

Mercadeo Y Distribución De La Fruta Cítrica En China: Situación Actual Y Perspectivas Futuras

Qi Chunjie

College of Economics and Trade
Huazhong Agricultural University (Wuhan, China)

Resumen

Después de la adopción de la reforma en China y de la política de apertura, el sistema de responsabilidad casera que se practica en las áreas rurales, ha provocado un excepcional entusiasmo entre los productores. Los cultivadores de frutas han estado especialmente activos después de que en 1984 el Gobierno realizara una serie de disposiciones concernientes al manejo de las operaciones multicanales, de los precios del mercado libre, y de las actividades libres de compra y venta. A partir de entonces la industria cítrica ha entrado en una fase de rápido desarrollo. Después de un período de transición a mediados de los noventa, el mercado de la fruta cítrica ha pasado de un mercado de vendedores a convertirse en un mercado de compradores, representado por existencias excedentes. Con el compromiso del acuerdo entre China y los Estados Unidos sobre la cooperación agrícola y el acuerdo bilateral China-Estados Unidos sobre la entrada de China en la OMC, se ha incorporado la industria de cítricos de China en la competencia internacional, lo cual significa que una vehemente competencia emergerá entre la fruta importada y la cítrica de China en el mercado doméstico. Es en este marco que este documento revisará la evolución de la distribución y del sistema de mercadeo de la fruta y de su política relevante, analizando la condición actual de la comercialización de la fruta cítrica, discutiendo los problemas principales o impedimentos en el mercado y en la distribución, ofreciendo algunas recomendaciones en lo que a las tareas futuras respecta, y mirando las perspectivas futuras de la comercialización de la fruta cítrica en China.

I. ESTADO ACTUAL DEL MERCADEO DE LA FRUTA CÍTRICA EN CHINA

A. Producción y consumo

1. Producción y distribución regional

La producción de frutas cítricas se expandió rápidamente en los últimos 50 años. Las estadísticas demuestran que el rendimiento total de la fruta cítrica tuvo un enorme incremento entre 1952 y 1999. De acuerdo a esto, la producción por cápita de fruta cítrica en 1952, 1978 y 1985 fue 0,36 kg, 0,40 kg, 1,71 kg y hasta 8,58 kg en 1999 respectivamente (ver Cuadro 1).

China puede ser dividida en seis regiones administrativas, a saber: el norte, el noreste, el este, el sur-central, el sudoeste y el noroeste. El rendimiento de la fruta y la población de las regiones relevantes fueron expuestas en el Cuadro 2. Los datos indican que existe un excedente en la región noroeste y este de China, y escasez en el sudoeste, en el noreste y en el norte, de esta forma se puede ver una distribución del flujo de fruta del este, oeste y sur-centro hacia el norte y sudoeste del país.

La fruta cítrica es el cultivo más importante y de mayor valor en las 18 provincias del sur, representa la mitad del total de la producción de fruta, y es la fruta número uno en el sur de China. La industria cítrica está entre las más importantes en estas áreas rurales (entre los dos o tres cultivos más importantes en términos del valor de la productividad, representando la mitad del producto bruto nacional agrícola en algunos distritos, ciudades y pueblos), y es uno de los mayores recursos respecto a la entrada de ingresos de los agricultores y de los gobiernos locales. Por razones climáticas los cítricos no crecen en otras regiones de China. Las estadísticas demuestran que en las cinco provincias productoras más importantes, tales como Zhejiang, Fujian, Hunan, Sichuan y Guangxi, la producción de cítricos fue de 7 429 821 toneladas en 1999, ocupando un 68,9 por ciento del total. Si a esto se le añade la producción de Hubei y Guangdong, las siete provincias producen 9 259 414 toneladas de fruta cítrica, que representa un 85,8 por ciento del total de la producción (Cuadro 2).

Entre las provincias o municipalidades que tienen una producción por cápita mayor que el promedio nacional (que es 8,81 kg) están Fujian, Zhejiang, Hunan, Guangxi, Chongqing y Hubei. También Sichuan, Jiangxi, Guangdong y Shanghai cuentan con una producción relativamente alta por cápita. La estructura nacional del mercado de frutas cítricas podría considerarse como de exceso en Fujian, Zhejiang, Hunan, Guangxi, Chongqing, Hubei, Sichuan, Jiangxi, Guangdong y Shanghai, y de escasez en otras partes de China donde la fruta cítrica debe ser importada (Cuadro 3).

2. *Consumo y demanda*

Los consumidores chinos prefieren la fruta fresca. China ha experimentado un crecimiento acelerado del consumo en los últimos 15 años. Entre 1985 y 1998 el consumo por cápita de frutas frescas creció de 5,12 kg a 47,86 kg en las áreas urbanas y de 2,0 kg a 19,24 kg en las áreas rurales; es probable que la última cifra sea una subestimación porque el consumo en el campo no se tiene totalmente en cuenta (Cuadro 4). La fruta se ha vuelto cada vez más importante en la alimentación diaria de las personas, dado que el porcentaje del costo del consumo de fruta en el gasto total para la alimentación incrementó de 3,2 por ciento a 6,5 por ciento en las áreas urbanas, y de 2,4 por ciento a 5,1 por ciento en las áreas rurales durante 1985-1998. Los cítricos son una de las principales especies consumidas en China y el rápido incremento del consumo de cítricos frescos ha ido a la par con el crecimiento de la producción.

Muchos factores han contribuido al significativo incremento en el consumo de los cítricos, entre los cuales el más importante es el incremento de los ingresos de la población. A partir de 1985 a 1999 el ingreso nominal neto por cápita de los residentes urbanos subió en un 555,9 por ciento y un 792,0 por ciento para la población rural, mientras que el ingreso neto real por cápita en las áreas urbanas y rurales aumentó en un 224,8 por ciento y en un 176,1 por ciento respectivamente (Cuadro 5). Estudios recientes demuestran que la elasticidad de los ingresos-demanda de frutas está entre 1,2-1,5, lo que significa que un 1 por ciento de crecimiento del ingreso por cápita conllevará a un 1,2 por ciento-1,5 por ciento de incremento en el consumo.

