

COMERCIALIZACIÓN DE CECINA EN TEPETLIXPA, ESTADO DE MÉXICO

MSc. Gladis Feliciano Gregorio

MSc. Andrés Díaz Morales

PROSEDER, S.C.

México

gladiss.f.g@gmail.com

adiaz03121986@gmail.com

Dr. Omar Ernesto Terán Varela

Centro Universitario UAEM Amecameca

México

oteranv@hotmail.com

Recepción: 20 de Octubre de 2018 / Aceptación 02 de Diciembre de 2018

Información, Tecnología y Empresa

Resumen

La producción de carne de bovino ha tenido gran importancia dentro del consumo de proteína en México, pero a pesar de tener un crecimiento constante en las últimas décadas existe un mercado insatisfecho por lo que las importaciones ganaderas satisfacen estas necesidades alimentarias. En México existe una gran cantidad de modelos de negocios de la carne de bovino entre los que destaca la carne artesanal (cecina). El objetivo de la investigación, fue analizar la estructura y el funcionamiento de la producción y comercialización de cecina con la finalidad de determinar el impacto económico y social que generan en el municipio de Tepetlixpa, Estado de México. Se aplicaron 21 encuesta semiestructuradas a comercios dedicados a la venta de cecina durante 2015. Posteriormente, se utilizó la metodología de cadena productiva en la cual se identificó y describió la interacción de los eslabones de la cadena productiva: materia prima; transformación; comercialización y venta. El suministro de materia prima tiene dos fuentes, la local y la foránea que tiene su origen principalmente en Estados Unidos de América, la transformación del producto se lleva a cabo en más de 90% en el municipio de Yecapixtla, Morelos y, finalmente, la comercialización y venta de la cecina es realizado en el municipio de Tepetlixpa, Estado de México. Esta actividad genera una importante cantidad de empleos directos e indirectos, así como márgenes aceptables de ganancias (40%). A pesar de la calidad del producto, la actividad se encuentra en decadencia, debido a factores externos por lo que se requiere el diseño de estrategias que permitan el repunte de la actividad.

Palabras Claves: Yecapixtla, cecina, consumo de carne, proceso productivo.

MARKETING CECINA IN TEPETLIXPA, IN THE STATE OF MEXICO

Abstract

The production of bovine meat is paramount in the consumption of protein in Mexico but, despite having grown in recent decades, there is still an unsatisfied market. There are records of several beef business models in the country, among which the following stands out: artisanal meat (cecina). The objective of this research was to analyze the structure and operation of the production and commercialization of cecina in order to determine the economic and social impact that it generates in the municipality of Tepetlixpa, in the State of Mexico. 21 semistructured surveys were applied to businesses dedicated to selling cecina during 2015. Subsequently, the productive chain methodology was used and the interactions of the links that conform it were identified and described: raw material, transformation, marketing and sales. The supply of raw material is basically twofold:

COMMERCIALISATION DE LA VIANDE CECINA À TEPETLIXPA, ÉTAT DU MEXIQUE

Résumé

La production de viande de boeuf a eu beaucoup d'importance dans la consommation de protéines au Mexique. Mais, malgré l'augmentation de la production dans les dernières décennies, il existe un marché insatisfait. Dans le pays, il y a des registres de plusieurs modèles de business parmi lesquels on distingue: la viande artisanale (cecina). L'objectif de cette recherche a été d'analyser la structure et le fonctionnement de la production et de la commercialisation de cecina dans le but de déterminer l'impact économique et social qu'elles génèrent sur la municipalité de Tepetlixpa, État du Mexique. 21 sondages sémi-structurés ont été appliqués à des commerces dédiés à la vente de cecina en 2015. Postérieurement, on a utilisé une méthodologie de chaîne de production dans laquelle on a identifié et décrit l'interaction des chaînons qui l'intègrent : matière première,

local and foreign, mainly from the United States of America; the transformation of the product takes place in more than 90% of the municipality of Yecapixtla, Morelos and, finally, the commercialization and sales of cecina is carried out in the municipality of Tepetlixpa. This activity generates a significant number of direct and indirect jobs, as well as acceptable profit margins (40%). Despite the quality of the product, the activity is in decline due to external factors. This implies that strategies should be designed to allow an increase in related activities.

transformation, commercialisation et vente. La fourniture de matière première a deux sources : la locale et l'étrangère qui a son origine principalement des États-Unis d'Amérique, la transformation du produit se fait dans plus de 90% dans la municipalité de Tepetlixpa. Cette activité génère une quantité importante d'emplois directs et indirects, ainsi que des marges acceptables de bénéfices (40%). Malgré la qualité du produit, l'activité est en déclin, dû à des facteurs externes, donc il est nécessaire la conception de stratégies qui permettent le rebond de l'activité.

