

LA “NUEVA VIGA” MERCADO MAS GRANDE DE MARISCOS Y PESCADO DE AMÉRICA

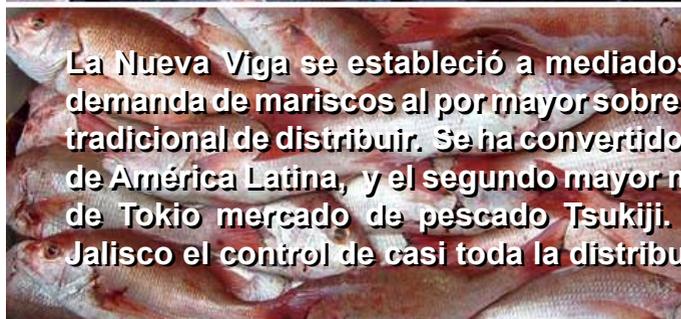
El mercado se encarga de 1,500 toneladas de pescados y mariscos todos los días, lo que representa alrededor del 60% del mercado total. La mayoría de los productos del mar se distribuye en el área metropolitana de la Ciudad de México y los estados que lo rodean, pero no hay distribución a otros estados y del extranjero.

La gran distribución de productos del mar se ha centrado en la ciudad de México durante muchos años, primero en el mercado de La Viga en el distrito de Iztacalco y ahora en el mercado de La Nueva Viga en Iztapalapa.

La razón principal del mercado de productos del mar se encuentra en la capital, en lugar de en una ciudad costera, es que la Ciudad de México tiene una larga historia de ser el centro económico del país. Desde tiempos prehispánicos, gran parte de los pescados y mariscos y otros productos ya sea terminado o ha pasado por aquí.

La gente de la zona de Ciudad de México también se han acostumbrado a disfrutar de la recompensa proporcionada por la casi totalidad de los estados, por lo que la demanda de productos del mar es mayor aquí.

El primer mercado de La Viga se estableció cerca del canal de La Viga, que lleva el nombre de una hacienda del siglo 19. En el siglo 19, esta zona estaba llena de tierra secado, con islas artificiales llamadas “chinampas” y canales, como La Viga, que comunicaba Chalco y Xochimilco, que todavía tenían sus lagos, al puerto lacustre de San Lázaro, cerca del centro histórico de la Ciudad de México.



La Nueva Viga se estableció a mediados de la década de 1990 debido a que la demanda de mariscos al por mayor sobrepasado la capacidad del antiguo mercado tradicional de distribuir. Se ha convertido en uno de los mercados más importantes de América Latina, y el segundo mayor mercado de pescado del mundo, después de Tokio mercado de pescado Tsukiji. Él y el Mercado del Mar en Zapopan, Jalisco el control de casi toda la distribución de pescados y mariscos en el país.

La Nueva Viga.



Mercado de la Viga.

Centro distribuidor de pescados y mariscos, mejor conocido como el mercado de La Viga.

A fines del siglo XIX los habitantes de los pueblos que hoy son las delegaciones Iztapalapa e Iztacalco vivían en varias localidades rodeadas de chinampas y comunicadas por una amplia red de canales, entre los que destacan el canal Nacional, el canal de Apatlaco, el río de la Piedad y el canal de Tezontle, entre otros. Pero el principal canal es el antiguo La Viga, que fluía desde el canal Nacional comunicando a Xochimilco, Chalco y Texcoco, llegaba hasta el mercado de la Merced llevando a muchos paseantes a la zona de Santa Anita.

El nombre de La Viga se

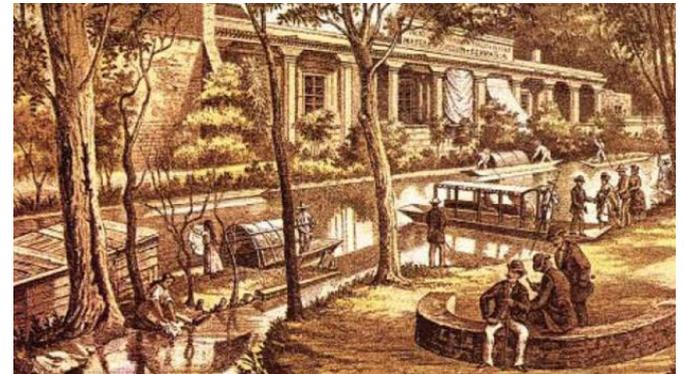
toma de un rancho que se ubicaba a un costado del canal; esto no duro mucho, pues en 1903 cambia la división política del Distrito Federal y se mandó a cegar el canal para construir una nueva vialidad dando origen a la actual calzada de La Viga, al lado de la cual surgieron industrias y asentamientos de población años después.