De acuerdo a los estudios realizados por la comisión de la planeación para el desarrollo del estado sobre la oferta y demanda de productos agrícolas para el informe sobre el desarrollo de la agricultura en China a principios del siglo 21 (*China's Agricultural Development Strategy in the Early 21st Century*), en el año 2005, 2015 y 2030 el consumo anual por cápita de fruta cítrica será 10,3 kg, 11,7 kg y 16,0 kg y la demanda total 13,150 millones de toneladas, 16,990 millones de toneladas y 25,650 millones de toneladas respectivamente (Cuadro 6). El mismo estudio revela que después del año 2005 habrá una escasez de oferta que se calcula en 3,28 millones de toneladas, 3,73 millones de toneladas y 4,65 millones de toneladas en el 2005, 2015 y 2030 respectivamente, representando un 25,0 por ciento, 21,9 por ciento y 18,1 por ciento del consumo total, y un 33,3 por ciento, 28,1 por ciento y 22,2 por ciento del total de la producción (Cuadro 7). Este cálculo considera la situación particular que vive China: con el crecimiento de la población y una reducción de la tierra cultivable, la oportunidad de los costos para el cultivo de cítricos incrementará, y el ingreso marginal se reducirá, por lo que habrá una transferencia de recursos del sector de cítricos a otros sectores, y el incremento de la demanda agobiará el crecimiento de la producción.

B. *Sistema del mercado de frutas y organizaciones de mercadeo*

1. *Sistema del mercado de frutas*

El ritmo de la reforma y el desarrollo del mercado de los productos agrícolas ha dado paso en China a la formación de un tipo de sistema de mercado de frutas basado en ferias/bazares, en áreas urbanas y rurales, con los mercados mayoristas como eje, y los mercados de ventas y mercados al por detal como extensión de éste.

(1) Bazares y ferias en el campo. Las ferias o los bazares, son el tipo de mercado más antiguo en las áreas rurales, donde aún se vende la mayoría de los productos agrícolas que son producidos en la localidad, como vegetales y frutas. Dado que el volumen de la transacción es limitado y que el precio es más bajo debido al limitado consumo local, existen algunos comerciantes intermediarios que compran la fruta en estos mercados, la transportan y luego la venden en otros lugares. Entre tanto, las ferias o bazares rurales son el mejor canal de

abastecimiento de alimentos y vegetales diarios de los residentes urbanos. Se calcula que en 1998, 89 117 ferias o bazares rurales tuvieron lugar, con ventas de 123,47 billones de yuan en el mercado de frutas frescas y secas, lo que representó el 6,2 por ciento del total de ventas en los bazares. La tendencia del porcentaje después de 1990 fue hacia abajo (Cuadro 8).

(2) Mercados de venta directa. Los agricultores venden sus productos directamente en estos mercados, también llamados mercados primarios o elementales. Las compañías comerciales propiedad del estado y las cooperativas de abastecimiento y mercadeo fueron durante mucho tiempo los principales compradores en los mercados. Pero la proporción del mercado está disminuyendo debido a la caída de su monopolio, mientras que la proporción de las empresas procesadoras productos agrícolas ha crecido y la participación de los distribuidores, tanto de cultivadores privados como de agricultores organizados en el mercado está incrementando.

(3) Mercados mayoristas. Se calcula que en el interior de China existen 4 243 mercados mayoristas, incluyendo 836 mercados mayoristas de frutas (440 en áreas urbanas y 396 en áreas rurales), con ventas de 39,85 billones yuan, que requieren un 13,89 por ciento del total de los productos agrícolas y derivados (Cuadro 9). Los mercados mayoristas se pueden clasificar en dos categorías: uno es el mercado basado en la producción y el otro es el mercado basado en el consumo. El mercado con redes internas es un nuevo tipo de mercado que ha venido surgiendo en los últimos años en China.

i) Mercados mayoristas basados en la producción: dado que la producción de fruta es muy dispersa en China y el volumen de ventas de los agricultores muy limitado, no es conveniente ni rentable para los agricultores vender sus productos en una escala tan pequeña y tener que cubrir una distancia tan grande. Por esta razón es esencial tener un sistema de mercado mayorista para los productos agrícolas.

ii) Mercados mayoristas basados en el consumo: los mayoristas y los minoristas deben pasar a un mercado basado en la producción, donde la mayoría de los productos se pueden comprar localmente. Debido a la falta de crédito adecuado entre los mayoristas-productores, se requiere de fondos suficientes para hacer compras en los mercados basados en la producción y transportarlos a los mercados basados en el consumo para la venta directa o indirecta.

(4) Mercados minoristas. El mercado de frutas al por menor en China es muy amplio en lo que respecta a la base cuantitativa. En 1998 el volumen de transacciones fue de 43 776 380 toneladas, 23 657 329 toneladas en las ciudades y 20 119 050 toneladas en el campo. Los habitantes de las ciudades requieren de los mercados al detal, y los pequeños vendedores desarrollan una importante labor en estos mercados. Dichos vendedores se levantan temprano para comprar fruta en los mercados mayoristas para luego transportarla y venderla en estos mercados. Los mercados grandes y multifuncionales, los supermercados y las tiendas en cadena también participan en este tipo de actividad de ventas al detal.

2. Principales organismos para el mercadeo de frutas

El sistema de mercadeo de fruta en China experimentó un desarrollo largo y tortuoso. En el anterior período, en el de una economía fuertemente centralizada y planeada, las frutas eran principalmente compradas y vendidas mediante los canales de propiedad del estado. Con la reforma de las estructuras económicas de manejo rurales y urbanas, incluyendo los sistemas de mercadeo, el mercado de fruta se volvió totalmente abierto. Hoy en día, el sistema de mercadeo de frutas en China ha evolucionado en una estructura diversificada con la participación de los siguientes actores principales:

(1) Los agricultores. Los cultivadores de frutas y los transportadores de productos agrícolas gozan una proporción más grande en el comercio de fruta, y el número de agricultores que produce y que vende sus productos autónomamente constituyen el 50 por ciento del total de los comerciantes. Los agricultores forman parte de las actividades del mercado y organizan actividades de producción y distribución de acuerdo con la demanda del mercado, lo que claramente se refleja en la conciencia de una economía de mercado. No obstante existen tres defectos: primero, un alto costo de la unidad de las transacciones para cada agricultor debido al volumen limitado; segundo, la falta de información de los agricultores sobre el mercado, la capacidad

operacional y la experiencia en el mercado, etc., y la dificultad de compartir la ganancia operacional correspondiente; tercero, las grandes oscilaciones de los precios del mercado durante la temporada de cosecha.

(2) Las cooperativas especializadas o asociaciones. Para superar muchas de las desventajas a las que deben hacer frente en el mercado, las cooperativas de vegetales o de frutas o asociaciones de agricultores especializadas se han establecido por contrato. Esto significa que funcionan como el actor principal en el sitio del mercado, lo que ayuda a contrarrestar la contradicción entre las actividades agrícolas en pequeña escala que están esparcidas y que son realizadas por agricultores individuales y la amplitud del sitio del mercado. Este tipo de integración refuerza la posición de los agricultores en el mercado y es vista muy positivamente, tanto ahora como para el futuro. Este tipo de operación integrada en el sector de la fruta, formulará una nueva entidad legal con una compañía de mercadeo o de procesamiento como el organismo que dirige, junto con los agricultores individuales bajo un contrato. Dentro del mecanismo, los agricultores actúan como abastecedores de la fruta, y la compañía provee a los agricultores los servicios de apoyo anteriores y posteriores a la cosecha.