Keywords: Yecapixtla, meat consumption, production process.

Mots-clés: Yecapixtla, consommation de viande, processus productif.

Introducción

En México, la producción de carne de bovino a lo largo de los años ha sido el eje ordenador de la producción de las carnes, principalmente de ave y cerdo, teniendo una relación estrecha de disponibilidad y precio entre las tres principales especies. La producción de carne de bovino se ha mantenido estable desde la década de los noventas, con crecimiento no mayores a 3% anual, comparado con la producción de carne de ave, la cual ha mantenido un crecimiento constante con promedios anuales de 8% desde la década de los noventa (Gallardo, 2006).

Entre 2007 y 2016 el consumo nacional de carne de bovino se contrajo a una tasa promedio anual de 0.9 por ciento. Pero en 2017 se prevé que ubique en 1.83 millones de toneladas, es decir, registre un aumento anual de 1.1 por ciento. Por cuarto año consecutivo el consumo nacional del cárnico sería menor que la producción (Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura - FIRA, 2017).

De igual manera el consumo de res se ha contraído debido a los costos de la misma siendo consumo de bistec de carne de res el que se mantiene debido a su costo inferior en comparación con otros cortes (FIRA, 2017).

De acuerdo con Cruz y García, (2014), la proteína de origen animal es esencial en la dieta de los mexicanos, y las fuentes principales son carnes de ave, bovino, porcino, ovino, caprino y pavo, así como el huevo de gallina. No obstante que los precios al consumidor de carne de porcino y de pollo, en general, se abarataron con relación a la de bovino, el primero en una proporción del 14.9% y el segundo de 25.9% (Cruz y García, 2014), existe en México existe un mercado insatisfecho por lo que las importaciones ganaderas satisfacen estas necesidades alimentarias. En 2011, las importaciones de carne fueron el rubro significativo con el 52.6% del valor total de las del sistema bovino, seguida por los despojos comestibles, con el 24% (Cavallotti, 2014).

En México existen dos canales de comercialización de la carne de res: el moderno, integrado a los rastros Tipo Inspección Federal (TIF) y el tradicional, con sacrificio en rastros municipales o particulares, en el cual participan varios intermediarios con funciones innecesarias (Bravo *et al.*, 2002). De igual forma existe gran cantidad de modelos de negocios asociados a la carne de bovino, entre los que destacan: carne para exportación y mercado nacional con sello TIF, carne Kosher con sello TIF y la carne artesanal (cecina) (Vargas *et al.*, 2015).

El municipio de Yecapixtla en el estado de Morelos, México es reconocido como uno

de los lugares más importante para la producción de cecina, tanto en el ámbito económico, social y cultural, asociando el producto con el lugar de producción (*Cecina de Yecapixtla*). Este modelo de negocio tiene orígenes muy antiguos, derivados de épocas en que no existían métodos de refrigeración, por lo que se recurría al salado de la carne como el mejor sistema para conservarla en buen estado; el producto final es la carne que se vende en los mercados populares, prácticamente de todo México, con el nombre de cecina, tasajo o carne seca, cuya característica es que son tiras de carne muy delgadas cortadas (tasajeadas) a mano (Vargas *et al.*, 2015).

Los procesos necesarios para la transformación de la carne de bovino en cecina pueden ser explicados mediante el uso de cadenas productivas. Estas se refieren, en sentido estricto, a todas las etapas comprendidas en la elaboración, distribución y comercialización de un bien o servicio hasta su consumo final, es decir, se puede analizar una cadena productiva desde una perspectiva de los factores de producción, esto comprende a un conjunto de agentes económicos que participan directamente en la producción, transformación y el traslado hacia el mercado de un mismo producto (Tomta y Chiatchoua, 2009).

