajan las tasas de interés y la banca comercial comienza a activar de nuevo los créditos hipotecarios y por otro la construcción de grandes proyectos públicos (carreteras y puentes) y privados como los megaproyectos que se están construyendo en zonas de playa. El ambiente de inversión en México para los constructores está bastante seguro: menores tasas de interés, la inflación más baja en los últimos 35 años, estabilidad en las principales variables macroeconómicas y el rezago de la oferta para este sector.

México presenta una infraestructura en la industria de insumos para la construcción que se ha ido desarrollando con un esquema dependiente de las fortalezas o debilidades de las materias primas aportadas por las grandes empresas PEMEX (Petróleos Mexicanos) y CEMEX (Cementos Mexicanos), lo que no aporta un desarrollo sustentable para el sector. Igualmente el principal problema de la industria es el alto costo de la energía para sus procesos, situación que ha afectado enormemente sus costos y como consecuencia sus precios finales que no son tan competitivos.

Es importante mencionar que existen pocos grupos industriales pero con grandes fortalezas, que han logrado esquemas organizacionales con integraciones verticales y se encuentran en procesos de exportación, acreditación de estándares de calidad internacional y según el panorama actual con una fuerte oportunidad de obtener buenos ingresos por la situación de avance del sector construcción en México.

Sin embargo, la demanda del mercado supera su capacidad de producción y la competencia extranjera ha logrado posicionarse mediante plantas productivas en territorio mexicano o importando el producto a través de las tiendas especializadas o distribuidores mayoristas, donde su principal ventaja es el precio ofrecido y la variedad de diseños que requiere el mercado, factores que no se ven en los productores nacionales.

En baldosas de cerámicas se presenta una concentración en cuanto a empresas fabricantes mexicanas que han sabido posicionarse en el mercado. Esto representa un esfuerzo importante si se quiere competir con ellas, en servicio, precios e inversiones en publicidad. Sin embargo, los compradores han iniciado un proceso para aceptar el producto de importación ya que requieren una mayor variedad en el mercado, lo que representa una excelente oportunidad.

La industria de la construcción acostumbrada al uso de materiales de mala calidad debido a la baja competencia en el sector, está atravesando por un proceso de competencia abierta, donde el consumidor exige mejores acabados en la construcción de su vivienda y de sus obras públicas, y se presenta como consecuencia una fuerte presión por adquirir mejores materiales a buen precios, muchas veces recurriendo a proveeduría extranjera.

Los canales de distribución idóneos pueden ser las tiendas especializadas en esta clase de productos, o los distribuidores mayoristas. Los sistemas de negociación con estos canales son largos y complicados, ya que son concientes de su importancia, y muchas veces se presenta informalidad en la negociación.

Es importante tener en cuenta los costos logísticos, factor fundamental en el precio final del producto, para ello se requiere buscar mecanismos de reducción costos y que no impacte de manera tan importante el precio, ya que en este mercado es un punto álgido en la negociación.

La principal ventaja con que cuentan los fabricantes colombianos es el arancel 0 con que gozan los productos al ingresar a territorio mexicano, lo cual se debe aprovechar mientras el arancel para los productos europeos no se desgrave en su totalidad, ya que esto puede dar ventajas de posicionamiento de marca a los productos colombianos.

Las oportunidades no pueden ser mejores dentro del mercado mexicano, ya que la reactivación en el sector construcción de vivienda media y residencial, después de 8 años de estancamiento del mercado, ha tomado por sorpresa a los fabricantes nacionales que no tienen una capacidad de respuesta tan rápida para la avalancha de proyectos que se están dando en este y en otros sectores.

## 8 ANEXOS

### ANEXO 1: COSTOS COMPARATIVOS DE TRANSPORTE.

#### TRANSPORTE MARÍTIMO

COMPARACIÓN PRINCIPALES PAÍSES ORIGEN IMPORTACIÓN								
PAÍS ORIGEN	PUERTO DE SALIDA	MÉXICO PUERTO DE LLEGADA	TIEMPO TRÁNSITO DÍAS	ESCALAS	COSTO PUERTO A PUERTO ( Valor en dólares US\$)		PEAK SEASON (Valor en dólares US\$)	
					20'	40'		
CHINA	Shangai	Manzanillo	17	1	2,200.00	3,800.00	400	600
ALEMANIA	Amberes/ Bremen	Altamira	13 / 15	1	2,375.00	4,500.00	0.00	0.00
COLOMBIA	B/ventura	Manzanillo	8	0	1,580.00	2,000.00	0.00	0.00
COLOMBIA	Cartagena	Veracruz	5	0	950.00	1,200.00	0.00	0.00

#### TRANSPORTE ESTADOS UNIDOS

INGRESO MERCANCÍA DESDE ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (PRECIOS SIN IVA 15%)					
PAÍS ORIGEN	ADUANA DE ENTRADA	CIUDAD DESTINO	TIEMPO TRÁNSITO	TRAILER (Valor en dólares US\$)	
				48'	53'
ESTADOS UNIDOS	NUEVO LAREDO	México DF	16 horas	1,459.00	1,896.00
		Guadalajara	14 horas	1,297.00	1,800.00
		Monterrey	6 horas	353.00	494.00
	TIJUANA	México DF	34 horas	1,590.00	2,123.00
		Guadalajara	28 horas	1,393.00	1,900.00
		Monterrey	18 horas	1,946.00	2,700.00