



Revista de Economía

ISSN: 0188-266X

lilian.albornoz@uady.mx

Universidad Autónoma de Yucatán

México

Leyva Morales, Carlos E.; Cobos Molina, Rosa; Mendoza Pérez, Abraham
EL MERCADO DE LA CARNE DE CERDO DE YUCATÁN, 1995-2005
Revista de Economía, vol. 26, núm. 72, enero-junio, 2009, pp. 69-100
Universidad Autónoma de Yucatán

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=674070964003>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

EL MERCADO DE LA CARNE DE CERDO DE YUCATÁN, 1995-2005¹

Carlos E. Leyva Morales

*Profesor de carrera titular CTC. Coordinación de Vinculación.
Facultad de Economía. Universidad Autónoma de Yucatán*

Rosa Cobos Molina

Egresada de la Facultad de Economía, Universidad Autónoma de Yucatán

Abraham Mendoza Pérez

Egresado de la Facultad de Economía, Univesidad Autónoma de Yucatán

¹ Proyecto PRIORI FECO-06-001

INTRODUCCIÓN

La producción porcícola en México y en el Estado de Yucatán ha alcanzado un nivel de suma importancia como actividad económica dentro del mercado de los cárnicos al ser considerada como una actividad dinámica.

La porcicultura nacional se ha caracterizado a lo largo de su historia por sus marcados ciclos de mercado registrando cambios importantes. Entre estos destacan factores como: la tecnología de producción, que poco a poco a través de los años se ha ido desarrollando; y el que se ha involucrado cada vez más al empresario para lograr mayor calidad, mediante el mejoramiento de las normas que son exigidas para la comercialización de este producto².

En el contexto estatal, el desarrollo de esta actividad ha estado inherentemente relacionado con los aspectos económicos y sociales de la zona de producción denominada henequenera, debido a que a partir de su decadencia, el gobierno estatal trató de emplear la mano de obra dependiente del henequén en diversas actividades productivas alternas, y entre estas figuró la porcicultura. De esta forma, los productores porcícolas y algunas instituciones de gobierno de Yucatán relacionadas con esta actividad iniciaron conjuntamente una serie de programas para la modernización de los procesos productivos de la misma, y entre los avances para poder llevar a cabo este objetivo destacó el control sanitario de los cerdos en las granjas, el cual abrió paso hacia el acceso de los productores locales al mercado de exportación de la carne de cerdo a nivel mundial.

Por otro lado, otro factor que denota la relevancia de esta actividad en la economía nacional, se encuentra en el hecho de que Yucatán para el año 2005 se logró posicionar como el cuarto productor nacional, sólo por debajo de Guanajuato, con una producción de 90456 toneladas, debido a la alta calidad alcanzada en la producción de carne de cerdo y a la eliminación de enfermedades porcinas en el estado³.

² SAGARPA. Situación actual y perspectivas de la producción de carne de porcino en México. 2006

³ <http://www.sagarpa.gob.mx>

Por lo anterior, el presente trabajo se planteó como objetivo analizar el mercado mundial y nacional (producción, consumo, importación, exportación y la infraestructura y dinámica de su comercialización) de la carne de cerdo del estado de Yucatán de 1995 al 2005 para determinar su situación y establecer posibles nichos de mercado.

2.- METODOLOGÍA

En el presente trabajo se utilizó un diseño de comprobación de hipótesis no experimental longitudinal en su variante de análisis de tendencia⁴.

La primera técnica utilizada en el estudio fue una revisión de literatura de las diferentes fuentes locales de información secundaria disponibles, entre ellas BANCOMEXT, SEDEINCO, CICY, INEGI, SAGARPA, PIMEXPORTA y la Secretaría de Economía. Para la recolección de la información básica se utilizó como instrumento una bitácora de trabajo, en la cual se registraron en cada uno de los apartados en que se subdividió las variables: producción estatal, consumo estatal, producción nacional, consumo nacional, comercio exterior y la comercialización.

La información conjuntada se ordenó, clasificó y se procesó por medio de una hoja de cálculo electrónica (Excel), misma que permitió la estimación de los coeficientes estadísticos e indicadores de interés; así como en la posterior relación y análisis de las variables estudiadas.

La otra parte de la información se obtuvo de forma directa por medio de trabajo de campo mediante entrevistas a informantes clave ubicados en el sector público y privado relacionado con la producción y el comercio exterior de los productos que en Yucatán se exportan. Para la recolección de información, se aplicó como instrumento de captura unas guías de entrevista las cuales cuestionaron sobre puntos importantes relacionados con la competitividad internacional y el comercio exterior del producto de interés lo que ayudó a contar con referentes cualitativos adicionales que permitieron ampliar la evaluación sobre la situación del mercado de este cárnico. La

⁴ Hernández S. 1991

información obtenida por esta vía se ordenó, clasificó y procesó en una hoja de cálculo electrónica, (Excel) misma que permitió según el caso, la estimación de los indicadores matemáticos de comportamiento de interés para la investigación (porcentajes, medias, etc.).

El análisis de resultados se fundamentó en los principios y leyes económicas relacionados con el análisis de mercado proporcionados por la teoría microeconómica y la economía agrícola, así como los relacionados con el análisis de la comercialización de productos, y para ello se midieron y analizaron los factores asociados al consumo, producción, el comercio internacional y la comercialización del producto en estudio, siendo los indicadores medidos: el consumo nacional y estatal aparente de carne de cerdo, la producción nacional y estatal del mismo, los volúmenes y valores de exportación e importación en los mercados internacionales de este cárnico y el proceso de su comercialización (agentes y canales).

3.- ANÁLISIS DE RESULTADOS

La producción de carne de cerdo es una de las actividades pecuarias más importantes del estado de Yucatán, esta se comercializa generalmente en fresco para consumo directo o como materia prima del proceso industrial; sin embargo, la demanda por carnes de alta calidad o en presentaciones procesadas como jamones, embutidos y otros derivados de este cárnico excede a la oferta actual de los productores, procesadores e industriales estatales.

La comercialización de carne de cerdo de la entidad hacia el mundo se ha incrementado en el pasado reciente, principalmente a partir del año 1997; cuando da inicio la exportación de la carne de cerdo producida, en el estado, por parte de la empresa denominada Grupo Porcícola Mexicano.

Se puede hablar de que existe un subsector porcícola estatal próspero, en el sentido de lo que se vende de este producto como México en su conjunto y no sólo como Yucatán⁵, desde el año 1997, cuando ingresa el país al mercado

⁵ Información proporcionada por Lic. Renato Haro Arenas, encargado de área de Análisis de Mercados (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación).

de exportación de carne de cerdo en el mercado mundial. La competencia en el mercado externo del producto porcino mexicano tiene dos aristas: si se habla de que esta competitividad se da por la productividad de la actividad porcícola del país, se puede afirmar que si se es competitivo. Y si se habla particularmente de Yucatán, lo anterior se refuerza aun más porque el Estado es considerado limpio en materia de sanidad porcina, con un nivel fitosanitario alto, donde se produce igual o al mismo nivel que en los Estados Unidos de Norteamérica, y porque se tiene abarcado parte del importante mercado asiático de este producto; las exportaciones actuales se dirigen principalmente hacia Japón y Corea. Sin embargo, si la competitividad se da por el nivel de los costos de producción de la actividad, México no es competitivo en este mercado, ya que se tiene que pagar de entre un 40% a un 50% por encima del precio internacional de todos los insumos que se utilizan, estos representan junto con todos los granos forrajeros el 70% del costo total de producción, mientras que en otros países sólo el transportarlo⁶ representa entre un 40% y un 50% de este costo.