Los márgenes absolutos y relativos de ganancias dentro del canal integrado, dado por la mejor calidad del producto que proporciona, resultaron un poco mayores a los del canal tradicional, apropiándose el detallista de la mayor proporción de éstos, siendo este agente el que obtiene las mayores ganancias, seguido por el productor (Bravo *et al.*, 2002). Los productores obtienen las mayores relaciones beneficio costo cuando realiza la venta del animal en canal a los consumidores finales; la ganancia de este agente es nula si la venta se realiza en pie y en plaza de venta (Rebollar *et al.*, 2007).

La competitividad de las cadenas productivas puede lograrse: 1) obteniendo los máximos niveles de producción y la mayor rentabilidad, sin importar la calidad de los productos ni el efecto sobre los recursos naturales; y 2) favoreciendo la máxima calidad de los productos y la conservación del entorno ambiental para ser comercializados en nichos de mercados alternativos (Nahed *et al.*, 2007). Una de las debilidades de las cadenas productivas en México, es su falta de integración adecuada que les permita posicionarse como la primera opción del consumidor final (Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria - CEDRSSA, 2007).

El objetivo de la investigación fue analizar la estructura y el funcionamiento de la producción y comercialización de cecina mediante la metodología de cadena productiva con la finalidad de determinar el impacto económico y social que generan en el municipio de Tepetlixpa, Estado de México.

Metodología

El municipio de Tepetlixpa se ubica en el extremo Sureste del Estado de México, dentro de la Región III, Texcoco. Sus límites territoriales son: al Este con el municipio de Ozumba y al Noroeste con el municipio de Juchitepec, al Sur y al Oeste limita con los municipios morelenses de Atlatlahucan y Totolapan (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2016). Este municipio es atravesado en su totalidad por la carretera federal México-Cuautla y la Autopista Amecameca-Cuautla, la cuales se considerarán sus principales vías de comunicación, además de las vías secundarias que unen a cada poblado con la cabecera municipal.

La colecta de la información se realizó a través de una encuesta semiestructurada aplicada a 21 comercios de cecina durante 2015 (Tabla 1). Posteriormente, se procedió a utilizar la metodología de cadena productiva para la construcción del diagrama de producción de la cecina. El análisis se realizó identificando y describiendo los siguientes eslabones de la cadena productiva: materia prima, transformación, comercialización y venta, y los elementos que interaccionan con cada uno de ellos para determinar el impacto económico y social que generan en el municipio de Tepetlixpa, Estado de México.

Tabla 1. Variables utilizadas en la encuesta.

Variables	Medida
ID	Nombre del negocio
Origen de la materia prima	Suministro local Suministro foráneo
Procesamiento del producto	Transformación local Transformación foránea
Destino del producto	Venta con destino local Venta con destino foráneo
Volumen de ventas (kg/semana)	Numérica
Cartera de bienes y servicios	Numérica
Número de empleados	Numérica
Salario de los empleados (\$/semana)	Numérica
Otros locales	Uno Más de uno
Medio de transportes	Tipo
Empresa familiar	Si No
Actividades complementarias	Única Primaria Secundaria
Ganancias brutas (\$/semana)	Numero
Estatus de la actividad	Decreciendo Estancada Creciendo

Fuente: Elaboración propia con base en la información obtenida en las encuestas (2015).

Resultados y discusión

En los Tablas 2 y 3 se describen los resultados obtenidos en la encuesta, con base a estos resultados se procedió a construir la Gráfico 1, donde se describe la producción y comercialización de cecina y su encadenamiento mediante la separación de tres elementos centrales: materia prima, transformación, comercialización y venta.

Tabla 2. Composición de los comercios de carne (Variables cualitativas).

VARIABLES	Resultados	Porcentaje
Origen de la materia prima	Suministro local – 10	47.6
	Suministro foráneo - 11	52.4
Procesamiento del producto	Transformación local – 2	9.5
	Transformación foránea - 19	90.5
Destino del producto	Venta con destino local – 1	4.8
	Venta con destino foráneo - 20	95.2
Cartera de bienes y servicios	Reducido – 12	57.1
	Diversificado - 9	42.9
Otros locales	Uno – 16	76.2
	Más de uno - 5	23.8
Medio de transportes	Camioneta – 20	95.2
	Carro particular - 1	4.8
Empresa familiar	Si – 21	100
	No - 0	0
Actividades complementarias	Unica – 7	33.3
	Primaria - 11	58.4
	Secundaria - 3	14.3
Estatus de la actividad	Decreciendo – 8	38.1
	Estancada - 8	38.1
	Creciendo - 5	23.8

Fuente: Elaboración propia con base en la información obtenida en las encuestas (2015).

