

Estrategias de los Productores de Carne de Cerdo Mexicanos en el Mercado Japonés**Strategies of Mexican Pork Producers in the Japanese Market**

GÓMEZ-GÓMEZ, Alma Alicia & PÉREZ-SOTO, Francisco

*Universidad Autónoma Chapingo, Texcoco, EDOMEX, México*ID 1^{er} Autor: *Alma Alicia, Gómez-Gómez* / ORC ID : 0000-0002-7820-6629, CVU CONACYT ID: 15624ID 1^{er} Coautor: *Francisco, Pérez-Soto* / ORC ID: 0000-0001-8710-3878, CVU CONACYT ID: 42478

Recibido Octubre 20, 2018; Diciembre 30, 2018

Resumen

México firmó con Japón un Acuerdo de Complementariedad Económica que entró en vigor en 2005. Japón es un gran consumidor de carne de cerdo y paga excelentes precios por ella. Este trabajo trata de reconocer las estrategias productivas y comerciales que han permitido a las principales empresas de carne de cerdo mexicano penetrar en el mercado japonés para sugerirlas a otros productores de carne de cerdo. Metodológicamente se elaboró y levantó una encuesta cualitativa y cuantitativa a los productores porcinos, en los estados de Jalisco y Sonora y se hizo una revisión bibliográfica en medios impresos y electrónicos. Se obtuvo que la producción porcina se destina tanto para el mercado nacional (80%), como para el internacional (20%), se emplea la producción extensiva e intensiva, se prefiere la raza Línea Genética PIC, porque reduce los costos. Los ganaderos elaboran sus propios alimentos cuidando el control de la calidad y los requerimientos nutricionales. Los principales destinos de la producción son los Estados Unidos y Japón. Las principales estrategias productivas para exportar eficientemente son el control zoonosanitario, el tipo de alimentación y las vacunas y medicamentos. Comercialmente es importante la presentación del producto, la calidad y la periodicidad de las entregas.

Acuerdo de complementariedad económica, estrategias productivas, estrategias comerciales, Japón, producción de cerdo

Abstract

Mexico signed an Economic Complementarity Agreement that entered into force in 2005 with Japan. Japan is a major consumer of pork and pay excellent prices for it. This paper attempts to recognize the productive and commercial strategies that have enabled major Mexican pork meat companies to penetrate the Japanese market to suggest them to other producers of pork. Methodologically it was developed a qualitative and quantitative survey to pork producers in the states of Jalisco and Sonora and a literature review in print and electronic media was also performed. It was found that pig production is intended for both the domestic market (80%) and for international (20%), extensive and intensive production is used the line PIC genetics race is preferred because it reduces costs. Farmers produce their own food caring quality control and nutritional requirements according to their own standards. The main destinations for the production are the United States and Japan. The main productive export strategies are health control, the type of food and medicines and vaccines. Commercially it is important the product presentation, quality and frequency of deliveries.

Economic Complementarity Agreement, productive strategies, business strategies, japan, pork meat production

Citación: GÓMEZ-GÓMEZ, Alma Alicia & PÉREZ-SOTO, Francisco. Estrategias de los Productores de Carne de Cerdo Mexicanos en el Mercado Japonés. Revista de Administración y Finanzas. 2018. 5-17: 22-28.

*Correspondencia al Autor (Correo Electrónico: miguel.albas@unilibrebog.edu.co)

† Investigador contribuyendo como primer autor.

Introducción

Los acuerdos de Asociación, tratados de libre comercio y otros instrumentos están enfocados en potenciar el libre cambio de mercancías, sustentados en las ventajas comparativas del autor David Ricardo. Surgen generalmente de países que tienen precedentes comerciales entre ellos y optan por formalizar las alianzas con acuerdos internacionales. Con la entrada de México al GATT en 1986 se estableció la apertura comercial del país y por consiguiente la disminución de barreras a la importación y a las exportaciones de productos.

Dentro de las negociaciones de grupos de fracciones arancelarias, las del sector primario recibieron el trato de nación más favorecida, es decir pagan aranceles preferenciales. Continuando con esta política de apertura comercial México signó con Japón un Acuerdo de Complementariedad Económica (AAE) que entró en vigor a partir del año 2005. Japón es un gran consumidor de carne de cerdo (DYCK Y NELSON, 2007) y se caracteriza por pagar excelentes precios por ella.