En lo que respecta a las principales **ventajas** con que ha contado el sector porcícola estatal en los últimos años en materia de competitividad, las más importantes se puede decir que son: el ser una zona clasificada como libre de enfermedades relacionadas con los porcinos, dada la reglamentación TIF, permitiendo con esto un fácil acceso a los mercados tanto nacionales como internacionales⁷; el ser técnicamente productivos en forma total, ya que se sabe realizar el trabajo de cortes especializados, de alto valor agregado, los cuales se venden al mercado exterior (esto implica que se exporta, además de la carne, mano de obra calificada al respecto); otra ventaja es el gran impulso regional y estatal de esta actividad de los últimos diez años; y por último, la inversión económica realizada por el Gobierno hacia el desarrollo de mega proyectos porcícolas.

En cuanto a **Desventajas**, en el nivel internacional se puede mencionar en primer término la gran dependencia de los productores locales en términos de

⁶ Información proporcionada por MVZ Carlos Ramayo Navarrete (Presidente de la Asociación de Porcicultores del Estado de Yucatán).

⁷ Información proporcionada por MVZ Carlos Ramayo Navarrete (Presidente de la Asociación de Porcicultores del Estado de Yucatán) y Lic. Renato Haro Arenas, encargado de área de Análisis de Mercados, (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación).

importación de insumos, principalmente en materia de granos, que es un factor importante en el mercado nacional pues los costos de los mismos y de los insumos principales de esta actividad representan el 70 % del total de estos como se indicó anteriormente. Otra desventaja, está en el mercado nacional, es el bajo margen de ganancia que tienen los productores porcícolas mexicanos quienes se enfrentan con el enorme problema de las grandes economías industrializadas que subsidian a los productores de su subsector porcícola; los productores en estos países que tienen excedentes de producción o que no llegan a los volúmenes de producción solicitadas por sus economías, reciben un subsidio el cual por lo general se ve reflejado en los ingresos y préstamos que estos reciben, a tasas de intereses preferenciales, que en el caso de los porcicultores nacionales no existen⁸. Y la desventaja final es que sólo existe una empresa en el estado que se dedica a exportar este cárnico actualmente y que cuenta con las instalaciones adecuadas para hacerlo.

Países y Estados competidores.- En lo que se refiere a la esfera internacional, la producción comercial de carne de cerdo, no obstante que está actualmente dominada por China (representó el 50% de la producción mundial en el año 2005), se ha ampliado a otros países y regiones del mundo. Así se tiene que en el continente americano destaca la participación creciente de los Estados Unidos, Brasil, Canadá y Chile en este mercado mundial; en tanto que fuera de este continente destaca la de Dinamarca, país que posee el primer lugar en términos de competitividad en este mercado (de acuerdo a sus indicadores de Transabilidad y de Especialización). Asimismo, otros países, como, Francia, Polonia, Países Bajos, Viet Nam, España, Brasil, Austria, Hungría, Bélgica, Tailandia, Indonesia, entre otros, ya han incursionado también en la producción de este cárnico. Este creciente número de países productores incrementa la competencia en el mercado mundial de esta carne y obliga en consecuencia a los integrantes de las cadenas productivas porcinas a la generación de mayores y mejores elementos de competitividad. México ocupó en el año 2005 el décimo quinto lugar, con una participación en el total mundial del 1.08%.

⁸ Información proporcionada por MVZ Carlos Ramayo Navarrete (Presidente de la Asociación de Porcicultores del Estado de Yucatán) y MVZ. Alfredo Collin, encargado de sanidad zoonosanitaria, (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación).

La producción y el comercio mundiales de carne porcina presentaron en lo general buena perspectiva, debido a que crecieron sensiblemente en los últimos diez años frente al retroceso protagonizado por las otras carnes que se consumen en el mundo, afectadas por fuertes problemas sanitarios. Los grandes impactos que ocasionaron en el comercio mundial de carnes de aves y bovinos la aparición de la Encefalopatía Espongiforma Bovina o "Mal de la vaca loca" (BSE) y de la influenza aviar (IA), afectaron fuertemente la producción de estos cárnicos en los últimos cinco años; sin embargo, favorecieron fuertemente la producción porcina, cuyo crecimiento global fue de 2.041 % en el año 2004 y de 2.031% en 2005⁹.

De 1995 al 2005 la carne de cerdo en México fue producida principalmente en los estados de Jalisco, Sonora, Guanajuato y Yucatán, según orden de importancia. Sin embargo, en el año 2005, se registraron cambios significativos en la geografía de la producción porcícola mexicana, llamando la atención el estado de Sonora el cual se ubicó por primera vez como la entidad con mayor producción de carne de porcino, desplazando a Jalisco que históricamente había sido el principal productor. El crecimiento de la producción en el estado de Sonora se sustentó básicamente en el incremento de los procesos de exportación, el acceso apropiado a insumos productivos, y en una condición zoonosanitaria adecuada; disminuyendo de esta forma, los gastos en tratamientos preventivos como curativos, además de menores pérdidas de productividad; permitiendo con ello el libre tránsito de su producción dentro del mercado interno y el acceso a la exportación. A lo anterior hay que sumarle la presencia de grupos empresariales de porcicultores integrados verticalmente, quienes también jugaron un papel importante en el desarrollo de esta actividad en este estado, manifestando por ello una tasa de crecimiento anual en los últimos años del 2.1%.

Un contexto similar se observó en el caso de Yucatán, cuyo subsector porcícola creció a una tasa media mayor a la de Sonora en el mismo periodo, de 2.61%, situándose con ello como la cuarta entidad con mayor producción de esta carne en México en el 2005. De los elementos mencionados, en el caso de Yucatán la única diferencia con respecto a Sonora, es el abasto de insumos,

⁹ Alvarado Yah, Samuel, et al. El mercado internacional y nacional de la carne de cerdo 1995-2005. 2008.

el cual se circunscribe a granos de importación pero a precios muy accesibles, debido a la cercanía de la zona al punto de desembarco y su proximidad a los puertos norteamericanos.

Por su parte, el estado de Jalisco se mantiene como la entidad porcícola del Altiplano mexicano, en torno a la cual se desarrolla gran parte de la porcicultura de los estados del Centro Occidente del país, con un incremento anual modesto de 1.39%. Esta entidad mantiene su participación dentro de la producción porcícola nacional en 19.1%, superando a su más cercano perseguidor que es Guanajuato. En Jalisco el crecimiento de productores y grupos de productores registra una tendencia a la integración vertical, la cual dista aun de la alcanzada en Sonora y Yucatán. Por otra parte, enfrenta desventajas en términos de una fuerte competencia por el acceso a granos forrajeros de producción en la zona y una cierta lejanía de puntos de ingreso de granos de importación, que los encarece. Aunado a lo anterior, aunque en el 2006 se declaró junto con otras entidades del Centro-occidente del país como libre de la fiebre porcina clásica, existen otros padecimientos que influyen en su productividad e implican la elevación de sus costos de producción y limitaciones en la comercialización de sus productos hacia el exterior. Por último, al igual que Guanajuato, esta es una entidad donde el efecto nocivo de las importaciones de productos porcinos a precios discriminados ha causado mayor afectación, motivando el retiro de pequeños y medianos productores de la actividad siendo cubiertos por los grandes productores y grupos de productores antes señalados¹⁰.

