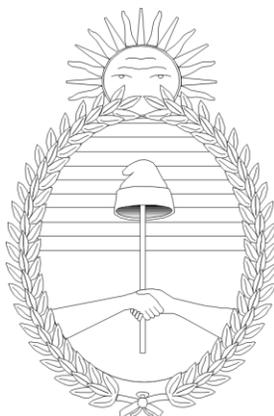


CONSULADO GENERAL Y CENTRO DE PROMOCIÓN
ARGENTINA EN SHANGHÁI

CONSEJERÍA AGROINDUSTRIAL DE LA EMBAJADA ARGENTINA
EN BEIJING

SECCIÓN ECONOMICA DE LA EMBAJADA ARGENTINA EN
BEIJING



CEREZAS

Junio 2018

1.- Breve descripción del mercado

La cereza en China es una fruta muy admirada, tanto que su uso escapa al concepto de la alimentación y hay hogares en este país que las usan como adorno. También se aprecian mucho como regalo, sobre todo para el año nuevo chino que se rige por el calendario lunar y suele caer a fines de enero o a principios de febrero.

Si bien el producto cuenta con un arancel de importación del 10%, dado que Chile, uno de los principales proveedores de cerezas de China, cuenta con un Tratado de Libre Comercio en plena implementación que le permite ingresar con un arancel del 0%, le ha permitido potenciar sus presencia en el mercado chino, compitiendo con una ventaja frente a otros países, como Estados Unidos o Canadá, la que sumada a la estacionalidad, que les permite estar presentes con un producto fresco justo en el comienzo del pico de demanda, como es el año nuevo chino (fines de enero o febrero de cada año, en función al calendario lunar).

En China la cereza se acostumbra a comer en fresco, sola como snack, y muy excepcionalmente su uso está ligado a la repostería o a ser consumida después de las comidas a modo de postre. Hoy en día los habitantes de este país están tomando conciencia acerca del cuidado de la salud, por lo que están privilegiando cada vez más el consumo de fruta fresca, más si tienen claridad acerca de los beneficios que con ello consiguen: las vitaminas y minerales que les aporta y cómo éstos mejoran su calidad de vida.

En los supermercados se pueden encontrar en formatos de clamshell de 250 gr y 500 gr, bolsas selladas, así como listas para venta a granel e incluso en las cajas enteras. En la época de año nuevo chino también se pueden encontrar cajas de mayor gramaje, listas para regalo. En mercados de fruta es frecuente encontrar su venta a granel, muchas veces haciendo referencia al origen de la fruta.

El consumo de la cereza se ha masificado en toda la zona costera, principalmente en las grandes ciudades de la costa este.

Tabla 1: Consumo aparente de cereza fresca (Kg)

	2015	2016	2017	Crecimiento
Producción	220.000.000	250.000.000	320.000.000	28%
Importación	91.502.440	109.138.900	101.885.200	-6,65%
Exportación	3.419	1.982	49.125	2379%
Consumo	311.499.021	359.036.918	421.836.075	17,49%

2.- Estadísticas de Importación

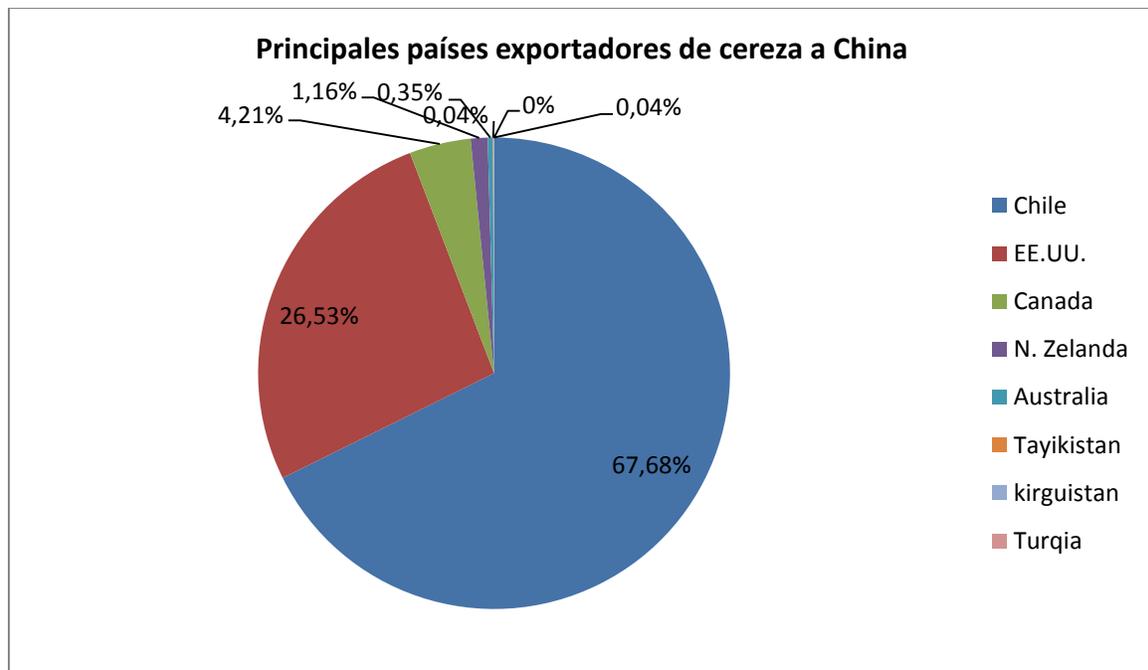
Según las estadísticas de la FAO de las Naciones Unidas, el área de plantación mundial y el volumen de producción de cerezas han crecido constantemente en los últimos años. En 2016,