(3) Las empresas de comercio de propiedad del estado. A partir de la reforma y de la apertura al mundo exterior, este monopolio se ha acabado y la estructura de mercadeo se ha diversificado ampliamente. Las empresas de propiedad del estado ya no actúan como el canal principal para el mercadeo de la fruta (Cuadro 10).

(4) Las empresas privadas. En algunas de las grandes y medianas ciudades las compañías de mercadeo de frutas y vegetales o centros de distribución, han emergido con muchas cadenas de tiendas que efectúan tanto la venta al por mayor como al detal. Se compran productos en los mercados mayoristas basados en la producción, luego son procesados y llevados a sus tiendas para venderlos, o se vuelven a vender en el mercado mayorista. Este tipo de operación reporta considerables beneficios económicos y sociales.

(5) El intermediario. Los intermediarios juegan un papel muy importante en el mercadeo de la fruta. Sin embargo, tienen un impacto negativo en el desarrollo sostenible del mercado de la fruta. Por ejemplo, los intermediarios intentan bajar los precios de los agricultores y de subir el precio a los compradores para maximizar la ganancia, la cual es muchas veces mucho más alta que la de los agricultores.

C. Mercadeo y distribución

Durante mucho tiempo los productos de los agricultores contaban con las agencias o compañías del Gobierno. A veces estos agricultores preferían vender sus productos en los mercados locales a pesar de la fuerte competencia en el mercado local - debido a una demanda limitada - que ir a otros lugares donde existía una demanda potencial para evitar los altos costos del transporte, etc. Debido a la escala de producción, los pequeños productores confrontan también algunas dificultades con las ventas directas a fábricas procesadoras y exportadores, quienes, por lo general, no están dispuestas a darse la molestia de negociar individualmente con un gran número de productores en pequeña escala.

Los pequeños distribuidores privados se formaron después de la segunda mitad de 1990, lo que ayudó a los agricultores de frutas a obtener un precio de venta más alto. Los distribuidores privados en pequeña escala, comienzan sus actividades comerciales a principios de la temporada de la cosecha, ellos compran las frutas en las bases de producción y las venden en los mercados basados en el consumo, donde existe una gran demanda. En China el número de este tipo de distribuidores es de aproximadamente 0,1 millón; con mucha competencia y una ganancia muy reducida.

A pesar de que los nuevos actores han entrado en el sistema de distribución, las agencias del Gobierno y las compañías locales no logran salir del sistema. Algunos tratan de abastecer el mercado mejorando la calidad de sus servicios y pagando más por la fruta que compran. Algunos compradores en gran escala todavía requieren de las agencias y compañías estatales, debido a que estas compañías siguen siendo los compradores más grandes en las áreas remotas. Sin embargo, las agencias y las compañías del Gobierno sólo ocupan un pequeño porcentaje del volumen total del comercio, y un mayor porcentaje es controlado por los productores privados y las compañías privadas. Además, el Gobierno debe invertir en la construcción de servicios relacionados con la producción de la fruta, como los mercados mayoristas y redes de información agrícolas,

etc., para interactuar en conjunto frente a los problemas de la compra y del mercadeo de la fruta.

A pesar de que la producción en China es enorme, la falta de infraestructura y de servicios como transporte, almacenamiento, y una adecuada cadena de refrigeración ha impedido una cosecha de alta calidad. Debido a que la época de la cosecha es muy reducida (tiene lugar principalmente en noviembre y diciembre), es difícil asegurar una oferta durante todo el año en el mercado doméstico de China, hecho que una excelente oportunidad a la fruta que viene del exterior.

II. OBSTÁCULOS PRINCIPALES DEL MERCADEO DE LA FRUTA CÍTRICA EN CHINA

A. Actividades agrícolas en pequeña escala, separación de la producción del procesamiento y del mercadeo y una integración de bajo nivel en el sector

La fruta es uno de los productos que más pronto se comercializaron en China y también es una de las industrias más desarrolladas en la China rural. Sin embargo, la mayoría de las actividades relacionadas con la producción de cítricos se remiten a un sistema de agricultura familiar, que existe en numerosas localidades donde se produce la fruta. La superficie en acres del cultivo de la fruta por labrador varía entre 0,14-0,3 hm², lo que no es suficiente para que una producción compita en el sitio del mercado. Además, bajo condiciones generalmente poco favorables al sector agrícola; el impacto negativo de una comercialización e integración en el sector a un nivel reducido; además de la poca experiencia en la economía de mercado, los agricultores no cuentan con un crédito adecuado o señales del mercado, ni tampoco con la asistencia de empresas fuertes o de cooperativas agrícolas. Así es como los agricultores mantienen una posición de desventaja en el mercado y muchas ganancias se pierden, reduciendo aún más el crecimiento de los ingresos de los agricultores y la capacidad competitiva de la industria de los cítricos.

Una operación integrada en la industria de los cítricos es la base del desarrollo sostenible del sector. Las grandes empresas agrícolas, quienes son la opción prevalente en los países desarrollados, juegan un papel vital en cuanto a la creación de la imagen de un producto y a una alta clasificación, a la compilación de información de mercadeo y a la adopción de tecnología e innovación. La integración de los cítricos comenzó a mediados de 1990 en China, pero continúa en pequeña escala y a un nivel bajo. La situación actual es que aún no existe una empresa fuerte de productos agrícolas en el sector, el cual está compuesto de unas pocas compañías modestamente integradas con mucho éxito.

B. Corta presencia en el mercado, pobre calidad y una estructura irracional de variedades

En cuanto a su apariencia, la fruta cítrica china es de calidad mucho más inferior que la producida en otros países en el tamaño, constitución, brillo, color, etc., lo que puede ser el resultado de una mala condición de las huertas, mal manejo, y un tratamiento de los productos a un nivel comercial muy bajo. La mayoría de la fruta china es de calidad homogénea e incluso excede la de los productos importados de la misma variedad. Sin embargo, debido a que para el cultivo de variedades no se tienen en cuenta las condiciones naturales más apropiadas o favorables, no es posible representar la calidad intrínseca de la fruta. A pesar de que algunas variedades son internamente de buena calidad la tecnología del cultivo es anticuada, lo que se refleja en una fruta de mala apariencia. Por ejemplo, aún en algunos sitios donde se produce fruta de excelente calidad al interior, sólo el 25 por ciento de este producto posee una apariencia excelente, lo que impacta negativamente en las exportaciones de los productos cítricos chinos.