En lo referente a los canales de comercialización y distribución de carne y preparados de carne de porcinos en el mercado de México, se pueden resaltar como los principales medios de distribución, los que a continuación se enlistan:

MAYORISTAS. Tales como:

1) Introdutores.- Estos se enfocan a adquirir productos de pequeños productores, adquiriendo de esta manera grandes volúmenes de mercancía, y posteriormente revendiendo a procesadores, mayoristas o al mercado final.

¹⁰ Claridades Agropecuarias, Situación Actual y Perspectivas de la Producción de Carne de Porcino en México 2006.

2) De productos específicos.- Son personas o empresas que se especializan en el manejo de un sólo producto o sector. Generalmente sus operaciones son a nivel regional.

3) Centro de Abastos: La VIGA es el Mercado General de abastos de carnes de México, compra más de 45% de los productos que se importan al país. Otros Centros de Abasto importantes son el de Guadalajara y Monterrey y en menor medida Veracruz.

MINORISTAS. Principalmente:

1) Detallistas Organizados.- En México existen cuatro grandes cadenas de autoservicio: Wal-Mart-Gigante, Soriana, Chedraui y Comercial Mexicana.

2) Otras cadenas foráneas que han encontrado oportunidades en el mercado mexicano son:

- HEB, cadena de los Estados Unidos de América que ha ganado mercado en el Norte de la República Mexicana y se complementa en el Estado de Texas.
- Clubes.- Este concepto de tiendas desde el año de 1991 se instalaron en las principales ciudades de la República Mexicana. El enfoque que estos clubes han tenido es a la clase social de ingresos altos, los cuales han demandado el poder adquirir productos de importación, y al mismo tiempo poder adquirirlos en grandes volúmenes y con sistemas de descuentos y acumulación de puntos ante las compras rotativas. Los dos más importantes son Costco y SAM's Club que representan en México, según informe de Nielsen, el 28% de las ventas de Autoservicios, predominan fuertemente en el Distrito Federal y en la mayoría de los Estados del país.
- RESTAURANTES y HOTELES.- Los Hoteles y restaurantes del país por lo general realizan sus propias importaciones de carne de porcino, si el volumen de compra les permite realizar estas operaciones. A esto mucho contribuye el que México sea la tercera potencia gastronómica del Mundo y quinta plaza Hotelera, este Mercado mueve actualmente sobre los USD\$ 14.5 mil millones en alimentos. Entre las cadenas hoteleras que por su tamaño y economías de escala pueden importar directamente

esta carne, destacan el Grupo Posadas, El Favorita, la Cadena Camino Real, los Starwood Hotels, entre otros¹¹.

Comportamiento de la Producción Estatal.- En Yucatán la producción de carne porcina, en el periodo 1995-2005, presentó una tasa media de crecimiento del 3.25 %, alcanzando en el año 2005 las 95,933 toneladas y representando con ello en ese año el 8.82 % de la producción nacional de este producto (Cuadro 1); tal crecimiento obedeció fundamentalmente a factores de elevación de la productividad estatal, resultante de las inversiones realizadas en incorporación de tecnología y mejora genética en las granjas productoras, así como en la modernización de la infraestructura y equipamiento de esta actividad, basados principalmente en el dinamismo impuesto por los tres megaproyectos porcícolas creados en ese periodo en la entidad (los de UNIVASA, Grupo Agroindustrias de Yucatán A.R.I.C. y el del empresario Loret de Mola).

Cuadro 1
Producción Estatal de Carne de Cerdo (toneladas)

Años	Producción	Producción Nacional
1995	70,524	921,576
1996	71,624	910,290
1997	71,890	939,245
1998	76,672	960,689
1999	83,307	994,186
2000	83,052	1,029,955
2001	87,188	1,057,843
2002	87,003	1,070,245
2003	81,149	1,035,310
2004	89,930	1,058,203
2005	95,933	1,087,817

Fuente: SIACON, SAGARPA 2007

Cifras oficiales más recientes señalan que en 2006 se comercializó en el estado 8,148.74 toneladas de carne de cerdo para consumo en fresco y para

¹¹ <http://www.sian.info.ve/porcinos/eventos/expoferia/jorge.htm>

proceso industrial lo cual significo en términos de volumen de ventas un monto de aproximadamente 37'073,072.59 millones de pesos para la entidad.

Por otra parte, dentro de la producción nacional de esta carne, Yucatán ha representado durante el periodo señalado, en promedio, una contribución del 8.91 % de este total (Cuadro 2), ya que pasó de aportar 70,524 toneladas en el año de 1995 (el total nacional fue de 921,576 toneladas) a una contribución de 95,933 toneladas en el 2005, una diferencia de 25,409 toneladas.

Cuadro 2
Tasas de Crecimiento Anual Estatal y porcentajes en la producción Nacional

Años	Tasa de crecimiento Anual	Porcentaje Nacional
1995	-	7.65%
1996	1.56%	7.87%
1997	0.37%	7.65%
1998	6.65%	7.98%
1999	8.65%	8.38%
2000	-0.31%	8.06%
2001	4.98%	8.24%
2002	-0.21%	8.13%
2003	-6.73%	7.84%
2004	10.82%	8.50%
2005	6.68%	8.82%
Promedio crecimiento /Porcentaje	3.25%	8.91%

Fuente: Elaborado por autor con datos de SIACON, SAGARPA 2007

En general su contribución al total nacional ha ido en aumento, pasó de 7.65 % en 1995 a 8.82 % en 2005, aunque con una tendencia irregular en su comportamiento hasta el año 2003, registrando en los dos últimos una tendencia creciente constante pero con un carácter descendente.

Principales mercados y sus características.- Los principales países hacia donde se exporta en la actualidad la carne de cerdo de Yucatán vía México son: Japón y Corea, ambos países ubicados en Asia. Esta penetración

de México hacia Asia se debió por una parte por la prohibición japonesa para importar carne de cerdo procedente de Taiwán en el año de 1997, en tanto que por el lado de Corea del Sur, esta incursión se inició en el año 2000, debido a la baja en el precio de la carne de cerdo en su mercado doméstico, ocasionado a su vez por la presencia de la enfermedad denominada fiebre aftosa en su hato porcino (FMD, por sus siglas en inglés).

Dos características describen el sistema alimentario japonés: la primera se refiere al hecho que la dieta se está occidentalizando y diversificando y, la segunda, tiene que ver con la preferencia de los consumidores por alimentos frescos, de buen aspecto y cuidadosamente empacados; factor que ante la baja oferta doméstica, hacen que los productos sean relativamente caros.

Japón importa una amplia gama de productos de todo el mundo, de los cuales cerca del 11% son alimentos, lo que hace de Japón el primer país importador de alimentos del mundo. Cifras oficiales al respecto indican que actualmente el 60% de los alimentos consumidos en este país son importados, lo que en otras palabras significa que este sólo posee lo que se ha denominado autosuficiencia calórica del 40%, estando por lo tanto en la lista de la OECD de los países con más baja autosuficiencia en alimentos. Las principales categorías de sus productos alimenticios importados son, en orden de importancia:

1. Pescado y mariscos 26.9 %
2. Carne 18.3 %
3. Frutas y vegetales 12.6 %
4. Granos 11 %¹²

Por otra parte, el acelerado envejecimiento de la población japonesa ha fortalecido la demanda por productos tradicionales de alta calidad y ha incrementado el consumo de alimentos funcionales (de fácil preparación, casi listos para consumir). También hay que tomar en cuenta que Japón es un mercado muy atractivo dado que representa la segunda economía mundial después de Estados Unidos, y es un mercado que tiene un gran interés por los productos extranjeros y cuenta con una capacidad adquisitiva muy alta. Por

¹² www.colombiaembassy.org

lo tanto, los consumidores japoneses buscan cada vez más productos de gran calidad y en concordancia con ello están dispuestos a pagar precios muy altos por la misma.