El virrey Juan Vicente de Güemes encargó la construcción de un camino que lo bordeara; la sociedad novohispana lo conoció como el Paseo de la Viga. De acuerdo con la historiadora Virginia González, en este espacio

se colocaron por encargo puestos con antojitos, pulquerías provisionales y un gran número de trajineras con música a bordo que se encargarían de transportar a los visitantes por el canal: el

lugar se convirtió en toda una atracción.

Lo que uno daría por viajar de regreso en el tiempo para encontrarse con la Venecia a la mexicana



A finales del siglo XVIII, en la Ciudad de México existió un canal llamado La Viga, que unía los lagos de Xochimilco y Chalco con el puerto lacustre de San Lázaro.

El mercado de La Nueva Viga.

En el camino de la tradición a la vanguardia.

La industria de los pescados y mariscos crece cada día para consolidar su posición comercial en el sector alimentario.

Su crecimiento se ha visto reflejado en los altos niveles de importación y exportación que se manejan dentro de los principales mercados internacionales. En México, la distribución de los productos del mar depende de dos grandes centros de abasto: El Mercado de la Nueva Viga en la Ciudad de México y el Mercado del Mar en Zapopan, Jalisco.

El Mercado de la Nueva Viga cuenta con el más amplio surtido de productos del mar y por su volumen de comercio, es considerado como el segundo del mundo, tan sólo superado por el de Tokio en Japón. Por su ubicación estratégica, el mercado de La Nueva Viga, es uno de los puntos más importantes de comercialización y abasto, ya que a lo largo de una superficie de 90 mil metros cuadrados alberga 202 bodegas de mayoreo, 55

de menudeo y 165 locales comerciales.

Cuatro bodegas cuentan con productos certificados y 80 más con excelentes prácticas de manejo, en espera de su certificación. En sus instalaciones trabajan diariamente un promedio de 387 locatarios entre los que se encuentran comercializadores al menudeo, medio menudeo y mayoreo.

Las labores en el mercado comienzan a las cuatro de la madrugada, dando la bienvenida a proveedores de los dos litorales de México, chefs, restauranteros y amas de casa. La jornada es carga, aproximadamente a las 6 de la tarde la última de las bodegas termina sus tareas cotidianas.

La Nueva Viga vende productos de todos los puertos de la República Mexicana e inclusive productos importados de los cinco continentes, en el mercado se manejan un promedio de 500 toneladas tan sólo de pescado fresco y 1000 t de productos congelados que se

comercializan diariamente, lo que representa el 60 por ciento de la producción nacional pesquera. Son aproximadamente 300 especies frescas y congeladas, y aproximadamente 100 especies en productos congelados de importación que se comercializan diariamente en este centro de abastecimiento.

Desde su creación el mercado de La Nueva Viga fue pensado para albergar a un gran número de compradores.

En él se encuentran bancos, tiendas de abarrotes, oficinas gubernamentales, zonas comerciales con restaurantes y coctelerías, servicios de transporte público y de fletes y amplias áreas de estacionamiento que ofrecen al consumidor final la seguridad de que dentro de sus instalaciones existe todo lo necesario para realizar sus compras.



ICONO
GDL

Editado por
Alta Corporativo Editores,
S.A. de C.V.

Director-Editor
Alvaro López Tostado
alta@iconogdl.com

Edición
Grupo Corporativo
BALAM

Domicilio
Av. Alberta #1975
Fracc. Colomos Providencia
CP 44660
Guadalajara, Jalisco
México

www.iconogdl.com
www.facebook.com/icono.gdl
www.twitter.com/icono50

comentarios@iconogdl.com

Circulación "Sólo Suscriptores"

Licencias y registros en Trámite.
ICONO asume toda responsabilidad
de los contenidos expresados en
sus páginas en versiones impresas y
digitales. Derechos de réplica escribir
a comentarios@iconogdl.com

Edición dedicada a:
Jorge Toral Peña.