la producción mundial de cerezas superó las 2,36 millones de toneladas con casi 448,000 hectáreas plantadas. Sin lugar a dudas, la industria está en un buen momento, con excelentes precios de los productos, crecimiento exponencial del mercado y ganancias razonables, todo lo cual parece apuntar a la viabilidad de sostener este crecimiento a más largo plazo.

En China, la popularidad de la cereza es aún más pronunciada: sus enérgicas ventas a lo largo de los años han llevado a la fruta a convertirse en la estrella más brillante durante las vacaciones del Festival de Primavera o Año nuevo chino.

La producción local de cerezas en China ha respondido fuertemente a estos estímulos de la demanda, logrando acaparar buena parte de su crecimiento en los últimos años. Los datos de la Aduana de China indican que China importó casi 102,000 toneladas de cerezas valoradas en USD 770 millones en 2017, disminuyendo en un 6,6% en volumen y un 3% en valor en comparación con 2016 (109,000 toneladas y 790 millones de dólares, respectivamente). En 2017, las cerezas de ocho países se importaron a China, que son (en orden de cuota de mercado) Chile, EE. UU., Canadá, Nueva Zelanda, Australia, Tayikistán, Kirguistán y Turquía.

Gráfico 1 Principales países exportadores de cereza a China 2017



Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Estadísticas 2017

Países de origen	Valor (USD)	Participación	Cantidad (KG)	Participación
------------------	-------------	---------------	---------------	---------------

Chile	543.678.268	70,67%	68.950.925	67,68%
EE.UU.	170.376.063	22,15%	27.026.080	26,53%
Canadá	26.354.883	3,43%	4.288.419	4,21%
N. Zelanda	22.089.245	2,87%	1.177.547	1,16%
Australia	6.322.244	0,82%	358.739	0,35%
Tayikistán	273.433	0,04%	43.421	0,04%
Kirguistán	219.207	0,03%	38.515	0,04%
Turquía	9.360	0,00%	1.560	0,00%
En total	769.322.700	100%	101.885.200	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Estadísticas 2016

Países de origen	Valor (USD)	Participación	Cantidad (KG)	Participación
Chile	647.775.882	81,63%	91.637.292	83,96%
EE.UU.	103.516.578	13,04%	13.829.726	12,67%
N.Zelanda	16.548.944	2,09%	982.579	1,75%
Canadá	15.024.525	1,89%	1.909.660	0,90%
Australia	10.301.561	1,30%	669.700	0,61%
Kirguistán	246.648	0,03%	78.183	0,07%
Tayikistán	179.592	0,02%	31.761	0,03%
En total	793.593.700	100%	109.138.900	100%