Respecto a la importancia primordial que los japoneses conceden a la calidad, tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda, ésta es entendida no sólo como la calidad intrínseca del producto, sino como un conjunto que incluye además los servicios que lo rodean. Esto significa que la calidad para los japoneses implica dos conceptos:

Cero defectos: el índice de defectos debe ser del 0 % en todas las etapas de la fabricación. Si la fabricación de un producto comprende 10 etapas y en cada una de ellas hay un índice de error del 1 %, el índice de error del producto final será de alrededor del 10 %. De ahí que no pueda tolerarse ningún defecto. Este principio no sólo se refiere al producto final, sino también al embalaje, al etiquetado y en general, a la presentación del producto.

Cero existencias y cero demoras: Este segundo concepto tiene que ver con el principio de gestión *Just in Time*, muy extendido en Japón¹³. Para reducir al mínimo las existencias en todas las etapas de la producción y la distribución, las entregas se producen precisamente en el momento en que los bienes entregados van a ser utilizados por la empresa que los recibe. Este sistema implica una estrecha colaboración entre la empresa, sus clientes y sus proveedores, y hace necesaria una gran flexibilidad en la producción.

Resulta importante señalar que la tendencia en Japón hacia el consumo de productos cárnicos en forma de plato único y la mayor preocupación de los japoneses en los últimos años por la salud, han puesto de moda los productos bajos en grasas y en sal. Por ello, muchos productos contienen grandes cantidades de ácido glutámico para producir el sabor tradicionalmente preferido por los japoneses y bastantes productos incorporan grandes cantidades de agua, aditivos y otros, lo que además mantiene bajos los precios¹⁴.

¹³ Los métodos de control de calidad están muy extendidos entre las empresas japonesas y de entre estos, el respeto de los plazos de entrega (que para los japoneses forma parte de la calidad de un producto) es imperativo para toda empresa que exporte a Japón.

¹⁴ <http://www.icex.esicex/html>

Japón se caracteriza también por lo que podría calificarse como una idiosincrasia proteccionista, es decir un conjunto de circunstancias económicas, comerciales, sociales e incluso culturales, que van más allá de las puras medidas proteccionistas de carácter arancelario y administrativo, pero que tiene el mismo efecto de favorecer a los productos nacionales.

No obstante los dos últimos puntos señalados, los japoneses se encuentran hoy en día entre los mayores consumidores de carne de cerdo del mundo. El sector de la carne de porcino, en Japón presenta una gran competencia, no sólo por los productos extranjeros, que ya están establecidos y son bastante demandados, sino por los propios fabricantes japoneses que gracias a las salvaguardias arancelarias, pueden ofrecer sus productos a más bajo precio.

Por otra parte, las importaciones de carne de porcino en Japón están directamente influenciadas por una complicada relación entre la demanda doméstica (tanto para uso doméstico e industrial como para la industria procesadora de carne), la producción nacional, las relaciones entre precios de importación y precios de producción y, la revalorización del yen. Por ello, las importaciones de carne de porcino se mantienen muy fuertes y continúan creciendo año tras año desde 1997 a buen ritmo. Adicionalmente, la disponibilidad de carne importada a precios asequibles, la comparación entre lo que compran en Japón y lo que compran en el extranjero¹⁵, y la relativización de la tradicional preferencia por el consumo de sus productos nacionales, son otros elementos que han alterado además el hábito de consumo de los japoneses hacia este cárnico.

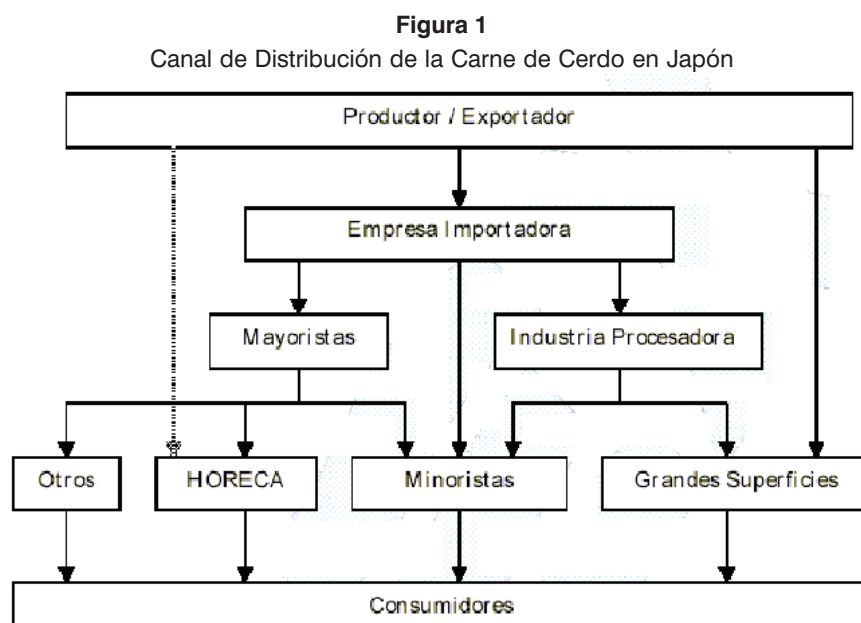
Los proveedores relevantes de carne de cerdo en el mercado japonés provienen de trece países, entre los tres principales se encuentran Estados Unidos, Dinamarca y Canadá, quienes concentran el 78.83% del mercado de proveedores externos hacia este país¹⁶.

Aproximadamente el 50% de las importaciones de carne de porcino están destinadas a la industria procesadora de cárnicos japonesa. En la práctica la totalidad de esta carne corresponde a cortes específicos como lomo, costillares,

¹⁵ Existe un gran número de importadores que comercializan productos extranjeros mientras que los consumidores están cada vez más interesados en este tipo de productos en la búsqueda de un cierto carácter diferenciador.

¹⁶ <http://www.portalcomexccs.cl/pdf>

etc., que generalmente es importada a través de compañías de trading a las empresas fabricantes de salchichas, jamones, etc. Sin embargo, la otra mitad de las importaciones porcinas sigue un recorrido un poco más complejo hasta que finalmente alcanza su destino en la mesa del consumidor. Este consiste en que por un lado, el porcino fresco y congelado es vendido directamente a grandes superficies comerciales y al sector hostelero (Horeca), y por otro, a través de empresas importadoras se distribuye hacia mayoristas y de ahí entre minoristas, tiendas especializadas y carnicerías. Por lo tanto, el esquema de la distribución de las importaciones de carne de porcino a Japón, queda resumido a través de la siguiente figura:



Fuente: <http://www.icex.es/icex/cda/html>

En lo que respecta a las cifras de la distribución referidas a este otro 50%, los analistas indican de manera aproximada, que más de dos terceras partes de estas importaciones se consumen a través del sector hostelero, carnicerías y otros comercios similares de venta de carne. Mientras que el tercio restante se comercializa en grandes superficies y tiendas especializadas¹⁷.