El precio del cerdo en canal en Japón es de 209 dólares por 100 libras, mientras que en Corea del Sur es de 189, en China de 160, en Rusia de 139, en España de 123, en E.E.U.U. de 94 y en Canadá de 91 (STUART, 2013). Cabe mencionar que a pesar de que México es poco competitivo en la producción de alimentos para el ganado, en los últimos años ha logrado incrementar sus exportaciones ganaderas a Japón.

Por otro lado, la carne de cerdo mexicana es muy apreciada en los mercados asiáticos. De 1997 a 2012 Estados Unidos y Canadá duplicaron sus volúmenes de exportación, mientras que México solo lo incrementó en una proporción menor. Para este periodo de análisis, el valor de estas importaciones en millones de yenes, tanto de Estados Unidos y Canadá se obtuvieron, en promedio, 553 millones de yenes por tonelada métrica, mientras que México obtuvo 576 miles de yenes, lo cual sugiere el aprecio que tiene el mercado japonés por la alta calidad de la carne mexicana. (GOMEZ ET. AL.: 2015, 18).

Además, ha habido varios avances para los industriales de la carne de cerdo mexicana con países de Asia, como la incorporación de Jalisco a los estados autorizados a vender sus productos a Japón tras acreditar que está libre de fiebre porcina clásica, y la autorización concedida por las autoridades chinas a cuatro plantas de procesamiento de carne de cerdo mexicanas. Cabe mencionar que Japón sufrió brotes de fiebre aftosa en 2010 (ANONYMOUS (B), 2010) y se vio obligado a realizar movimiento de GANADO (ANONYMOUS (A), 2010) así como a sacrificar un número considerable de cabezas de ganado porcino y vacuno (ANONYMOUS (C) 2010). Por lo que las necesidades de productos cárnicos se incrementarán en los próximos años.

Dentro de este contexto nos planteamos el objetivo de conocer las estrategias productivas y comerciales que han permitido a las principales empresas de carne de cerdo mexicano penetrar en el mercado japonés para sugerirles a otros productores de carne de cerdo y otros productos pecuarios. Y como hipótesis de trabajo las siguientes: 1) La carne de cerdo mexicana es apreciada en los mercados asiáticos por su calidad y frescura y 2) La eficacia de los programas zoonosológicos han permitido el desarrollo de la exportación de carne de cerdo mexicana.

Metodología

Se utilizaron los métodos deductivo y comparativo. Para el desarrollo metodológico de la presente investigación se elaboró y se levantó una encuesta de tipo cualitativo. La misma se aplicó a los productores porcícolas (unidades de producción) en los estados de Jalisco y Sonora. El objetivo de la encuesta fue realizar un análisis sobre las estrategias que emplean los productores porcícolas para ingresar y mantenerse en el mercado japonés, así como de los requisitos zoonosológicos y de presentación que estos deben cumplir.

La encuesta consta de 3 secciones: preguntas sobre algunas características de las unidades de producción (tipo de explotación, razas con las que se trabaja, alimentación), mercado internacional (estados exportadores, destino de las exportaciones, intermediarios) y mercado japonés (exigencias del mercado japonés, estrategias de permanencia en el mercado japonés).

Se determinó que se aplicarían un total de 37 encuestas directas a 37 unidades de producción, mismas que son consideradas como una muestra representativa de la población objeto de estudio. Esta muestra fue definida en función del tamaño de la población. Se determinó un tamaño de muestra de 37 unidades de producción, tomando como referencia una población de 42 unidades de producción localizadas en los estados de Jalisco y Sonora, que son los estados que exportaran a Japón. La base de datos se obtuvo de la Asociación de productores de carne de cerdo. Aplicando la siguiente ecuación (1) se logró determinar el tamaño de muestra por proporciones mencionado:

$$n = \frac{pqNZ^2}{E^2(N-1)+Z^2pq} \quad (1)$$

Dónde:

- N: Es el tamaño de la población. (N=42)
- Z= es una constante que depende del nivel de confianza que se asigne. Nivel de confianza de 90% (Z=1.65).
- E: es el error muestral deseado. (E=5%)
- p: es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. (Se supone que p=q=0.5 que se la opción más segura).
- q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es 1-p. (q=0.5)
- n: es el tamaño de la muestra. (n=37)

Los resultados de las encuestas aplicadas se sistematizaron en el paquete computacional Excel para su posterior análisis.

Se realizó una revisión bibliográfica en fuentes como el Ministerio de Finanzas de Japón, la FAO, USTDA, SAGARPA, SIAP con la finalidad de presentar un análisis del panorama internacional y nacional de la carne de cerdo.