Tabla 3. Composición de los comercios de carne (Variables cuantitativas).

VARIABLES	Resultados	Desviación estándar
Volumen de ventas (kg/semana)	56.19 (promedio)	22.4 ¹
Número de empleados	4.53 (promedio)	1.9 ¹
Salario de los empleados (\$/semana)	470 (promedio)	57.9 ¹
Ganancias brutas (\$/semana)	4564.28	1845.2 ¹

Fuente: Elaboración propia con base en la información obtenida en las encuestas (2015).

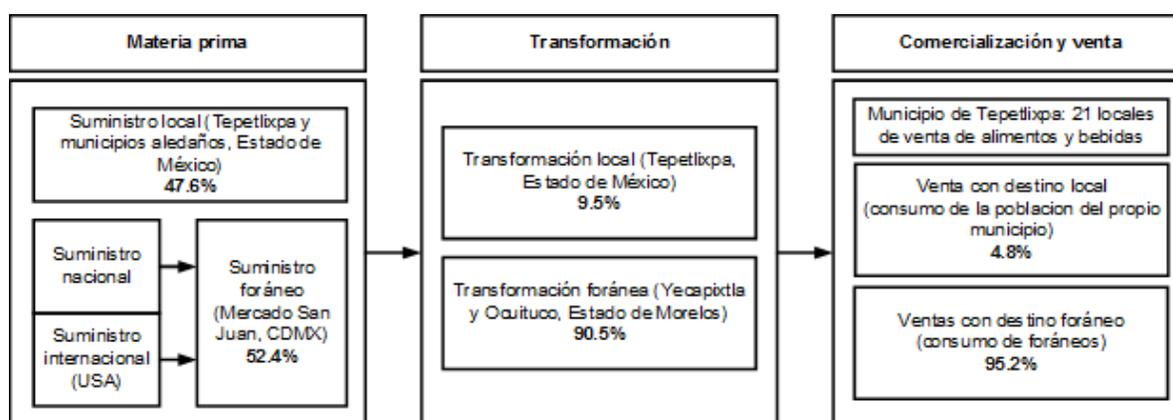


Gráfico 1. Cadena productiva de bovino carne para cecina en el municipio de Tepetlixpa, Estado de México.

Fuente: Elaboración propia con base en la información obtenida en las encuestas (2015).

Materia prima

Las líneas de suministro de carne de bovino se pueden dividir en dos: la línea local (47.6%) y la foránea (52.4%) que a su vez se divide en nacional y extranjera. La línea local se abastece de ganado criado y sacrificado en la localidad, lo cual trae consigo una serie de consecuencias negativas tales como la baja calidad, sobrepuestos, mermas y desperdicio de la materia prima, aunado a la falta de certificaciones de sanidad esto trae como consecuencia un riesgo sanitario, una pérdida de calidad en el producto final y la baja de la rentabilidad de la actividad, aun cuando los precios son menores a la competencia.

La línea de suministro foránea se abastece de dos fuentes, la carne nacional y la carne importada principalmente de Estados Unidos. Esta línea de suministro tiene como fuente de abastecimiento al mercado de San Juan, ubicado en la Ciudad de México, lugar donde adquieren básicamente presentaciones de cortes selectos de carne importados a los que se refieren como “carne de caja”, estos cortes son comercializados con estándares internacionales de calidad y sanidad, lo cual puede ser considerado como una ventaja competitiva debido a la estandarización de la materia prima a pesar de sobrepuesto de la carne. Estas afirmaciones concuerdan con lo mencionado por Cavallotti (2014), quien indica que una fuerte importante de carne de calidad proviene de los mercados de importación, principalmente Estados Unidos de América.

El transporte de la materia prima al lugar de transformación, y a su vez al área de venta y comercialización se realiza casi en su totalidad a través de transporte particular (camionetas). Esto último genera una ventaja competitiva debido a la baja en los costos asociados al

transporte, debido a la eficiencia de unidad de carga por viaje, debido a que el transporte particular aprovecha de mejor manera cada viaje transportando la mercancía necesaria sin tener espacios ociosos o sobrecargados, lo cuales aumentan los costos de transporte.