¹⁷ <http://www.icex.esicex/cda/.html>

Corea del sur por su parte, se caracteriza por ser un país que se ha venido perfilando como un mercado de gran interés comercial. Tiene una población de 48,422,644 millones de habitantes, y es el séptimo consumidor mundial de carne de cerdo, con una media de consumo en torno a los 18 kilogramos por persona al año. Su industria porcina ha venido teniendo un proceso de plena reestructuración, tendiendo hacia la profesionalización de sus instalaciones. Sin embargo, a pesar de todo esto su producción interna resulta insuficiente y aproximadamente un 20% de la demanda interna, se nutre principalmente de las importaciones que realiza de diversos países, entre ellos México.

En materia de comercio, principalmente Corea del Sur se caracteriza por imponer fuertes barreras comerciales a los productos agroalimentarios en general. Esto es especialmente relevante en el sector de los cárnicos ya que a la política proteccionista del gobierno se le unen las diversas enfermedades y epidemias cárnicas que padece. Estas condiciones dieron como resultado que el Gobierno coreano actualmente argumente razones de tipo fitosanitario para proceder a la apertura de su mercado, y sólo autorizara las importaciones caso por caso y tras largas negociaciones, de tal manera que sólo las empresas pertinentemente homologadas de aquellos países que hayan firmado un acuerdo bilateral con Corea del Sur, se encuentran autorizadas para exportar carne a este país. En la actualidad sólo son 19 los países autorizados para exportar carne de cerdo a Corea del Sur, entre los que se encuentran de manera sobresaliente México y Estados Unidos, completan esta lista Canadá, Japón, Nueva Zelanda, Australia, Chile, Suecia, Dinamarca, Finlandia, Polonia, Hungría, Gran Bretaña, Austria, España, Francia, Holanda, Bélgica e Irlanda¹⁸.

Comportamiento de las exportaciones de carne de cerdo del estado de Yucatán.- México es un exportador importante de carne de cerdo en el contexto mundial, al retener una parte del mercado de Asia, principalmente de Japón; por lo que intrínsecamente el estado de Yucatán también lo es, ya que en la actualidad esta entidad conjuntamente con los estados del norte de Sonora y Chihuahua, forman parte de la porción de la planta productiva nacional porcina que exporta hacia el extranjero. Adicionalmente, en México, únicamente estos tres estados son los que cuentan con autorización por parte del gobierno japonés para exportar carne de porcino desde el 1 de octubre del 2000.

¹⁸ <http://www.icex.es/icex/cda/controller/pageICEX>

Actualmente, el estado de Yucatán tiene una ventaja en cuanto a las exportaciones de esta carne, en comparación con los otros dos estados mencionados, debido al tipo de mano de obra que tiene (altamente calificada) y por el tipo de producto que exporta hacia los países asiáticos (cortes especializados)¹⁹. Sin embargo, existen oportunidades para el estado de Jalisco, si logra resolver sus problemas zoonosanitarios pendientes, y para el de Sinaloa, si logra reconvertirse hacia la actividad ganadera, de mejorar su posición de mercado en relación con Yucatán, en virtud de que ambos estados tienen un potencial de exportación importante, pues se encuentran en la puerta de salida hacia el Oriente.

No obstante lo anterior, las exportaciones de carne de cerdo del estado desde el año de 1997, en lo general se han caracterizado por presentar una tendencia creciente. Presentó una tendencia de crecimiento constante a partir de año 2003, año en que se exportaron 6,116 toneladas de este producto, y alcanzando Yucatán en el año 2005 su máximo nivel, ya que en ese año aportó a la exportación nacional 8,904 toneladas de carne de cerdo, representando en términos de volumen de ventas un ingreso de aproximadamente 29 millones de pesos para el estado²⁰.

De acuerdo al cuadro 3 se puede apreciar que el mercado de Japón representa desde el año de 1997 el principal destino de las exportaciones yucatecas de este cárnico. La única empresa que exporta al extranjero en la entidad es el Grupo Porcícola Mexicano, el cual comercializa principalmente piernas, carne congelada y lomos. También se puede observar en el mismo cuadro que en el pasado parte de las exportaciones de esta carne se dirigieron a Cuba, solamente los años de 1997 y 1998 con un porcentaje de participación del 40.04% y 10.53% respectivamente, y que actualmente Corea es el segundo destino de importancia de la carne de cerdo en el mercado de exportación estatal, en 2004 participó con el 1.83% del total exportado en ese año y en el 2005 con el 3.93%.

¹⁹ Información proporcionada por Lic. Violeta Solórzano, representante de Bancomext en Yucatán y M.V.Z. Alfredo Collin, encargado de sanidad zoonosanitaria de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación.

²⁰ Información proporcionada por M.V.Z. Alfredo Collin, encargado de sanidad zoonosanitaria de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación.

Cuadro 3

Exportación de Carne de Cerdo de Yucatán en el Periodo de 1997 a 2005

Periodo	Volumen de Exportación	%	Destino de las exportaciones
	Ton		
1997	1,134	40.04	Cuba
	1,698	59.96	Japón
Total	2,832		
1998	537	10.53	Cuba
	4,561	89.47	Japón
Total	5098		
1999	3,944	100	Japón
2000	4,287	100	Japón
2001	7,986	100	Japón
2002	5,356	100	Japón
2003	6,116	100	Japón
2004	120	1.83	Corea
	6,420	98.17	Japón
Total	6540		
2005	350	3.93	Corea
	8,554	96.07	Japón
Total	8,904		
Total General	51,063		

Fuente: SAGARPA 2007

Por lo tanto, el mercado japonés ha representado para el estado de Yucatán una importante oportunidad de negocio, pues Japón importa anualmente el orden de \$6,727 millones de dólares en carnes de todo tipo. De las cuales a la de cerdo le corresponde un 55.83 % (\$3,756 millones de dólares)²¹.

²¹ www.prochile.cl/newsletters/asia_2003/japon_carne_cerdo.php

Por otra parte, el comercio de exportación que se tiene con Japón de carne de cerdo, se ha llevado a cabo en el país desde hace 25 años, sólo que en el presente, con el acuerdo económico firmado hace dos años, se han dado algunos cambios en las relaciones comerciales, siendo la más importante el que Japón emite un *getprice* (precio de entrada) de acuerdo al cual México, en la actualidad, no puede mandar sólo cortes caros de esta carne debido a que se paga un arancel en Japón, y tampoco puede vender sólo cortes baratos, porque también se sufre de un arancel, luego entonces se tiene que mandar el producto estatal a un precio medio de entrada mínimo para poder ser competitivo.

Cabe mencionar que Yucatán también provee de carne de cerdo a varios estados en el nivel nacional destacando principalmente los de: Aguascalientes, Baja California, Campeche, Chiapas, Chihuahua, DF, Guanajuato, Hidalgo, Jalisco, Estado de México, Michoacán, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo, Sinaloa, Tabasco, Tamaulipas, Tlaxcala y Veracruz²²

Comportamiento del consumo de carne de cerdo importada en el estado de Yucatán de 1995 al 2005.- El aumento del consumo de carne de cerdo importada en el estado de Yucatán ha afectado mucho al mercado estatal de este producto, debido a que ha mermado la producción del hato porcino local y consecuentemente el nivel de consumo de la producción interna²³. A tal grado ha sido el impacto de este fenómeno (las cifras oficiales indican que año con año la importación de carne de cerdo en el estado ha crecido), que en la actualidad a los porcicultores estatales les resulta difícil vender sus cerdos y aun más al precio justo; debido a esta situación el intermediario en los canales comerciales de esta carne se aprovecha para pagar un precio menor del que se debiese.

