

RESEÑA

Japón y México en el mercado hortícola mundial, Carlos Javier Maya Ambía

Melba Falck Reyes¹



En este interesante y pequeño libro sobre la participación de México y Japón en el mercado hortícola mundial, Carlos Maya Ambía, nos presenta un tema relevante para el sector hortícola mexicano orientado a las exportaciones. El autor hace resaltar las oportunidades de diversificación que ofrece un mercado hortícola global en el que participan varios polos de producción y consumo que generan flujos primarios y secundarios de comercio. Y es precisamente en esos flujos secundarios, en los que México puede insertarse para ganar y diversificar mercados para su producción hortícola de exportación.

Basado en la teoría de los regímenes alimentarios, el autor brinda el contexto en el cual se lleva a cabo el comercio internacional hortícola. Según este enfoque, el régimen alimentario que existe actualmente está caracterizado por la multipolaridad y la diversificación. Así, mientras los flujos de comercio alimentarios estuvieron dominados por un solo actor en regímenes pasados (Inglaterra entre 1870 y 1914 y Estados Unidos entre 1945 y 1980), actualmente han cobrado importancia Europa, Estados Unidos y Japón. Más aún, los mercados principales giran en torno a los polos, pero al mismo tiempo se

1. Profesora investigadora del Departamento de Estudios del Pacífico, del Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad de Guadalajara, y miembro del SNI.

desarrollan mercados secundarios entre los polos y países de otras regiones fuera del área de influencia de los polos. Es decir, la diversificación, para el autor, significa que un país destinará la mayor de sus exportaciones a un polo, pero le queda la posibilidad de canalizar flujos marginales hacia otros centros de consumo gracias a la multipolarización.

En el mercado hortícola global, según Maya Ambía, se pueden distinguir por su especialización regiones productoras, regiones importadoras y regiones exportadoras. Entre las principales regiones productoras están Asia (63% de la producción global) y Europa (12%), aunque Asia consume la mayor parte de su producción. Entre los principales importadores están Estados Unidos (33% de las importaciones totales), Europa (22%), Japón (12%) y Latinoamérica (4%); en tanto que entre los exportadores figuran Latinoamérica (32% de las exportaciones totales), Estados Unidos (22%), Asia (13%) y Europa (14%).

En este escenario, Japón figura entre los mayores importadores del mundo, al ocupar el sexto lugar mundial entre los importadores de verduras y el cuarto lugar como importador de frutas. En productos hortícolas preparados, frutas y jugos, son 54 los países que figuran como proveedores de Japón, pero son solo tres los que concentran el 66% de las exportaciones a ese país. En tanto, en verduras frescas y congeladas, son 43 los países que participan en ese mercado nipón, aunque tres de ellos concentran el 76% de las exportaciones a Japón. Es decir, son claros los flujos de comercio, con tres polos de exportación, mientras el resto de los países participan de los flujos secundarios.

En el caso de México, con el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), el país profundizó la tendencia histórica de concentrar las exportaciones hortícolas al mercado de Estados Unidos. Por otro lado, en ese mercado, México se enfrenta ahora a otros competidores que han encontrado en el mercado de Estados Unidos alternativas de diversificación. Entre esos países destacan España, Holanda, Perú, Honduras, Brasil y Turquía. Así, Japón se presenta como una alternativa de mercado secundario para México. Esta se afianza con la firma del Acuerdo de Asociación Económica (AAE) que México y Japón signan en 2004 (a diez años del TLCAN) y por medio del cual, Japón abre por primera vez su mercado agrícola bajo el marco de un acuerdo de este tipo.

¿Qué ventajas ofrece el mercado japonés? Japón es considerado el mayor importador neto (importaciones menos exportaciones) del mundo. Es también el país, dentro de los países de la Organización para la Cooperación Económica y Desarrollo (OCDE), que tiene la tasa de autosuficiencia alimentaria más baja. La escasez de tierra cultivable (14% del total) la mayor parte del territorio del

archipiélago nipón está cubierto de bosques, la escasez de mano de obra en el sector agrícola y una política agrícola proteccionista en la posguerra han sido factores que han incidido en esos bajos niveles de autosuficiencia (Falck, 2006). Con excepción del arroz, principal cultivo de Japón y el que ha gozado de mayor protección, Japón depende de las importaciones para completar la oferta de alimentos que demanda su población, la cual goza en general, de altos niveles de ingreso.