La industria de los cítricos en China tiene graves problemas estructurales que pueden ser resumidos como “cinco de más, cinco que faltan”: muchas mandarinas o tangerinas de cáscara floja vs. muy pocas naranjas de cáscara lisa, muchas variedades generales vs. pocas conocidas; buena calidad y especialmente de las nuevas; muchas variedades de mitad de temporada con una presencia muy corta en el mercado vs. muy pocas variedades tardías, es decir, cuya cosecha es al final de la temporada; muchas frutas frescas vs. muy pocos productos procesados; muchos productos primarios vs. muy pocos con un procesamiento completo con un alto valor añadido; muchos productos mediocres vs. muy pocos de alta calidad y con alto contenido tecnológico. Se trata de una característica única estructural lo que motiva el rechazo del comprador hacia estos

productos, no solamente en los mercados domésticos sino también en los mercados de exportación.

C. Tratamiento comercial y procesamiento retrasado

China le ha dado un tratamiento comercial inferior a sus frutas, especialmente a los cítricos. En la actualidad los cítricos completamente procesados (seleccionados, lavados, tratados con una capa de cera y de color y empacados en cartones) son difíciles de encontrar en el país, y mucho más un producto llamativo en los estantes de los supermercados. La mayoría de la fruta cítrica se empaca simplemente en canastas de bambú y algunas todavía en bultos. Tal empaque es de bajo nivel y sufre un alto deterioro durante el transporte. Aunque algunas frutas son empacadas en cartones, su apariencia, las especificaciones y resistencia de los cartones requieren ser mejoradas. Además, los empaques convenientes y elegantes de 2,5 a 10 kg se ven muy poco.

El almacenamiento y el transporte después del empaque no cumple los requerimientos actuales. Primero, existe un total de 30 000 almacenamientos refrigerados con una capacidad total de 6 millones de toneladas, depósitos con aire acondicionado de 2 millones de toneladas, lo que es insuficiente para el almacenamiento de la producción de la fruta en China. Segundo, los vehículos que transportan las frutas y los vegetales son generalmente carros de carga o camiones sin refrigeración o simplemente camiones pequeños con una base de hielo. Sólo un 10 por ciento de los vehículos están equipados con refrigeradores o con congeladores. En la actualidad existen 5 000 camiones pequeños refrigerados, casi 100 barcos refrigerados, y más de 57 900 carros de flete refrigerados de los cuales más de 5 000 son congeladores. La situación del transporte no es mejor que la del almacenamiento, los daños que ocurren durante éste se calculan entre el 15 y el 30 por ciento, lo que es muy alto.

En los últimos 20 años la industria procesadora de cítricos en China no ha alcanzado el ritmo de la producción, y es uno de los principales factores que obstaculiza el desarrollo de los cítricos en China. En 1999 China procesó alrededor de 700 000 toneladas de fruta cítrica, sólo un 5 por ciento de la producción total. Aparte de esta pequeñísima proporción, los productos procesados tienen poca diversidad. De los productos procesados los segmentos enlatados ocupan un alto porcentaje, alrededor de 300 000 toneladas, mientras que el zumo de naranja ocupa un nivel mucho más bajo. La desventaja de una industria de procesamiento subdesarrollada es exacerbada por un período muy reducido de maduración de la fruta cítrica en China. Durante el período de maduración llega mucha fruta al mercado, puesto que la industria procesadora no puede absorber adecuadamente la abundancia de la fruta. Esto conlleva a un exceso en la oferta de frutas en el mercado, reduciendo el precio aún más.

D. Mecanismo imperfecto del mercado, un sistema defectuoso de distribución de la mercancía de fruta y una infraestructura subdesarrollada

En la actualidad, el mecanismo del mercado para las frutas en China es defectuoso. La mayoría de los citricultores trabajan como cultivadores y mercaderes, con un acceso deficiente a la información del mercado y una capacidad inadecuada para competir. Existen pocos mercados mayoristas bien adaptados, o empresas claves especializadas en el mercadeo o intermediarios entre los productores y los consumidores. Además una comunicación y condiciones de transporte pobres y servicios financieros y de información inadecuados, contribuyen también a una distribución muy imperfecta de las frutas. Los mercados al por mayor y las compañías de fruta que están establecidas en algunas áreas son incapaces de promover su distribución, debido también a la falta de servicios de asesoría para los citricultores.

Las condiciones de estructuras anticuadas, como las de las comunicaciones y el transporte, impiden considerablemente la exportación de los cítricos chinos. De hecho, los citricultores chinos de las zonas al interior del país tienen grandes dificultades en transportar sus productos, especialmente los productos agrícolas que van en grandes cantidades a los puertos. En comparación, el Gobierno de los Estados Unidos ha invertido una gran cantidad en los servicios de transporte, lo que facilita enormemente la transferencia de la fruta de las áreas de producción a los puertos, lo que también significa que en los Estados Unidos una gran proporción (30

por ciento) del total de los productos agrícolas son exportados. Se puede decir que con la entrada de China en la OMC el impacto de la liberalización del comercio de los productos agrícolas se concentra en las áreas de la costa, mientras que la mayoría de los productos agrícolas chinos continuarán siendo destinados para el consumo doméstico.

III. POSIBLES FORMAS DE DESARROLLO

A. Estrategia general: tomar la oportunidad de desarrollar los mercados internacionales

Partiendo de la situación actual de la producción de cítricos y de su mercadeo, la estrategia del desarrollo de la citricultura en China debe: mantener, desarrollar y fortalecer la ventaja comparativa de la industria de los cítricos, avanzar con la regionalización y la reestructuración de las variedades, mejorar el rendimiento y la calidad, intensificar el tratamiento comercial y el procesamiento de la fruta, acelerar la industrialización del procesamiento de la fruta y la explotación de los mercados domésticos e internacionales, impulsados por los avances tecnológicos, centrados en la ganancia y con el objetivo de fortalecer la competitividad, haciendo de la citricultura la industria más competitiva de la agricultura.

Después de su entrada en la OMC, China abrirá sus mercados a todos los miembros y viceversa. La mandarina de cáscara floja china y las naranjas de piel lisa de Europa y América se complementan en gran parte. Los centros de producción en otros países del mundo que requieren de una intensa mano de obra, serán trasladados a China. La industria de enlatados debe ser desarrollada de una forma estable a fin de que China se convierta en el productor y exportador más grande e importante de fruta cítrica enlatada.