Fuente: Elaboración propia

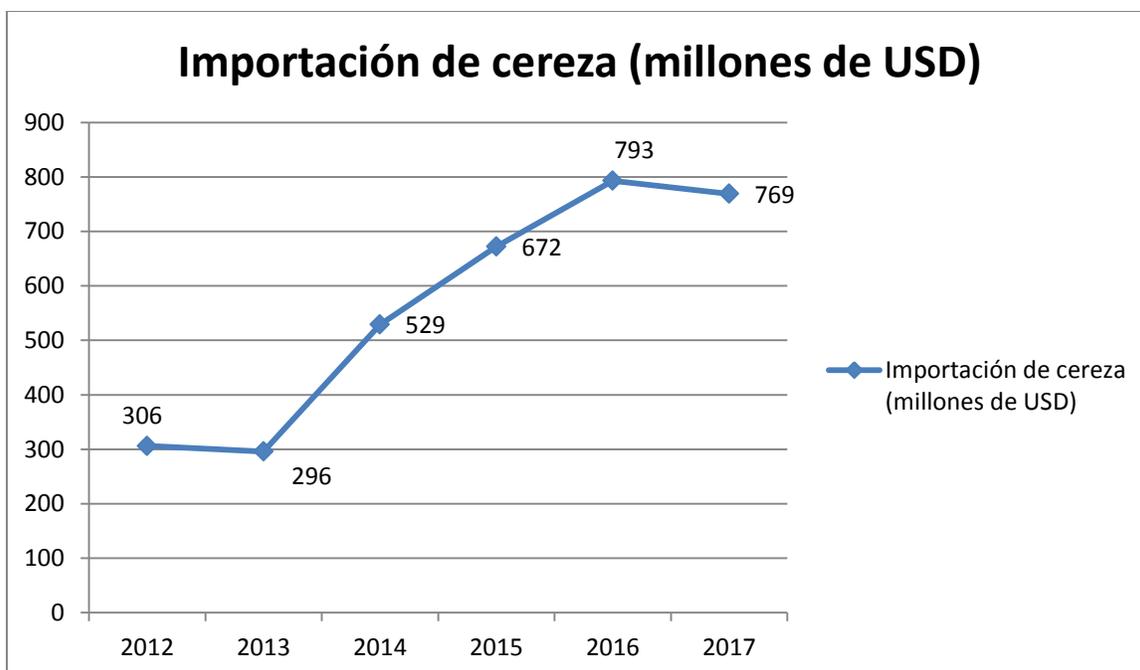
Tabla 4. Estadísticas 2015

Países de origen	Valor (USD)	Participación	Cantidad (KG)	Participación
Chile	532.030.772	79,12%	74.328.356	81,23%
EE.UU.	97.594.329	14,51%	13.001.528	14,21%
Canadá	25.183.414	3,74%	3.065.833	3,35%
N. Zelanda	11.479.178	1,71%	666.881	0,73%
Australia	6.016.583	0,89%	392.266	0,43%
Tayikistán	137.340	0,02%	29.579	0,03%
Kirguistán	36.000	0,01%	18.000	0,02%
En total	672.477.600	100%	91.502.440	100%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con el siguiente gráfico, desde el año 2012 la importación de cerezas en China ha experimentado un gran aumento

Gráfico 2: Tendencia de importación chinas de cereza 2010 -2017



Fuente: Elaboración propia

3.- Tratamiento Arancelario

Tabla 5: Arancel de importación e impuesto

Posición	Descripción	Derecho importación	I.V.A.
08092900	Cerezas frescas	10%	11%

Fuente: Consejería Agroindustrial de Argentina en la República Popular China

Tabla 6: Comparación con otros países con ventajas arancelarias

N. Zelanda	Chile	Australia	Pakistán	Canadá	EE.UU.	Kirguistán
0%	0%	2%	5%	10%	10%	10%

Fuente: Elaboración propia

4.- Requisitos de importación – Certificaciones de calidad

Cada país exportador que desee exportar cerezas debe contar con la habilitación por parte del Departamento de Cuarentena Vegetal y Animal de la Aduana de China. Comúnmente

el importador debe contar con un permiso de importación de frutas, que es expedido por la oficina de Aduana de la región de China en la cual el importador opera. Con posterioridad, el importador solicitará a su contraparte la documentación necesaria para aprobar los procedimientos que la administración imponga sobre el embarque, enfocadas principalmente en la certificación fitosanitaria que debe emitir la autoridad sanitaria del país exportador, en base al control de los requisitos acordados previamente entre las partes.

En este sentido, la Argentina se encuentra negociando el acceso de sus cerezas a China. Este es un procedimiento que se inició en 2012, pero por una política de priorización de un producto a la vez en la negociación por parte de la autoridad sanitaria china, hubo que finalizar primero las negociaciones de peras y manzanas (2014), uvas de mesa (2016), arándanos (2017), para ahora poder avanzar con la definición de requisitos para la exportación de cerezas. En abril de 2018 Aduana de China definió las plagas de interés cuarentenario, paso previo para empezar a programar la visita de auditoría al sistema de producción y control de Argentina, la cual se realizará a principio de la próxima campaña (octubre 2018), con vistas a definir los detalles del protocolo sanitario para ser firmado durante la visita del Presidente XI Jinping a la Argentina hacia finales de noviembre de 2018.

En función a los antecedentes de negociación de acceso de otras frutas, es muy probable que la Aduana de China solicite una visita de auditoría de especialistas chinos a Argentina para verificar la implementación de los requisitos del protocolo durante el primer año de exportación, por lo que se deberá coordinar esta visita in situ al momento de despacho de los primeros embarques a China, posiblemente durante los primeros meses de 2019, previo a concluir la próxima campaña productiva en Argentina.