Resultados y Discusión

Se encontró en el trabajo de campo que la carne producida en las unidades de producción encuestadas se destina a la producción tanto para el mercado nacional, como para el internacional, como observamos en la figura 1. De la producción obtenida se estima que el 80% es para satisfacer el consumo nacional y el resto es para exportación (figura 2).

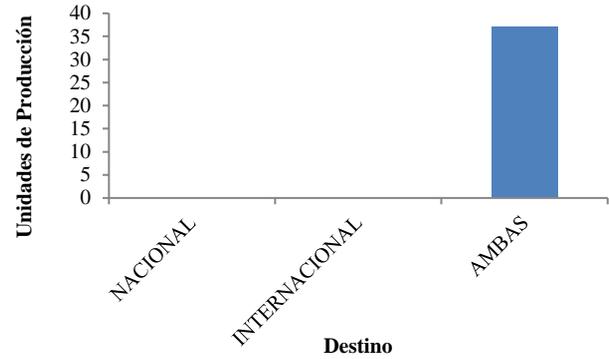


Figura 1 Destino de las Exportaciones
 Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta

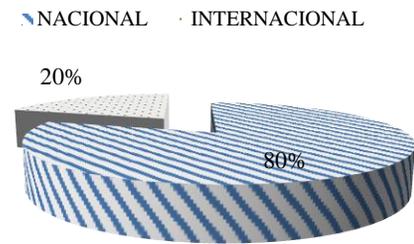


Figura 2 Mercado destino de la producción
 Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta

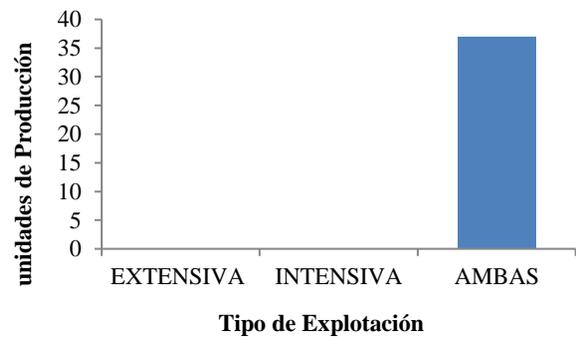


Figura 3 Tipo de Explotación
 Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta

En la figura 3 observamos que en las unidades de producción, donde se aplicaron las encuestas, todas las unidades de producción emplean tanto la producción extensiva como intensiva, esto debido a que se da un trato diferente a los lechones, posterior a su destete comparado con el que se da a los que están en edad para ser engordados.

En México las razas de cerdos más utilizadas son Hampshire, Landrace, Duroc-Jersey, Yorkshire y PIC (Línea Genética) y encontramos que las unidades de producción prefieren la Línea Genética PIC, debido a que consideran a esta raza como idónea debido al rápido crecimiento de estos animales que ayuda en la reducción de costos, así como para la obtención de carne de excelente calidad (figura 4).

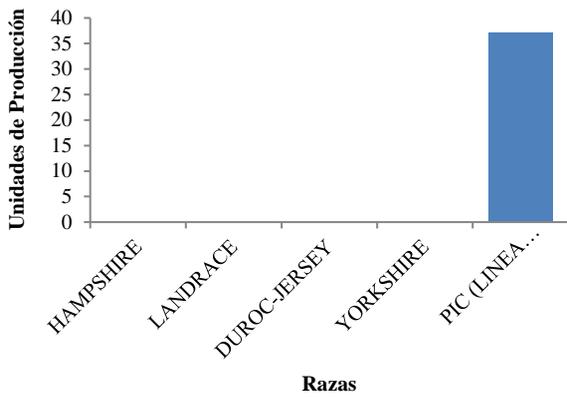


Figura 4 Razas Utilizadas para la Producción
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta

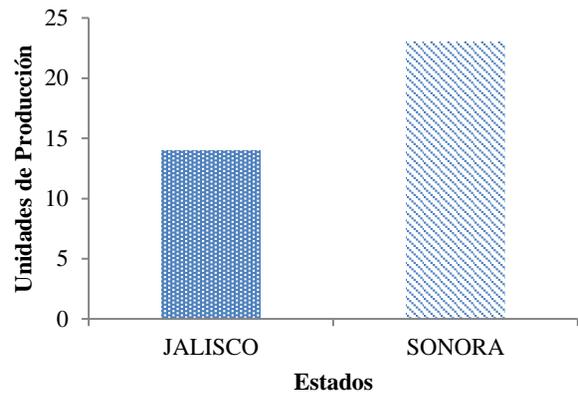


Figura 6 Estados Exportadores de Carne de Cerdo
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta

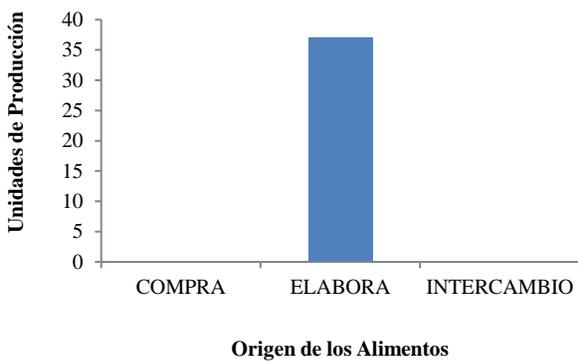


Figura 5 Procedencia de los Alimentos
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta

La figura 7 muestra que el mercado internacional de la carne de puerco mexicana tiene como principales destinos Estados Unidos y Japón. La Unión Europea no importa carne de puerco mexicana. Y tenemos otros mercados pero las exportaciones son de poca importancia por lo que fueron agrupados.

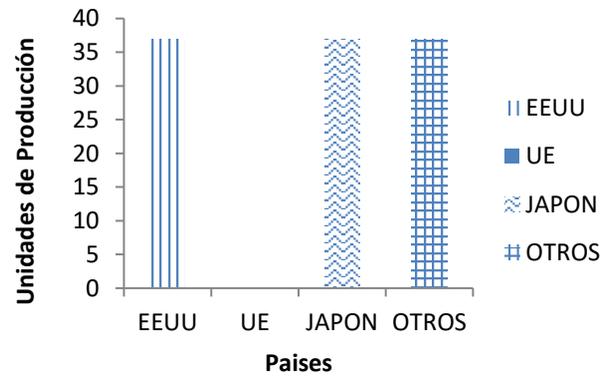


Figura 7 Destino de las Exportaciones
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta

En la figura 5 observamos que son las Unidades de Producción quienes se responsabilizan de la elaboración del alimento para los cerdos en engorda, debido a que tienen un mejor control de la calidad así como de los requerimientos nutricionales para lograr el crecimiento eficiente de los animales y una excelente calidad en la carne.

Además de cuidar que no se les agregue ingredientes prohibidos en Japón. Aunque, en la república mexicana, la costumbre dentro de las unidades pecuarias de producción de carne de puerco se acostumbra comprar, elaborar o intercambiar el alimento para sus crías.

De los estados seleccionados para la aplicación de la encuesta destaca Sonora debido a que es el principal estado exportador de carne de cerdo, seguido de Jalisco que apenas se encuentra incursionando en el mercado nipón (figura 6).

Más del 80% de las exportaciones de carne de puerco mexicanas están dirigidas al mercado japonés, siendo este el principal consumidor de la carne mexicana. Estados Unidos es el segundo destino de las exportaciones de carne porcina con aproximadamente el 11%, el resto de los países son Corea del Sur, China, Rusia entre otros (figura 8).

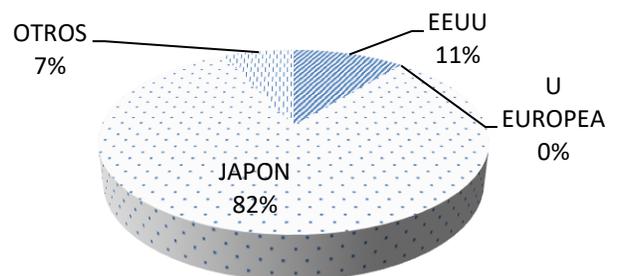


Figura 8 Mercado de Exportación
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta

De la figura 9 concluimos que el agente intermediador más importante entre el mercado japonés y los productores porcícolas de México es el bróker, quien se encarga de realizar los contratos de compra venta para el 100% de las unidades de producción.