B. Estrategia de producción

El ajuste regional y de las variedades basado en la ventaja comparativa, la producción regional y especializada que va de acuerdo con la ventaja comparativa regional y los caracteres biográficos, deben ser promovidos. En las áreas más adecuadas para el cultivo de los cítricos se deben desarrollar las variedades tempranas y tardías; en los lugares donde se pueda cultivar la naranja dulce no se debe sembrar mandarina de cáscara floja; se debe llegar a la capacidad de oferta durante todo el año en las áreas de producción de naranja dulce; las características de una calidad excelente se requieren para las variedades que maduran en mitad de temporada. En cuanto a la estructura varietal, se recomienda que la producción de naranja, especialmente de las variedades tardías de excelente calidad, se enfoque en las variedades que se prestan para hacer zumo (la naranja Jin, Xue Gan, Hamlin y de Valencia). También se recomienda el cultivo en gran escala de otras variedades como el limón y la uva, con propósitos comerciales en áreas económicamente apropiadas. Se debe restringir el desarrollo de las variedades de cáscara floja, al mismo tiempo que se deben seleccionar o eliminar las variedades mediocres como la tangerina y algunas otras variedades locales. Se debe mejorar la calidad con una disponibilidad equilibrada de la fruta cítrica durante todo el año mediante la reestructuración varietal y la introducción de variedades de alta calidad. Una alta calidad y un bajo costo se deben lograr modernizando el manejo de las huertas e incrementando la asistencia técnica.

C. Estrategia de la industria: acelerar la industrialización basada en la integración de los sectores relacionados con los procesos antes, durante y después de la producción (sectores indirectos)

Mediante la formulación de políticas de apoyo a la integración de los sectores indirectos, el establecimiento y desarrollo de un sistema de servicios socializados para la industria de la fruta y consolidación de la unificación entre los agricultores; motivarlos a establecer una variedad de organizaciones que persigan sus propios intereses, tales como asociaciones y cooperativas de agricultores para establecer una reducción de los costos de las frutas y de los materiales de producción, y para fortalecer la competencia de los agricultores en el desarrollo del mercado. Además, instruir, motivar y apoyar el desarrollo de las entidades industrializadas como las cooperativas de frutas, las asociaciones y compañías, etc.; promover y perfeccionar “el orden en la industria de la fruta”, integrar las empresas claves u organizaciones entre los agricultores que estén interesados, lo que sería una operación en gran escala; volver popular y perfeccionar el modo de una organización industrializada, tal como “compañía + huerta de fruta + hogar”, “mercado + base de producción +

hogar”, “cooperativa + empresa + hogar”, “asociación especializada + empresa procesadora + hogar”; popularizar varios mecanismos de una participación de ganancias que se ha integrada en forma de contrato, de cooperación y de acciones; establecer entidades especializadas como Sunkist en los Estados Unidos, integrando la producción y el mercadeo de la fruta mediante la reorganización del capital.

Lo anterior con el objetivo de ayudar a las organizaciones de los agricultores a que construyan conjuntamente líneas de selección y de empaque en gran escala; para mejorar el tratamiento comercial posterior a la cosecha, para promover la selección mecánica de la fruta y el empaque de acuerdo a los grados, un mejor diseño del material de empaque y del empaque en sí; para aprender de la experiencia de la Comunidad Europea mediante el establecimiento de fondos operacionales de apoyo a los sindicatos de los productores, mediante la financiación de proyectos específicos para la industria procesadora de la fruta; para introducir una tecnología extranjera y fondos que conlleven al establecimiento de compañías de riesgos compartidos y empresas cooperativas con el propósito de renovar las actuales y fortalecer las tecnologías de refrigeración, empaque y procesamiento que requieren las operaciones en gran escala.

También con el fin de desarrollar los canales múltiples de mercadeo, especialmente reforzar el desarrollo del mercado mayorista de la fruta en las áreas de producción; con el objetivo de preparar los procedimientos técnicos estándares antes, durante y después de la producción lo más pronto posible y elaborar estándares de calidad y sistemas de calidad del manejo. Otros elementos incluyen: dirigir los agricultores a las organizaciones locales para elaborar el tipo de publicidad y hacer promoción de ventas que permitan dar a conocer las marcas locales; establecer un sistema de monitoreo y de alarma en caso de una producción y oferta excesivas, y tomar medidas de emergencia si es necesario; mejorar la red de información del mercado y proveer información internacional y nacional del mercado a los agricultores y reforzar la infraestructura, como por ejemplo, el transporte interno y la comunicación para facilitar la distribución y el transporte de la fruta.

D. Estrategia de importación y exportación: fortalecer la exportación y el control de importaciones

Con el objetivo de establecer fondos para la exportación de productos agrícolas, con el ánimo de explorar los mercados internacionales y proveer garantías de crédito a los exportadores nacionales; elaborar un programa de promoción de la exportación de los productos agrícolas y expandir el mercado de la fruta a nivel internacional; permitirles a las empresas nacionales proveer ventas a crédito a los importadores extranjeros; construir una competitividad estratégica a nivel internacional mediante una marca conocida, alta calidad y ventajas comparativas; explorar los múltiples canales de exportación con un enfoque en los mercados claves; fundar asociaciones nacionales de cultivadores de fruta y procesadores, estandarizar las exportaciones al mismo tiempo que se aplican precios de protección dentro de la industria, y expandir de forma estable la proporción del mercado internacional, al mismo tiempo que se responde activamente a las demandas contra el dumping.

Las políticas efectivas de importación deben ser redactadas de tal manera que protejan la producción doméstica y los mercados. Primero, los aranceles deben ser trasladados de los aranceles actuales a los derechos *ad valorem* de aduana específicos, tal como en los Estados Unidos, o derechos que varían con las temporadas, con el fin de prevenir la entrada descontrolada de la fruta extranjera durante las épocas por fuera de temporada. Segundo, en circunstancias especiales, por ejemplo, cuando el precio de importación o la cantidad excede el mínimo nivel predeterminado, se debe recurrir a una acción de salvaguardia especial. Tercero, una acción antisubsidios y antidumping, debe ser elaborada contra las importaciones excesivas de la fruta extranjera subsidiada, que se reflejaría en una oferta excesiva en el mercado. Cuarto, las variedades de frutas sin una ventaja comparativa, especialmente de algunos productos procesados, pueden ser reemplazadas por productos importados, que pueden servir de compensación debido a los controles del acceso al mercado,

además de que satisfacen la demanda doméstica. Quinto, las medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF) deben ser fortalecidas, es decir, que se deben definir las áreas expuestas a las plagas y de cuarentena, especificando las contramedidas elaboradas con un estándar MSF estricto pero flexible. Además, la administración del Estado para la inspección de la importación/exportación y la cuarentena (SAIQ), debe imponer cuarentena sobre los químicos agrícolas, realizar pruebas al azar de la fruta importada y obtener información sobre la aplicación de plaguicidas y residuos en los países exportadores, a fin de facilitar dicha inspección.