A manera de contraste, en el caso de los productores norteamericanos, estos de un cerdo recuperan el 100% del costo del mismo, con la venta del filete, del entre-cort, el bag-reid y el lomo, que son los cortes que más se consumen en los países desarrollados; en tanto que el otro porcentaje del cerdo que representa la pierna, la espaldilla, el cuero, la grasa y las vísceras, lo exportan hacia a los países tercermundistas manejándolo como un valor residual.

²² Lady Diana Sierra May (Tesis): Análisis de Precios y Márgenes de Comercialización de la Carne de Cerdo en el Estado de Yucatán 1990-2003.

²³ Información proporcionada por Lic. Violeta Solórzano, representante de Bancomext en Yucatán.

Por otro lado, se puede decir que el comportamiento del mercado mundial de la carne de cerdo ha repercutido en las importaciones de este producto, no sólo en el estado sino que a nivel general en todo el país; las importaciones a este respecto han crecido desde 1994, año en que se firma el Tratado de Libre Comercio con Norteamérica (TLC), y al día de hoy representan un 2.88% de la carne que se consume en el país. Ante esta situación los porcicultores nacionales y estatales han estado pidiendo que se cierren las fronteras a las importaciones norteamericanas de esta carne, dado que dañan su bienestar, además de que gran parte de la carne de este tipo que ingresa al país se hace de manera ilegal²⁴.

Existen en lo particular cierto tipo de cortes preferenciales del cerdo que entran al mercado estatal (viseras y partes que pudieran ser sobrantes como las pezuñas y orejas), pero esto no significa que sea algo muy impactante en la economía del estado, debido más que nada a las características de los consumidores locales, quienes básicamente prefieren consumir las partes blandas del cerdo (como el lomo y el muslo), además de otras partes muy específicas como las costillas y la piel.²⁵

Estas importaciones crecientes se han estado afrontando de alguna manera, mediante la capacitación técnico-productiva y administrativa-financiera de los productores porcícolas estatales, y el resultado ha sido que estos productores sean considerados de primer nivel (en términos de sanidad porcina, con un nivel fitosanitario alto, etc.) y que estén a la altura de cualquier productor del mundo, lo cual le permite dar al producto yucateco una condición técnico-productiva más favorable ante este contexto mundial.

Infraestructura y dinámica del comercio estatal de la carne de cerdo del estado de Yucatán.- El desarrollo de mega proyectos porcícolas en el estado, dio como resultado que dos empresas importantes se unieran (UNIVASA y Grupo Agroindustrias de Yucatán A.R.I.C); quedando conformadas como sólo una, bajo el nombre de Agroindustrias Sumibag, actualmente denominada Grupo Porcícola Mexicano (GPM).

²⁴ Información proporcionada por MVZ Carlos Ramayo Navarrete, Presidente de la Asociación de Porcicultores del Estado de Yucatán.

²⁵ Información proporcionada por Lic. Renato Haro Arenas, encargado de área de Análisis de Mercados, Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación.

Este grupo, clasificado como empresa privada, es el más grande en el estado y es la única que cuenta con rastro Tipo Inspección Federal (TIF), con capacidad de procesamiento de 2,100 animales al día, contando además con una infraestructura complementaria que facilita el acopio, proceso y distribución de su propia producción, así como también la que proviene de otras granjas porcícolas. Esta empresa posee 30,000 vientres aproximadamente y de ahí su importancia en la producción de carne de cerdo en Yucatán, por su generación de volumen de carne²⁶.

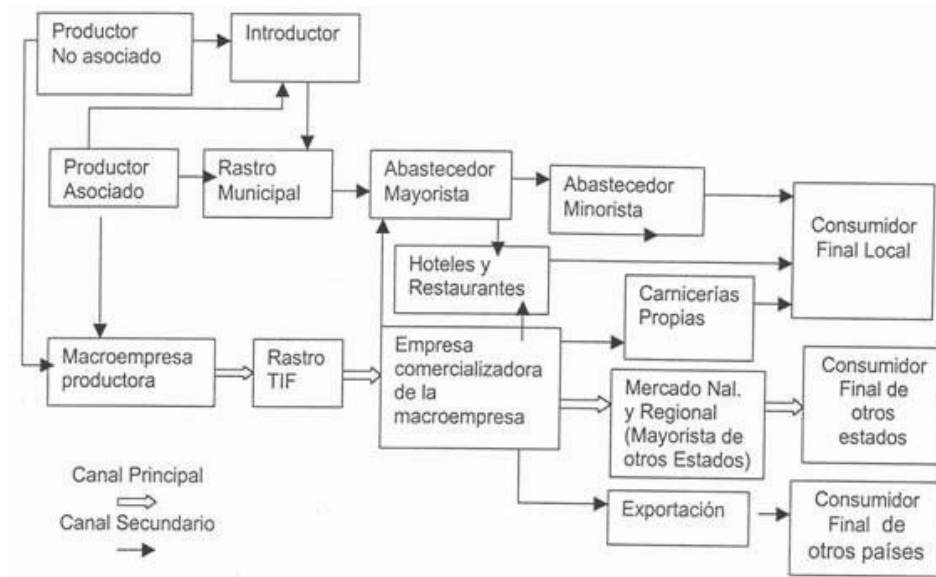
En cuanto a su infraestructura, el GPM logró crecer en la entidad con base en granjas porcícolas de gran tecnología para proceso de carne destinada a ser exportada mediante su rastro TIF, además de que a partir de esto, construyeron plantas de alimentos específicas para abastecer la demanda que tiene la empresa en cuanto a insumos alimenticios²⁷. Además de lograr ganancias por la venta de su producción, esta empresa obtiene ingresos adicionales por el cobro de una cuota por maquilar cerdo en su rastro, así como también por la renta de su infraestructura.

Por ser la única empresa en el estado que posee un rastro TIF, ha abarcado mayor número de mercados, constituyéndose en el punto de partida del canal comercial principal de este cárnico en el estado y distribuyendo tanto a nivel nacional y regional (principalmente), como a nivel internacional (exportación de carne de cerdo) y local (Figura 2).

²⁶ Lady Diana Sierra May (Tesis): Análisis de Precios y Márgenes de Comercialización de la Carne de Cerdo en el Estado de Yucatán 1990-2003.

²⁷ Información proporcionada por Lic. Renato Haro Arenas, encargado de área de Análisis de Mercados, Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación.

Figura 2
Canales de Comercialización del Estado de Yucatán



Fuente: Sierra, Lady Diana (2004)

Desde el punto de vista del canal de comercialización principal, la distribución de la carne de cerdo sigue tres destinos a saber en Yucatán:

El Consumidor Final Local

- Partiendo desde la Macroempresa productora, de ahí el producto pasa al Rastro TIF para seguidamente proceder a la Empresa Comercializadora de la Macroempresa, después pasar al Abastecedor Mayorista, posteriormente al Abastecedor Minorista y de ahí finalmente canalizar la carne al consumidor local.
- Una segunda variante de este canal es el que de la Macroempresa productora pasa al Rastro TIF, seguidamente a la Empresa Comercializadora de la Macroempresa, después a los Hoteles y Restaurantes para por último llegar al Consumidor Final Local.
- Una tercera variante que parte de esta Macroempresa es la que de ahí pasa al Rastro TIF, seguidamente a la Empresa Comercializadora de la

Macroempresa después a las Carnicerías Propias de esta para finalmente llegar al Consumidor Final Local.