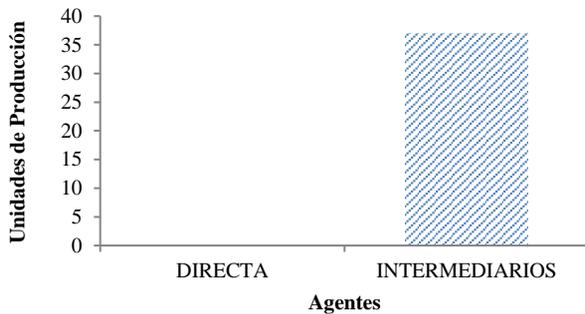


Figura 9 Agentes para la Comercialización

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta

Los productores mexicanos de carne de cerdo a través de los años han modificado su esquema de producción para satisfacer el mercado japonés, entre las acciones que se han realizado destacan los siguientes requisitos:

- Implementación de protocolo de uso, manejo y almacenamiento de sustancias químicas en las granjas.
- Implementación de protocolos para el control de agujas en las granjas para tener control de las infecciones, evitar la transmisión de patógenos, etc.
- Compra de equipo para detección de residuos químicos.
- Compra de detectores de metal y rayos X (para la detección de contaminantes físicos en la carne).
- Certificación de un sistema de calidad auditado por terceros.

Así mismo, se han realizado cambios en la presentación, como en la especificación del producto y especificaciones en los empaques para cada uno de los nuevos clientes. La carne de cerdo elaborada en estas unidades de producción se caracteriza por ser fresca, tener un buen sabor, además que es cien por ciento inocua, esto se ha logrado a través de sistemas tecnificados de producción, así como de la mejora continua de las condiciones de sanidad e higiene, en estas unidades la producción de ganado porcino es sana y, por lo tanto, es también carne magra y de alta calidad.

La publicidad así como las muestras gastronómicas son las principales acciones que realizan los productores mexicanos para permanecer en el mercado nipón. Lo anterior se explica mediante degustaciones que se realizan en las tiendas de autoservicio, anuncios publicitarios en medios de transporte, medios de comunicación, mamparas etc., otra actividad es la participación que se tiene en ferias y exposiciones.

Otras de las acciones que se realizan pero estas en nuestro país es la de mantener con el compromiso de cumplimiento en tiempo y forma con la entrega de los pedidos (volumen y mezcla), ser competitivos en cuanto a precios, cuidar los estándares de calidad e inocuidad, así como impulsar el desarrollo de los proveedores de carne de cerdo y materias primas para lograr mayor abasto y continuar creciendo en el mercado japonés.

Conclusiones

El mercado Japonés es importante para los productores porcícolas mexicanos debido al buen precio que paga por la carne de cerdo y la seriedad en el cumplimiento de los acuerdos. Por otro lado Japón es el principal importador de carne de cerdo en el mundo por lo que cuenta con una gran demanda.

Dentro de las estrategias productivas y comerciales fundamentales en el mercado de carne de puerco está que el país o región que exporta esté clasificada como libre de cisticercos, fiebre porcina clásica, el virus AH1N1 infección que (de acuerdo con los científicos no es transmitido por consumir productos del cerdo), el tipo de alimento que consume el ganado, sus vacunas y medicamentos. Dentro de los aspectos comerciales tenemos la presentación del producto, calidad y la periodicidad con que se realicen las entregas.

La carne de puerco mexicana es muy apreciada por el mercado asiático. Países como Corea del Sur y Singapur están interesados en firmar acuerdos comerciales con México donde uno de los productos que más les interesa es la carne de puerco. Con China se firmó un acuerdo donde algunas granjas porcícolas del país pueden exportar a China.

Por lo que es necesario que nuestro país produzca este producto en calidad y cantidad suficiente para cubrir las necesidades de estos mercados.