IV. PERSPECTIVAS

La industria de los cítricos en China está pasando actualmente por un período de transiciones, es decir, la transición de una producción extensiva basada en la cantidad a una basada en la calidad; de la concentración en la producción, a la conexión con las actividades pre y posproducción; de una producción, oferta y mercado aislados a una integración de estos tres. Ello representa la transformación de una industria introspectiva a una con una orientación hacia afuera. Sin embargo, en el curso de la transición existen los siguientes cinco problemas cardinales que obstaculizan el mercado de cítricos en China: a) una producción familiar en ínfima escala y una industrialización a bajo nivel; b) una presencia muy corta de los productos en el mercado, poca calidad y estructura irracional; c) un tratamiento comercial y procesamientos retrógrados; d) un mecanismo del mercado imperfecto, un sistema de distribución defectuoso para las mercancías y una infraestructura subdesarrollada; e) un comercio de exportación desordenado. Una vez que se encuentra una solución a todos los problemas aquí mencionados, el sistema de distribución/mercadeo funcionará más eficazmente, incrementando por ende las ganancias de los participantes, es decir, los productores, procesadores y comerciantes, poniendo a la industria de los cítricos en China sobre los rieles de un desarrollo sostenible. Se puede anticipar que después de la entrada de China en la OMC, las empresas relacionadas tanto a nivel nacional como en el extranjero, comercializarán y distribuirán sus frutas más libremente mediante un mercado más liberalizado, poniendo en línea la economía de China con la mundial. En un futuro no muy lejano, las exportaciones de los cítricos chinos aumentarán constantemente, ya bien sea de frutas frescas o de productos procesados.

Bibliografía

1. Chunjie Qi, Zhongchao Feng(1996). *Impact of the Uruguay Round Agreements on the Development of China's Agriculture. China's Farmers and Rural Economics*. Beijing: Chinese Agriculture Press.
2. Chunjie Qi, Xiuxin Deng(2000). *Comparison on Citrus Production between China and USA*. World Agriculture 3:3-4.
3. Chunjie Qi, Xiuxin Deng(2000) . *The Impact of WTO Accession on China's Citrus Market*. Journal of Agrotechnical Economics3:50-54.
4. Chunjie Qi(2000). *Chinese and U.S. Citrus Industry : A Comparative Study*. Journal of International Trade7:28-31.
5. Chunjie Qi (2000). *Impact of WTO Accession on China's Agriculture and the Prospect of Horticultural Industry in China*. Journal of Central China (Huazhong) Agricultural University, Sup.Sum.32:6-12.
6. Chunjie Qi (2001). *China's Fruit Growing Industry after WTO*. Journal of International Trade 1:6-10.

Cuadro 1 - China: Producción total anual y por cápita de fruta en algunos años seleccionados

Año	Frutas		Manzanas		Fruta cítrica		Peras	Uvas	Banano
	Total	Por cápita	Total	Por cápita	Total	Por cápita	Total	Total	Total
1952	244,3	4,3	11,8	0,21	20,7	0,36	39,4	4,8	11,0
1978	657,0	6,9	227,5	2,36	38,3	0,40	151,7	10,4	8,5
1985	1 163,9	11,1	361,4	3,42	180,8	1,71	213,7	36,1	63,1
1999	6 237,6	49,8	2 080,2	16,52	1 078,7	8,58	774,2	270,8	419,4

Fuente: Oficina nacional de estadísticas. Anual de estadísticas rurales de China, 2000

Cuadro 2 - China: Comparación entre la producción de fruta y la población por regiones, 1999

Regiones	Producción y proporción		Población y proporción	
	Rendimiento (toneladas)	Proporción (%)	Población (personas)	Proporción (%)
Norte (Huabei)	5 943 961	9,53	140 991 399	11,51
Noreste (Dongbei)	3 234 837	5,19	103 801 769	8,47
Este (Huadong)	19 483 665	31,24	353 174 704	28,83
Centro-sur y sur	17 587 914	28,20	346 092 051	28,25
Sudoeste (Xinan)	4 133 506	6,63	192 790 500	15,74
Noroeste (Xibei)	7 632 994	12,24	88 064 953	7,19
Total	62 376 432		1 224 915 376	

Fuente: Ministerio de Agricultura, estadísticas sobre la agricultura, 1999

Cuadro 3 - Fruta provincial china, producción cítrica y rendimiento por cápita, 1999

		Total frutas 10 000 (TM)		Frutas (kg/pers/año)		Total fruta cítrica (TM)		Fruta cítrica (kg/pers/año)	
		Producción	Procedencia	Producción	Procedencia	Producción	Procedencia	Producción	Procedencia
Total		62 376 432		49,8		10 787 059		8,81	
Norte de China	Beijing	540 577	22	43,2	13				
	Tianjin	255 187	25	26,6	18				
	Hebei	6 437 654	2	95,5	5				
	Shanxi	2 102 476	11	65,9	9				
	Interior Mongolia	208 067	27	8,8	28				
Noreste	Liaoning	2 566 685	9	61,6	11				
	Jilin	496 192	23	18,7	22				
	Heilongjiang	171 960	29	4,5	30				
Este de China	Shangai	251 084	26	17,1	24	133 860	10	10,19	10
	Jiangsu	1 630 878	14	22,7	21	62 081	13	0,89	14
	Zhejiang	2 791 878	8	62,5	10	2 120 078	1	47,5	2
	Anhui	961 726	17	15,5	26	6 859	17	0,11	17
	Fujian	3 941 037	6	119,2	2	1 589 142	2	48,40	1
	Jiangxi	703 877	21	16,7	25	539 222	8	13,10	8
	Shandong	9 203 185	1	103,9	3				
China Central & Sur	Henan	3 494 215	7	37,4	15	14 084	15	0,15	16
	Hubei	2 085 010	12	35,2	16	993 502	6	16,72	6
	Hunan	1 730 080	13	26,5	19	1 496 568	3	22,95	3
	Guangdong	6 226 758	3	86,4	6	836 091	7	11,46	9
	Guangxi	4 051 851	5	86,3	7	1 061 790	5	22,80	4
	Hainan	759 555	18	100,3	4	11 219	16	1,501	13
Sudoeste	Chongqing	717 046	20	23,4	20	526 695	9	17,14	5
	Sichuan	2 345 280	10	27,5	17	1 162 243	4	13,90	7
	Guizhou	325 724	24	8,8	27	112 731	11	3,15	11
	Yunnan	738 302	19	17,7	23	89 435	12	2,23	12
	Tibet	7 154	31	2,8	31				
Noroeste	Shaanxi	4 934 916	4	136,8	1	29 588	14	0,84	15
	Gansu	1 107 397	16	43,8	12	1 871	18	0,08	18
	Qinghai	24 144	30	4,8	29				
	Ningxia	202 343	28	37,4	14				
	Xinjiang	1 364 194	15	77,5	8				

Fuente: Oficina nacional de estadísticas. Anual de estadísticas rurales de China, 2000