Editorial

Nuevas expectativas en una nueva administración.

Jorge Toral Peña, comenzó hace 37 años en la industria de los pescados y mariscos, “llegué de aventura... buscando una oportunidad; fui cargador, carretillero, trabajé en todos los puestos que pueda haber en el mercado de la Nueva Viga y ahora, estoy al frente de la administración.

Quiero cumplir con esa etapa de mi vida dedicándome a estos tres años al mercado, devolviéndole parte de las muchas satisfacciones que me ha dado”.

La última administración duró 15 años, actualmente se recortó el tiempo a 3 años. En materia de planeación, Toral comentó: “Estamos desarrollando un proyecto que no sólo se aplique el tiempo que dure nuestra gestión; queremos un proyecto encaminado a que los beneficios se empiecen a ver a corto y largo plazo; para ello estamos buscando la integración de todos los sectores para generar comisiones que den seguimiento a las labores iniciadas durante nuestra administración”.

Dentro de los proyectos que están contemplando se encuentran realizar un cambio al área de menudeo para crear una

plaza gourmet e informar permanentemente al consumidor sobre los beneficios de consumir pescados y mariscos. “La idea es quitarle al consumidor el mito de que el pescado hay que comprarlo para hacer fiesta, o por mandato religioso; el pescado debe consumirse todo el año y eso es lo que queremos lograr”.

La difusión es otro de los puntos importantes a desarrollar, “estamos participando en ferias y exposiciones. También colaboramos en puntos de venta en las distintas delegaciones del Distrito Federal para dar a conocer los atributos de los pescados y mariscos. Los sábados realizamos cursos gratuitos de cocina de productos del mar, el producto lo aporta la administración y todos lo degustan”.

Agregó que están



Jorge Toral Peña.

desarrollando proyectos para no sólo incrementar los volúmenes de venta: “tenemos que valorar también la parte de la producción, por ejemplo, si no conseguimos apoyos en la acuicultura, no seremos competitivos frente a las especies importadas, por ello es necesario generar proyectos que engloben todos los aspectos de la industria”.

Jorge Toral Peña, como nuevo presidente del

Mercado de La Nueva Viga, concluyó con un mensaje a la industria a los consumidores: “Tienen una casa confiable en el Mercado de La Nueva Viga, tenemos gente responsable dentro de la nueva administración, estamos con el compromiso de sacar adelante a nuestro mercado y dignificarlo en todos los renglones”.

Desafíos.

Un desafío importante para el mercado es la disminución de las ventas de mariscos producidos en el país. Estos han caído hasta un cuarenta por ciento, según algunas estimaciones.

Los vendedores en el mercado afirman algunos es debido a la competencia de productos del mar exterior, pero la mayor parte se debe a la falta de promoción de productos del mar por parte de funcionarios del gobierno federal, incluso el Comité Nacional de Fomento al Consumo de Producto Pesquero, que se encarga de hacer precisamente eso.

La queja es que este comité sólo promueve mariscos durante la Cuaresma. Debido a los acuerdos de libre comercio, pescados y mariscos procedentes de países como China, Panamá y Chile están apareciendo en el mercado y ahora representan



La Nueva Viga.

alrededor del 10 por ciento de las ventas. Mariscos domésticos generalmente mejor calidad, ya que gasta menos o nada de tiempo congelado, pero el producto congelado importado es a menudo más barato. Comunes especies importadas son la

tilapia, tiburón, espáridos o pargos y carpa.

Otro problema es que, aunque el mercado está a sólo quince años de edad o menos, las instalaciones han sufrido un grave deterioro en tan poco tiempo. Uno de los

problemas principales es el drenaje insuficiente, lo que lleva a la acumulación bacteriana y haciendo que el interior de oler muy fuertemente. Un último problema es que hay una falta de transporte público a las instalaciones.



www.lanuevaviga.mx