De acuerdo con el autor, para poder aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado hortícola nipón a países exportadores como México, es necesario profundizar en el estudio de las condiciones bajo las cuales opera el mercado hortícola japonés. Y esta es una de las principales contribuciones del trabajo de Maya Ambía. En él analiza con detalle las condiciones de oferta y demanda que caracterizan el mercado y el sistema de distribución de este tipo de alimentos, adaptados a las características del consumidor japonés. De ahí, que para que un exportador a ese mercado tenga éxito, deberá aprender a funcionar bajo las reglas particulares del mercado japonés, que no necesariamente corresponden a las que operan en el mercado de Estados Unidos, en el que México tiene una amplia participación y experiencia.

Por el lado de la oferta hortícola, el autor señala que este es un sector que no ha gozado de los altos niveles de protección, como ha sucedido con el arroz. Por ende, el hortícola es un sector más competitivo y los productores que se dedican a estas actividades son en su mayoría agricultores de tiempo completo, lo que contrasta con la producción de arroz en la que el 85% de los agricultores se dedican de tiempo parcial a esa actividad, lo cual eleva los costos de producción. Por otra parte, dada la escasez de tierra y de mano de obra ya señalados, la producción interna tiene que complementarse con importaciones.

Por el lado de la demanda, el autor señala que los hogares japoneses destinan un alto porcentaje de su gasto familiar (23%) a alimentos (en Estados Unidos ese mismo indicador es de 13%). Esto se debe, en parte, a los elevados precios de los alimentos en Japón, a lo que han contribuido no sólo la escasez de tierra y mano de obra, sino también la política proteccionista (Falck, 2006). Por otra parte, Maya Ambía destaca que los japoneses consumen alrededor de 100 kilogramos per cápita al año en verduras, las que se consumen tanto frescas como congeladas. El rápido envejecimiento de la población en Japón, que demanda más verduras y frutas, y la mayor participación de la mujer en el mercado de trabajo, que ha incidido en la demanda de alimentos congelados

y preparados, son dos factores importantes en el incremento de la demanda, tanto interna como externa, de estos productos. Por otra parte, la industria alimentaria de Japón se ha convertido en un importador importante de productos agrícolas. Esto ha planteado un reto a los productores internos que no han logrado adaptarse a la demanda de la industria procesadora.

Otro aspecto en el que autor profundiza, y que es esencial para penetrar el mercado japonés hortícola, es el funcionamiento de los canales de distribución. Además de los tradicionales mercados de abasto al mayoreo, están las cooperativas de agricultores, las cadenas de supermercados (un agente relativamente nuevo en Japón), las tiendas departamentales y las tiendas de conveniencia. Estas últimas son muy populares, pues ofrecen productos hortícolas de acceso rápido y fácil para amas de casa agobiadas por la triple carga del trabajo fuera de casa, en el hogar y la crianza de los hijos. Las tiendas de conveniencia, junto con los supermercados y la industria de los restaurantes y la hotelera, son fuertes demandantes de productos alimenticios importados. Por supuesto, aquellos exportadores que logran penetrar el mercado nipón tienen que cumplir con estrictos requisitos de medidas fitosanitarias, de inocuidad, de etiquetado y de presentación de los productos, en una palabra, de calidad. Sin embargo, la compensación estará en rendimientos altos y en una relación de largo plazo.

En la última parte del libro el autor nos presenta, de manera acuciosa, las oportunidades para México en este mercado, en el que ya el país tiene fuerte presencia en productos como el aguacate, la calabaza cabocha, el mango y el melón entre otros. Sin embargo, el potencial abierto por el AAE desde hace 8 años (Falck Reyes, 2009), todavía no es aprovechado a cabalidad. Se necesita conocer el funcionamiento del mercado para poder penetrarlo exitosamente. Leer este libro es un buen comienzo en esa dirección. 

Referencias

- Falck, Melba (2006), *Del proteccionismo a la liberalización agrícola en Japón, Corea del Sur y Taiwán. Oportunidades para México. Un enfoque de economía política*. México, Instituto Matías Romero, Secretaría de Relaciones Exteriores.
- Falck Reyes, Melba (2009), “Relaciones transpacíficas: el Acuerdo de Asociación Económica México Japón”, en *Comercio Exterior*, vol. 59, núm. 8, pp. 596-614.