Cuadro 4 - Consumo de alimentos por familia y consumo de fruta¹ en años seleccionados

Año		1985	1990	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Familia urbana	Gasto alimentación (Yuan)	351,27	639,77	1 422,49	1 766,02	1 904,71	1 942,59	1 926,89	1 932,10
	Gasto en fruta (Yuan)	11,25	22,35	81,12	112,10	117,69	127,03	120,73	130,02
	Proporción en fruta (%)	3,2	3,5	5,7	6,3	6,2	6,5	6,3	6,7
	Consumo fruta (kg/pers)	5,12	13,58	33,51	36,56	40,72	45,48	47,86	46,07
Familia rural	Gasto alimentación (Yuan)	183,43	343,76	589,47	768,19	885,49	890,28	849,64	829,02
	Gasto en fruta (Yuan)	4,42	9,69	30,26	39,89	45,17	47,19	44,18	46,00
	Proporción en fruta (%)	2,4	2,8	5,1	5,2	5,1	5,3	5,2	5,5
	Consumo fruta (kg/pers)	2,01	5,89	12,50	13,01	15,63	17,23	19,24	18,35

Fuente: Oficina nacional de estadísticas. Anuales de estadísticas rurales de China, 1985-2000; Anuales de estadísticas rurales de China, 1996- 2000.

¹ Incluye el melón

Cuadro 5 - China: Variación de los ingresos netos por cápita entre la familia rural y la familia urbana (Yuan), 1978-1999

Año	Familia rural		Familia urbana		Año	Familia rural		Familia urbana	
	Ingreso neto por cápita	Index (1978=100)	Ingreso principal	Index (1978=100)		Ingreso neto por cápita	Index (1978=100)	Ingreso principal	Index (1978=100)
1978	133,6	100,0	343,4	100,0	1990	686,3	311,2	1 510,2	198,1
1980	191,3	139,0	477,6	127,0	1991	708,6	317,4	1 700,6	212,4
1981	223,4	160,4	492,0	127,7	1992	784,0	336,2	2 026,6	232,9
1982	270,1	192,3	527,0	134,1	1993	921,6	346,9	2 577,4	255,1
1983	309,8	219,6	564,0	140,7	1994	1 221,0	364,4	3 496,2	276,8
1984	355,3	249,5	651,0	158,1	1995	1 577,7	383,7	4 283,0	290,3
1985	397,6	268,9	739,1	160,4	1996	1 926,1	418,2	4 838,9	301,6
1986	423,8	277,6	899,6	182,5	1997	2 090,1	437,4	5 160,3	311,9
1987	462,6	292,0	1 002,2	186,9	1998	2 162,0	456,2	5 425,1	329,9
1988	544,9	310,7	1 181,4	182,5	1999	2 210,3	473,5	5 854,0	360,6
1989	601,5	305,7	1 375,7	182,8					

Fuente: Oficina nacional de estadísticas. Anual de estadísticas rurales de China, 2000

Cuadro 6 - Proyección de la demanda de fruta en China, 2005-2030

	Demanda por cápita (kg)					Demanda total (10 000 ton.)				
	1998 efectivo	2000 proyectado	2005 proyectado	2015 proyectado	2030 proyectado	1998 efectivo	2000 proyectado	2005 proyectado	2015 proyectado	2030 proyectado
Fruta	42,0	43,1	52,8	60,0	93,6	5 242	5 503	6 751	8 713	14 982
Manzanas	15,6	15,4	14,9	16,0	20,0	1 948	1 965	1 898	2 320	3 202
Cítricos	5,0	5,3	10,3	11,7	16,0	624	678	1 315	1 699	2 565

Fuente: Estrategia de China para el desarrollo de la agricultura a comienzos del siglo 21. Liu jiang. Publicaciones chinas de la prensa agrícola. Junio ,2000

Cuadro 7 - China: Cuadro balanza oferta y demanda (10 000TM)

Año		1998 efectivo	2000 pronóstico	2005 pronóstico	2015 pronóstico	2030 pronóstico
Fruta	Demanda	5 242	5 503	6 751	8 713	14 982
	Producción	5 453	5 725	7 673	10 311	16 539
	Excedente & déficit	211	222	922	1 599	1 557
	Proporción de la demanda	4,0%	4,0%	13,6%	18,4%	10,4%
	Proporción de la producción	3,9%	3,9%	12,0%	15,5%	9,4%
Manzanas	Demanda	1 747	1 790	1 898	2 320	3 202
	Producción	1 747	2 045	2 741	3 684	4 958
	Excedente & déficit	0	255	843	1 363	1 756
	Proporción de la demanda	0,0%	14,2%	44,4%	58,8%	54,8%
	Proporción de la producción	0,0%	12,5%	30,7%	37,0%	35,4%
Fruta cítrica	Demanda	624	678	1 315	1 699	2 565
	Producción	624	876	987	1 326	2 100
	Excedente & déficit	0	198	-328	-373	-465
	Proporción de la demanda	0,0%	29,2%	25,0%	21,9%	18,1%
	Proporción de la producción	0,0%	22,6%	33,3%	28,1%	22,2%

Fuente: Estrategia de China para el desarrollo de la agricultura a comienzos del siglo 21 Liu jiang. Publicaciones chinas de la prensa agrícola. Junio, 2000.

Cuadro 8 - China: Transacciones de los productos de consumo en los mercados urbanos y rurales, 1985-1998

Año		1985	1990	1995	1996	1997	1998
N° de mercados en el campo	áreas urbanas	8 013	13 106	19 892	20 832	22 352	24 127
	áreas rurales	53 324	59 473	63 000	64 559	64 753	65 050
	total	61 337	72 579	82 892	85 391	87 105	89 177
Ventas fiscales de los mercados rurales (100 millones RMB)	áreas urbanas	120,4	837,8	6 176,4	7 882,5	9 468,8	11 042,8
	áreas rurales	511,6	1 330,4	5 413,7	6 812,4	7 955,7	8 792,7
	total	632	2 168,2	11590,1	14 694,9	17 424,5	19 835,5
Ventas fiscales de productos agrícolas y ganadería en los mercados rurales (100 millones RMB)	cereales y aceite	49,6	146,8	904	1 141,1	1 360,6	1 464,8
	carne, productos aves y huevos	140,1	618,8	2 221,4	2754	3 338,2	3 557,4
	productos pesqueros	33,2	182,3	870,1	1 134,7	1 386,1	1 659
	vegetales	48,8	264,2	1 202,8	1 590	1 944,6	2 207
	fruta seca y fresca	25,4	183,5	781,9	980,4	1 106,4	1 234,7
	ganado	32,6	38,3	105,5	123,4	139,5	148,1

Fuente: Oficina nacional de estadísticas. Anual de estadísticas rurales de China, 1999.