El Consumidor Final de Otros Estados

- Partiendo desde la Macroempresa productora, de ahí el producto se canaliza al Rastro TIF, seguidamente a la Empresa Comercializadora de la Macroempresa posteriormente al Mercado Nacional y Regional (Mayorista de Otros Estados) y finalmente al Consumidor Final de Otros Estados.

El Consumidor Final de Otros Países

- Partiendo desde la Macroempresa productora, de ahí se pasa al Rastro TIF, seguidamente a la Empresa Comercializadora de la Macroempresa, posteriormente se canaliza al mercado de Exportación y de ahí se llega al Consumidor Final de Otros Países.

Efectos del comportamiento de los precios internacionales de la carne de cerdo en el Estado.- Como se ha mencionado, los mercados de la carne de porcino tienen un precio internacional y la actividad porcícola mundial se rige por este precio, por ello en la actualidad en el mercado de esta carne se compite más por cuestiones sanitarias y de calidad que por el precio del producto²⁸. Por otra parte, los precios internacionales de la carne de porcino varían ampliamente en el ámbito mundial, fluctúan desde los precios muy altos de los cortes especializados en Japón, hasta los precios bajos de los cortes de bajo costo predominantes en otros mercados, como los de la Federación de Rusia o el de México.

El precio que se ha manejado desde el año de 1990 de esta carne (USD \$2.008) ha presentado un comportamiento irregular, pero en lo general se puede decir que ha ido decreciendo a lo largo de los pasados 17 años, registrando en el año 2005 la cifra de USD \$1.778 por tonelada (Cuadro 4), más que nada debido en cierta medida al aumento de los cortes de bajo precio en la composición del comercio mundial de este cárnico.

²⁸ Información proporcionada por M.V.Z. Alfredo Collin, encargado de sanidad zoonositaria de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación.

Cuadro 4
Precio Internacional de la Carne de Cerdo
Precio Internacional

Año	USD/Ton.
1990	2.008
1991	1.749
1992	1.535
1993	1.513
1994	1.417
1995	1.434
1996	1.673
1997	1.689
1998	1.144
1999	1.083
2000	1.268
2001	1.385
2002	1.054
2003	1.072
2004	1.541
2005	1.778
2006	1.703
2007	1.778

Condición: FOB Omaha - Fuente: JUNAC

Por otra parte, como se puede observar en el cuadro 5, el comportamiento de los Precios Estatales de Exportación de esta carne, prácticamente fueron los mismos que los internacionales, por lo que también se caracterizaron por presentar un comportamiento irregular, pasaron de 1.689 USD. en 1997 a 1.778 USD. en 2007, alcanzando su precio más bajo en el año 2002 (1.054 USD). Estos precios que se manejan a nivel internacional representaron un ingreso adicional para los productores nacionales y estatales, debido a que se aprovechan otras partes del cerdo en la composición de estos cortes de bajo costo que antes no se comercializaban, y por lo tanto de alguna forma han constituido un ingreso de divisas adicional para el estado.

Cuadro 5:
Precio Estatal de Exportación

Año	(Valor de exportación(PICC))/(Vol. de exportación Estatal)
1997	1.689
1998	1.144
1999	1.083
2000	1.268
2001	1.385
2002	1.054
2003	1.072
2004	1.541
2005	1.778
2006	1.703
2007	1.778

Fuente: Elaborado por autor con datos de SAGARPA 2007, JUNAC.

Oportunidades de integración a nichos de mercado de la carne de cerdo de Yucatán.- El tratado de libre comercio que México firmó con la región de Asia, ha permitido al país y a la entidad yucateca hacerse de alguna forma más competitivos en el mercado de esta carne, orientando esta actividad productiva a realizar una filosofía de reducción de costos y buscando nichos de mercado que paguen la calidad de la carne de cerdo en los mercados asiáticos. Sin embargo, los factores económicos y el costo de los insumos no han dejado competir libremente a México, ni a Yucatán, con los Estados Unidos de Norteamérica en este mercado, como tampoco los subsidios que reciben otros países competidores en el mismo, no permitiendo por consiguiente una competencia pareja en términos de comercialización de esta carne.

Por otra parte, el mercado de la carne porcina estatal tiene en este colectivo su principal oportunidad de crecimiento. Y por ello, el facilitar productos que se adapten a las necesidades, costumbres y posibilidades económicas de la población asiática, supondría para los productores estatales el abrir las puertas a un segmento poblacional con un enorme potencial de consumo. Adicionalmente, existen ventajas de tener acuerdos, sobre todo con los países asiáticos, las cuales radican principalmente en: la capacidad de compra de

grandes volúmenes de productos, la determinación de precios que permiten obtener atractivos márgenes de ganancia y en la puntualidad en sus pagos, seriedad en sus tratos y compromisos y sobre todo confiabilidad, ya que los japoneses valoran mucho su honorabilidad.

No obstante lo anterior, coexisten a su vez en la actualidad grandes limitantes en Yucatán para el desarrollo del mercado de esta carne. La primera de estas es que, no obstante que históricamente la dinámica de la producción estatal de carne de cerdo, existente hasta hace cinco a seis años, presentó tasas de crecimiento muy dinámicas (de entre el 8 % y el 10 %), debido principalmente a que la producción estatal se comenzaba a integrar aún más como resultado de los megaproyectos implementados por el sector privado en la década de los 90's (UNIVASA, Grupo Agroindustrias de Yucatán A.R.I.C. y el empresario Loret de Mola); en la actualidad esta tasa de crecimiento ya no es tan fuerte, se habla de una tasa de entre 3% y 4% anual. Por lo tanto, la dinámica de la producción porcícola estatal de las últimas dos décadas, muestra dos vertientes: una de alta producción, donde esta aumentó como consecuencia de una demanda creciente suscitada en los años 90 por lo anteriormente referido, y la otra debido a la nueva demanda de calidad del producto, presentada en los últimos años en base a las demandas de exportación.

Otra de las limitantes a mediano plazo, es la que se refiere a la integración a nuevos nichos de mercado de esta carne por parte de los productores locales. En el caso de Yucatán, esto se reflejara en la infraestructura escasa con la que se contará en la entidad si no toma en cuenta el gran incremento a futuro que se dará en cuanto a exportaciones de este cárnico en el contexto mundial, por ejemplo; si Yucatán quisiera exportar más volumen de producción en este momento de esta carne, tendría que modificar su planta de exportación, ya que ésta si llegase a su tope (10,000 toneladas) con la infraestructura que tiene, claramente sería insuficiente y se tendría que pensar en crear una nueva que le costaría en consecuencia más al estado. Por lo tanto, si esta infraestructura técnico-productiva no se incrementa, la entidad se quedará rezagada ante sus más cercanos rivales en el mercado internacional de este producto²⁹.

²⁹ Información proporcionada por M.V.Z. Alfredo Collin, encargado de sanidad zoosanitaria (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación).

Por último, debe considerarse que para Yucatán si existen oportunidades para agregarse a nichos de mercado en el contexto mundial de esta carne, aunque lo que parece que esta faltando en este contexto para lograrlo es productores que se decidan a hacerlo.