Referencias

- ANONYMOUS. 2010. Japón reautoriza el movimiento de animales tras los brotes de fiebre aftosa de los meses pasados. Available in: <http://www.pecuario.cl/2010/08/02/japon-reautoriza-el-movimiento-de-animales-tras-los-br> (January 27, 2011)
- ANONYMOUS. 2010. Brotes de fiebre aftosa en Japón y Corea del Sur. Available in: http://www.sectorproductivo.com.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=. (January 27, 2011)
- ANONYMOUS. 2008. La exportación de carne de res a Japón aumento 300% Available in: <http://impreso.milenio.com/node/7038632> (January 27, 2011)
- ANONYMOUS. 2010. Sacrificarán ganado en Japón para contener fiebre aftosa. Available in: <http://www.perulactea.com/2010/05/19/sacrificaran-ganado-en-japon-para-contener-fiebr...> (January 27, 2011)
- AQS.AnimalQuarantineService. Available in: www.maff.go.jp/aqs/english/product/import.html (September 2009)
- Armington, P. 1969. A Theory of Demand for Products Distinguished by Place of Production. International Monetary Fund Staff Papers 16, 159-178.
- Borja, Jordi y Castells, Manuel. 1997. Local y Global. La Gestión de las ciudades en la era de la información. United Nations for Human Settlements. Taurus Pensamiento. España.
- Camacho, E. 2012. Prevenir exportar 30% más de carne de cerdo. El Universal. Sección Cartera. México.
- Carew R., Florkowski W. J. and He S. 2004. Demand for Domestic and Imported Table Wine in British Columbia: A source-differentiated Almost Ideal Demand System Approach. Canadian Journal of Agricultural Economics 52, 183-199.
- Cashin P.A 1991. Model of the Disaggregated Demand for Meat in Australia. Australia Journal of Agricultural Economics. Vol. 35, No. 3 pp. 263-283.
- De Alúa, A. La Cisticercosis Porcina en México. <http://wwwlab.biomedicas.unam.mx/ce-istimex/s1/Cap4.pdf> acceso Marzo de 2014
- Choi I-H, 2003. Competitiveness of Major Wheat Exporters in the Korean Market Journal of Rural Development 26. 127-148.
- Delgadillo, Javier. 1995. Geografía Regional del Abasto Alimentario: México y el estado de Sinaloa. Tesis de doctorado. Facultad de Filosofía y Letras. UNAM. México.
- Dunham, David (1987). Intereses de grupo y estructuras espaciales. Algunas propuestas teóricas. Programa de Desarrollo Regional del Instituto de Estudios Sociales de la Haya, Cepal.
- Dyck J.H. and Nelson K.E. 2007. Structure of the Global Markets for Meat Agriculture Information Bulletin number 785. U.S.A.
- FAO Available in: <http://www.fao.org/Ag/AGAInfo/themes/es/pigs/home.html> (18 de July 2014)
- Ferrer, E et al. 2010. LA Peste Porcina Clásica en las Américas y el Caribe: Actualidad y Perspectivas de Control y Erradicación. Rev. Salud Anim., La Habana, v. 32, n. 1. Available in http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0253-570X2010000100002&lng=es&nrm=iso. (March 4, 2014).
- Financiera Rural. 2012. Monografía de ganado porcino. México.
- Gómez-Gomez Alma Alicia, Pastor-Jimenez Guillermo, Garcia-Figueroa Francisco. (2015). Participación de los miembros del TLCAN en el mercado japonés de carne de puerco. Revista Científica de la Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro. Vol 12, num 3, septiembrediciembre, 2015. Pp13-22

Henneberry S. R. and Hwang S. H., 2007. Meat Demand in South Korea: A11 Application of the Restricted Source-Differentiated Almost, Ideal Demand System Model. *Journal of Agricultural and Applied Economics*. 39, 1: 47-60 Southern Agriculture Economics Association

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Available in: <http://www.rw.inegi.uob.mx> (April 2013). Jetro. Available in <http://www.jetro.org.jp>.

Morilla, A., Carvajal, M. 2003. La Fiebre Porcina Clásica Endémica en México

MIDIA DIGITAL
<http://www.midiatecavipec.com/notas/notadiaria030810.htm> Consultado 31-07-2014
 National Accounts. Available in: www.e-stat.go.jp/estat/GL32020101.do.
 Statistics Bureau Home Page. Available in: www.stat.go.jp/english/data/getujidb/index.htm.

Mutondo, J. E. 2007 Global demand for United States meats. Pro Quest Dissertations and Doctoral

Porter, M. 2004. Estrategia competitiva, Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. Pag., 5, 12, 19, 20, 33, 39, 51, 52, 54, 55, 65.

Porter, M. 2009. Ventaja competitiva, Creación y Sostenimiento de un desempeño superior. Pag., xvii, xviii, 1, 2, 9, 11-16, 18, 20, 38.

Situación Actual y Perspectivas de la Producción de Carne de Porcino en México 1990-1998. SAGARPA.

Theses. Vol. 0503. ISSN.0664; p. n/a

Veeman M. M., Veeman T. S., Adilu S. 2002. Analysis of East Asian Meat Import Demand: Market Prospects for Alberta and Callada. Project Report 02-04, AARI Project#990030. RURALECONOMY. Project Report. Department of Rural Economy. Faculty of Agriculture & Forestry and Home Economics, University of Alberta. Edmonton, Canada.