Cuadro 9 - Los mercados de los productos agrícolas chinos y su valor comercial

	Número de los mercados			Valor comercial		
	total	urbano	rural	total	urbano	rural
Mercados de productos agrícolas y derivados	26 236	9 600	16 636	5 372,9	3 220	2 152,9
Mercados completos de productos agrícolas y derivados	18 192	7 021	11 171			
Mercados especializados de productos agrícolas y derivados	8 044	2 579	5 465			
Mercados mayoristas de productos agrícolas y derivados	4 243	1 880	2 363	2 869,3	1 914,5	954,8
Mercados mayoristas de vegetales	1 288	528	760	926,2	618,4	307,8
Mercados mayoristas de fruta seca y fresca	836	440	396	398,5	296,8	101,6
Mercados mayoristas de pescado y sus productos	323	150	173	320,1	193,2	127
Mercados mayoristas de carne, aves y huevos	270	169	101	168,7	124,6	44,1
Mercados mayoristas de productos cereales	543	193	350	223,8	130,3	93,6
Mercados mayoristas de aceite vegetal para la cocina	23	4	19	9,8	0,8	9
Mercados mayoristas de cerdos lechones	221	24	197	21,2	5,9	15,3
Mercados mayoristas de medicinas y productos médicos	35	12	23	130,7	108,5	22,2
Otros mercados mayoristas	704	360	344	670,3	436	234,3

Fuente: Oficina nacional de estadísticas. Anual de estadísticas rurales de China, 1999

Cuadro 10 - China: Volumen de compra, venta y almacenaje para la oferta y comercialización de productos de las cooperativas

	Compras de los productores	Importaciones	Al por mayor		Al detal	Existencias fin de año
			Ventas a la industria procesadora	Ventas a los mayoristas y minoristas		
Manzana	380 793	—	28 661	388 213	110 196	36 820
Cítricos	315 134	—	16 617	325 373	38 005	3 333

Fuente: Oficina nacional de estadísticas. Anual de estadísticas rurales de China, 1999.

Cuadro 11 - Frutas en China: Producción, volumen de exportación 1980-1999

Año	Producción (10 000 ton)			Volumen de exportación		
	Fruta	Manzanas	Cítricos	Frutas (10 000 ton)	Manzanas (ton)	Cítricos (ton)
1980	679,3	236,3	71,3	24,2	110 418	77 526
1981	780,1	300,6	79,8	19,9	67 068	73 953
1982	771,3	243	93,9	20,8	65 005	78 943
1983	948,7	354,1	129,6	19,6	57 854	83 410
1984	984,5	294,1	149,9	17,4	44 496	69 157
1985	1 163,9	361,4	180,8	21,4	56 935	81 599
1986	1 347,7	333,7	254,8	22,4	50 334	99 855
1987	1 667,9	426,4	322,4	24,4	63 302	102 124
1988	1 666,1	434,4	256	29,8	100 288	109 317
1989	1 831,9	449,9	456,1	25,2	79 018	101 422
1990	1 874,4	431,9	485,5	22,6	70 688	89 938
1991	2 176,1	454	633,3	16	33 137	69 323
1992	2 440,1	655,6	516	14,6	51 396	92 830
1993	3 011,2	907	656,1	32	134 222	114 257
1994	3499,8	1112,9	680,5	39,2	124.062	152.108
1995	4214,6	1400,8	822,5	39,8	138.106	156.950
1996	4652,8	1704,7	845,7	56	190.019	171.741
1997	5089,3	1721,9	1010,2	68	214.962	233.011
1998	5452,9	1948,1	859	66	204.469	175.458
1999	6237,6	2080,2	1078,7	73	219.196	176.336

Fuente: cifras de exportación de la manzana y los cítricos (incluyendo tangerinas y naranjas) de FAOSTAT DATA, FAO; otras cifras de la Fuente: Oficina nacional de estadísticas. Anual de estadísticas rurales de China, 2000

Cuadro 12 - Los cítricos chinos y volumen y valor de las exportaciones de otra fruta, década 1990

mercancías	unidad	1990	1995	1998	1999	% de 98
fruta fresca, seca y nueces	10 000TM		49	66	73	110,61
	\$1 000	10 286	1 8175	36 982	34 211	92,5
tangerinas y naranjas	10 000TM		13 1798	161 159	166 448	103,28
	\$1 000	3 108	5 570	4 612	3 957	85,8
manzanas frescas	10 000TM		10 8946	170 329	219 196	128,69
	\$10 000	2 559	4 530	6 454	7 593	117,7

Fuente: Oficina de estadísticas nacionales. Anual de estadísticas rurales de China, 2000

Cuadro 13 - Fruta cítrica china: Volumen y valor de las importaciones y exportaciones, 1998

N° registrado de las mercancías	Artículos	Export			Import		
		volumen (kg)	valor (\$1 000)	Precio exportación (\$/kg)	volumen (kg)	valor (\$1 000)	Precio importaciones (\$/kg)
805	Cítricos secos y frescos	175 458 437	48 886	3,59	5 591 962	1 924	2,91
851000	naranjas	5 430 969	1 097	4,95	3 734 779	1 267	2,95
8052010	Tangerinas Jiao	14 255 240	6 022	2,37	103 175	37	2,79
8052090	Cítricos cruzados y otro tipo	141 473 184	39 003	3,63	150 956	66	2,29
8053000	Limas & limones	177 879	88	2,02	493 605	228	2,17
8054000	Pomelos	9 501 900	1 377	6,9	1 107 411	311	3,56
8059000	Fruta cítrica no incluida en las listas	4 619 265	1 299	3,56	2 036	15	0,136

Fuente: Estadísticas de la Oficina de Aduanas China, 1998.

Cuadro 14 - Aranceles e impuestos sobre el valor añadido para los cítricos, 1999

		Tipo arancelario		Tipo impuesto valor añadido	Tipo derechos efectivos mínimos
		(NMF)①	(general)②		
Cítricos frescos	Naranjas	40	100	13/17	58
	Tangerinas	40	100	13/17	58
	Limones	40	100	13/17	58
	Toronjas	40	100	13/17	58
	Otros cítricos	40	100	13/17	58
Cítricos enlatados	Cítricos	30	90	17	52
	Otros preparados cítricos	30	90	17	52
Zumos frutas	Zumo naranja (congelado)	35	90	17	58
	Zumo naranja (sin cong)	35	90	17	58
	Zumo de pomelo	35	90	17	58
	Otros zumos de cítricos	35	90	17	58

Notas ① el tipo aplicado a las importaciones de los países que gozan del estatus comercial con China de NMF.

② Se aplica tipo general a las importaciones de los socios de comercio sin estatus NMF.

Fuente: RPC Guía Arancelaria de Aduanas 1999