Algunos de estos nichos potenciales lo constituirían, la existencia de un campo todavía no explotado en el mercado nacional de esta carne que es el criar cerdos para producir carne orgánica, es decir, carne proveniente de animales desarrollados sin el uso de alimentos industrializados ni vacunas especiales. Este producto de desarrollarse en la entidad, su elaboración tendría un nicho de mercado doble, pues por un lado estaría el mercado de la carne de zona limpia de enfermedades y por el otro se tendría la oportunidad de incursionar en el mercado de un producto novedoso e inocuo, la carne orgánica. El estado, y por ende el país, podría constituirse en un nicho de mercado muy importante a este respecto, dado que la carne orgánica de cerdo mexicana aumentaría el precio de la misma, debido al cuidado extra que se le tendría que dar al cerdo, creando un mercado exclusivo donde el nivel de adquisición sería especial, pero con ganancias favorables³⁰.

Otra variante de interés a este respecto sería que de cada cerdo que se exporta (la carne), se envíen más partes de cada uno de ellos en las presentaciones que son de mayor interés en el mercado internacional (el filete, el entre-cort, el bag-reid y el lomo). La carne que exporta Yucatán, en su mayoría presenta un proceso de valor agregado, dado que se exporta carne de cerdo bajo distintos procesos de industrialización: como en molido, brochetas, carne congelada, etc.; pero se esta dejando de lado las otras partes del cerdo señaladas (las de mayor valor agregado) que bien podrían destinarse para su aprovechamiento hacia los otros nichos de mercado de importancia (los de Europa y Asia).

Es importante señalar que el logro de estas ideas requerirá de esfuerzos y cambios estructurales, principalmente porque en la industria porcícola de la entidad, que actualmente cuenta con muchos segmentos de productores, la integración productiva y comercial es muy escasa, debido a la idiosincrasia

³⁰ Información proporcionada por Lic. Renato Haro encargado de área de Análisis de Mercados (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación).

del productor estatal de cerdo. Es en parte por esto último, que no se ha podido lograr la integración en el estado de este producto, a pesar de los esfuerzos que han venido realizando en los últimos 15 años los diferentes actores inmersos en esta actividad³¹.

4.- CONCLUSIONES

La producción de carne de cerdo es una actividad importante en el Estado de Yucatán, el volumen de su producción en el periodo 1995-2005 presentó una tasa media de crecimiento del 3.25 % y su comercialización hacia el mundo se ha ido intensificando, a partir del año 1997, cuando se inicia su exportación por parte del Grupo Porcícola Mexicano, alcanzando en el año 2005 las 95,933 toneladas y representando con ello el 8.82 % de la producción nacional de esta carne.

En cuanto al consumo de la carne de cerdo importada en el estado de Yucatán, este aumento en los últimos años trayendo como consecuencia la disminución de la producción del hato porcino local y consecuentemente el del consumo de la producción interna. Debido más que nada a que actualmente a la mayoría de los porcicultores estatales les resulta difícil vender sus cerdos y aun más a un precio justo. Pese a lo anterior, estas importaciones se han estado afrontando de alguna manera mediante la capacitación técnico-productiva y administrativa-financiera de los productores porcícolas estatales.

La infraestructura existente en el estado de Yucatán en materia de producción porcícola, está dada por el Grupo Porcícola Mexicano (GPM), quien posee el único rastro TIF en el estado, con lo que ha abarcado un mayor número de mercados, constituyéndose en el punto de partida del canal comercial principal de este cárnico en el estado de Yucatán; distribuyendo tanto a nivel nacional y regional e internacional (exportación de carne de cerdo), esto último debido a que es la única empresa porcina estatal con capacidad exportadora.

³¹ Información proporcionada por MVZ. Carlos Ramayo Navarrete (Presidente de la Asociación de Porcicultores del Estado de Yucatán).

El tratado de comercio con la región de Asia, ha permitido al país y a la entidad yucateca hacerse más competitivos en el mercado de esta carne, orientando la actividad a realizar una filosofía de reducción de costos y buscando nichos de mercado que paguen la calidad de la carne de cerdo en los mercados asiáticos (carne orgánica y cortes especializados). Sin embargo, existen limitantes importantes como la baja dinámica actual de la producción estatal y la infraestructura escasa con la que cuenta la entidad.

Por último, la producción de carne de cerdo de Yucatán por sí sola, no ha tenido impacto en el mercado mundial a través de sus exportaciones, ya que si bien el porcentaje que este aporta al total nacional representa un valor importante, en el nivel mundial no contribuye o llega a ser significativo ya que somos sólo uno más de los países exportadores de esta carne en este contexto, en consecuencia se da una pérdida de competitividad macroeconómica de la actividad porcícola estatal y una inserción baja e inadecuada del producto porcino estatal en los mercados internacionales.



BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado Yah, Samuel, et al. (2008) "El mercado internacional y nacional de la carne de cerdo 1995-2005". *Revista de Economía*. No. 70. Vol. I. Pp. 43-73
- Bishop, C.E. y Toussaint, W.D. (1996) *Introducción al análisis de economía agrícola*. Ed. Limusa. México.
- Haag, Herman y Soto. (1971) *El mercado de productos agropecuarios*. Ed. Limusa. México.
- Hernández, Sampieri, R. et al. (1991) *Metodología de la investigación*. Editorial McGraw-Hill, México, D.F.
- Magaña M., Miguel. (2001) *Rentabilidad y Efectos de Política en la producción de carne de cerdo en el Estado de Yucatán* (Tesis Doctoral), Mérida Yucatán.
- Parkin, Michael. (2001) *MICROECONOMIA*. Quinta Edición, Editorial McGraw-Hill, México.
- SAGARPA. (2006) *Situación actual y perspectivas de la producción de carne de porcino en México*. Coordinación general de ganadería. México, DF. Sagarraga Myriam, et al. Granjas porcinas representativas en México panorama económico 1995-2004. Reporte de Investigación AFPC. 99-16. Universidad de Texas A&M. 1999.
- Salvatore, Dominick. (2001) *MICROECONOMIA*, Editorial McGraw-Hill, México, D.F.
- Sierra, Lady Diana. (2004) *Análisis de Precios y Márgenes de Comercialización de la Carne de Cerdo en el Estado de Yucatán 1990-2003* (Tesis), Mérida Yucatán.
- Villacis Fuentes, Patricia Guadalupe. (2003) *La Porcicultura en Yucatán Globalización y Desarrollo* (Tesis), Mérida Yucatán.

Entrevistas a Informantes Clave:

Lic. Renato Haro Arenas Encargado del área de Análisis de Mercados, de la Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA)

Lic. Violeta Solórzano de Bancomext.

M.V.Z. Alfredo Collin, Encargado de sanidad zoonosanitaria, de la Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA)

M.V.Z. Carlos Ramayo, Presidente de la asociación de los porcicultores del estado de Yucatán

Páginas Web:

<http://www.agrocadenas.gov.co>

www.colombiaembassy.org

<http://www.icex.esicex/html>

www.icex.es/icex/cda/controller/pageICEX

<http://www.inegi.gob.mx/lib/>

<http://www.infoaserca.gob.mx/claridades/>

<http://www.portalcomexccs.cl/dotnetnuke/Portals/8e5bca20-953c-471b-93d0-169eba19d26e/Carnes%20en%20Jap%c3%b3n.pdf>

http://www.prochile.cl/newsletters/asia_2003/japon_carne_cerdo.php

<http://www.sagpya.mecon.gov.ar/>

<http://www.sagarpa.gob.mx>

<http://www.sian.info.ve/porcinos/eventos/expoferia/jorge.htm>