Transformación

Los procesos de transformación de la carne en cecina se realizan casi en su totalidad en el municipio de Yecapixtla, Morelos, tal como lo señalan Vargas et al. (2015) y en menor medida en el Ocuituco, Morelos y Tepetlixpa, Estado de México; el primero es considerado el lugar de origen de la cecina, y aunque aún no cuenta con una denominación de origen o marca geográfica, existe gran arraigo del producto en el municipio. Lo anterior expone un área de oportunidad para detonar el posicionamiento de este producto en diversos mercados y la protección del mismo, así como de sus procesos, preservar el arraigo local y la calidad del producto. Los talleres de transformación de carne casi en su totalidad pertenecen a los propietarios de negocios de venta.

Comercialización y venta

La cecina que se comercializa está asociada a otros productos tales como derivados cárnicos del cerdo: carne enchilada y longaniza; complementos alimenticios: verduras, salsas, tortillas entre otros; bebidas alcohólicas y no alcohólicas; y productos derivados de la leche: crema, queso y nata. Tales productos constituyen la cartera básica o reducida y 57.1% de los locales presentan esta cartera de bienes y servicios, mientras que 42.9% de los locales presentan una cartera diversificada compuesta por una cartera básica más un conjunto de alimentos y bebidas tales como comida corrida, antojitos mexicanos, platillos a la carta, bebidas alcohólicas importadas y cocteles elaborados. Esta actividad tiene en promedio un volumen de ventas de cecina de 56.19 kg semana-1, con un ingreso bruto después de pago a empleados de \$4 564 a la semana, lo que representa un 40% de margen de ganancia en promedio.

El consumo del producto se realiza casi en su totalidad en los locales de venta de alimentos y bebidas, y está destinado principalmente a la población foránea (95.2%), integrada por turistas y transportistas. Lo anterior difiere con lo explicado por Cruz y García (2014), quienes afirman que a pesar del sobreprecio de la carne de res y específicamente la cecina comercializada en el municipio de Tepetlixpa, esta tiene amplia aceptación entre los consumidores, quienes estas dispuestos a pagar el sobreprecio de un producto de calidad.

La integración elimina varios intermediarios presentes en las cadenas de comercialización, lo cual trae como consecuencia el aumento en los márgenes de ganancias y beneficios, tanto absolutos como relativos (Bravo et al., 2002; Rebollar et al., 2007). Así, la ganancia es obtenida por los vendedores detallistas y al menudeo, y en el caso de esta cadena productiva estos ingresos en su mayoría son obtenidos por los vendedores (los cuales fungen en su mayoría como productores de cecina de la región) y en menor medida por los productores de ganado bovino, lo que refleja el nivel de integración vertical de la cadena productiva en las fases de transformación y comercialización de la cecina en el municipio de Tepetlixpa en el Estado de México.

El 76.2% de los comercios están constituidos por un único establecimiento (única sucursal), mientras que el resto cuenta con dos o más establecimientos, esto representa fuentes de ingresos complementarias a los establecimientos principales. Aunado a lo anterior, estos comercios son la única fuente de ingresos para el 33.3% para los propietarios; el 52.4% lo considera como una fuente primaria y solo para el 14.3% una fuente secundaria, lo anterior evidencia la importancia económica de la actividad dentro del municipio.

Esta actividad constituye una fuente de empleos e ingresos para algunas familias ya que en promedio cada negocio tiene 4.52 empleados directos y con ingresos semanales promedio de \$470; no obstante, esta actividad genera gran cantidad de empleos indirectos relacionados con la venta de bienes y servicios complementarios como los son: entretenimiento (música); venta de frutas (aguacate, frutas de temporada, hierbas aromáticas, nueces entre otros) y otros (miel, jugos, mermeladas y bebidas alcohólicas).

La actividad tiene un margen aceptable de ganancias con una buena cantidad productos asociados, aunado a la gran aceptación del producto entre los consumidores por lo que representa una buena oportunidad de negocios. A pesar de todo lo anterior estos comercios en su mayoría se encuentran decreciendo (38.1%) y estancados (38.1%). En contraste con lo tan solo 23.8% de los negocios se encuentran creciendo y son realmente rentables. Se observa una marcada decadencia de la actividad en el municipio debido a varias causas entre las que destacan: la inseguridad, el estancamiento de la economía y la creación de nuevas vías de comunicación; esta última trajo consigo un marcado descenso en el nivel de ventas debido al desvío de tránsito de los principales consumidores.

Actualmente no existe una integración en la cadena productiva en la fase de adquisición de materia prima tal como lo señala el CEDRSSA (2007); esto representa una importante debilidad y, por lo tanto, una oportunidad de integración para aumentar el éxito de la cadena productiva en el municipio, debido a que la competitividad de las cadenas productivas depende de dos factores: niveles de producción y calidad del producto; por lo que la integración de la cadena productiva y de los actores involucrados supone una alternativa viable de crecimiento (Nahed et al., 2007).

Sin embargo, la decadencia de la actividad trae consigo la oportunidad de renovación del negocio, por lo que es necesario diseñar estrategias encaminadas a coadyuvar el repunte y crecimiento de la actividad comercial. Se requiere de programas de integración permanente entre los actores involucrados en la actividad, gestión de apoyos financieros, asesorías y capacitación tanto productivas como de gestión y administración de los negocios, lo anterior permitirá la transición de una cadena productiva a una cadena de valor. A pesar de que la cecina es un producto ampliamente aceptado carece de certificación y denominación de origen, por lo que es importante realizar las gestiones correspondientes que permitan la protección de este producto.

Conclusiones

El grado de integración de la cadena productiva es bajo debido a la dependencia de materia prima foránea, aunque la fase de transformación se realiza fuera del municipio los medios de producción pertenecen a los propietarios de los negocios. El destino de la producción principalmente es para un mercado foráneo a pesar de que la comercialización se realiza dentro del municipio.

Los márgenes de ganancia (40%) son altos por lo que la cadena productiva tiene potencial a futuro por su contribución económica y social dentro del municipio, por lo que es evidente la importancia y se debe de promover el desarrollo interno, ya que en la actualidad no se tienen planes o proyectos encaminados acrecentamiento de la actividad dentro del municipio.

Referencias Bibliográficas

- Bravo, P. F. J.; García, M. R.; García, D. G. y López, L. E., (2002), Márgenes de comercialización de la carne de res proveniente de la cuenca del Papaloapan, en el mercado de la ciudad de México. *Agrociencia* 35(2): 255-266.
- Cavallotti V. B. A., (2014), Ganadería bovina de carne y leche. Problemática y alternativas. *Cotidiano* 188: 95-101.
- Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria (CEDRSSA), (2007), El sector rural en el siglo XXI. Un mundo de realidades y posibilidades. Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria. Cámara de Diputados LX Legislatura. México. 220 p.
- Cruz, J. J. y García, S. R. C., (2014), El mercado de la carne de bovino en México, 1970-2011. *Estudios Sociales* 43(22): 89-110.
- Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA), (2017), Panorama agroalimentario. Carne de bovino 2017. Mexico, DF. 26 p.
- Gallardo N. J. L., (2006), Situación actual y perspectiva de la producción de carne de bovino en México. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. Mexico. 40 p.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2016), Catálogo de localidades: Tepetlixpa; [Consultado en febrero de 2016]. <http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/>.
- Nahed, T. J.; Jiménez, F. G.; Mena, G. Y.; Castel, G. J. M. y De Asis, R. F., (2007), Propuesta de evaluación de la ganadería chiapaneca para su conversión a sistemas de producción de leche y carne orgánicos. *In: Jiménez, F. G.; Nahed, T. J. y Soto, P. L. (Eds.). Agroforestería pecuaria en Chiapas, México. Publicaciones El Colegio de la Frontera Sur. San Cristóbal de las Casas, Chiapas, México. Pp 48-53.*
- Rebollar, R. S.; Hernández, M. J.; García, S. A.; García, M. R.; Torres, H. G.; Borquez, G. J. L. y Mejía, H. P., (2007), Canales y márgenes de comercialización de caprinos en Tejupilco y Amatepec, Estado de México. *Agrociencia* 41(3): 363-370.
- Tomta D. y Chiatchoua C., (2009), Cadenas productivas y productividad de las mipymes. *Criterio libre* 7(11): 145-164.
- Vargas A. M. A., Muñoz R. M. y Santoyo, C. V. H., (2015), Estrategias de diferenciación en cuatro modelos de negocio de carne bovina. *Revista Global de Negocios*. 3(2): 29-48.