Las Oficinas de Aduana o Customs Office en los puntos de ingreso a China son las agencias gubernamentales responsables de supervisar y gestionar todas las importaciones al territorio aduanero chino. Tal lo indicado en el primer párrafo, uno de los principales documentos a ser presentados al momento de la supervisión será el Certificado Fitosanitario expedido por el SENASA, en el cual se dan las garantías de control del país exportador en base

5.- Listado de Importadores / Distribuidores

-Fruta Cloud

Persona de contacto: Patty Li

Email: Patty@frutacloud.com

Web: http://www.frutacloud.com/index_cn.html

-Shanghai Oheng Import and Export Co., Ltd

Persona de contacto: Kurt Huang

Email: khuang@fruitease.com

Web: www.fruitease.com/

-Shanghai Haoji International Trade Co., Ltd

Persona de contacto: Liu xiaoyu

Email: liuxiaoyu@yijianghg.com

-Yonghui Superstores Co., Ltd

Persona de contacto: Sally Shao

Email: shaoliyi@yonghui.com

Web: www.yonghui.com.cn

-G-Super

Persona de contacto: Lucy Jin

Email: lu.jin@glcp.com.cn

Web: www.glcp.com.cn

-Yiguo

Persona de contacto: Alice Ren

Email: sunxiyao@yiguo.com

Web: www.yiguo.com/

-Hema Fresh

Persona de contacto: Sun Bin

Email: bumin.sm@alibaba-inc.com

Web: www.freshhema.com/

-Joyvio GWM

Persona de contacto: CHEN Jianhua

Email: chenjh@legendholdings.com.cn

Web: www.legendholdings.com.cn

-Xiamen Fuhuida

Persona de contacto: Oscar

Email: Orscar@fuhuida.com

Skype: [orscar2010@hotmail.com](https://www.hotmail.com)

Web: www.fuhuida.com

-Dalian Tianbao Green Foods

Persona de contacto: Baggio Wang

Email: E-mail: fruit@cn-tianbao.com; zqhwang@cn-tianbao.com

Web: www.cn-tianbao.com

-Anhui BBFA Food

Persona de contacto: Fan Wei

Email: wei.fan@foxmail.com

Web: www.bbcafood.com

-COFCO China Processed Food Import and Export

Persona de contacto: Zhou He

Email: zhouhc@cofco.com

Web: www.cofco.com

-Dalian XingYeYuan Agricultural Products

Persona de contacto: Liu Wen

Email: xyy@glorytimes.cn

Web: www.glorytimes.cn

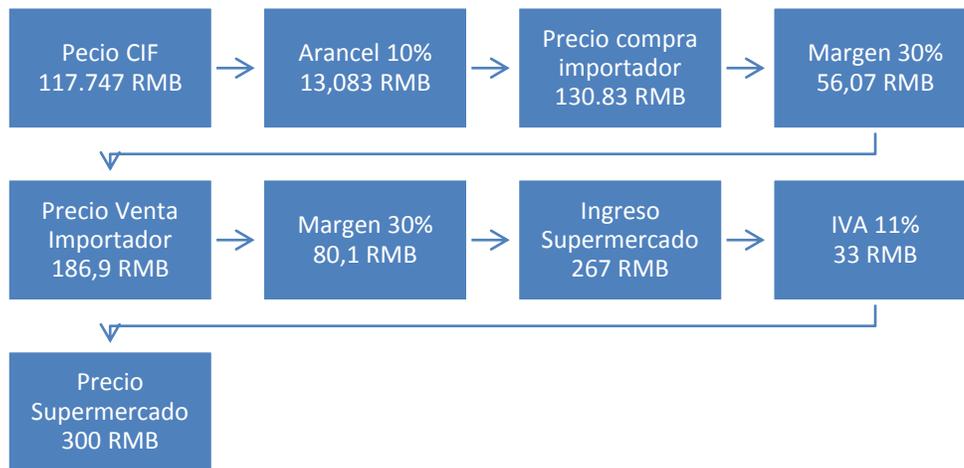
6.- Otra información

6.1.- Canales de comercialización y distribución

Comúnmente el exportador se relacionará directamente con el importador. Para el caso de la cereza, esta puede llegar al público final a través de la venta en supermercados o mercados especializados en fruta. Dependiendo si la fruta viene envasada desde el origen o si viene en cajas, el importador puede hacer este proceso o venderla directamente. En general el precio final que tenga para el cliente final dependerá de los eslabones por los que pase la fruta.

En cada eslabón de la cadena el precio de una caja de cerezas subirá desde un 20% a un 30% debido a la ganancia que busca cada agente dependiendo si se vende en mercados o supermercados. Así también el precio aumenta por la aplicación del IVA (sobre el CIF). Para el caso de las cerezas el IVA es de 11%. El arancel es cero (10%).

Suponiendo que una caja de 2 kg es vendida en un supermercado en 300 RMB, entonces:



Fuente: Elaboración propia

En el caso de arriba se simula una caja de cerezas cuyo precio en góndolas es de 300 RMB (46,7 USD). Si cada intermediario busca una ganancia de un 30% y dados los impuestos que se detallan, el precio CIF de la caja debiera ser cercano a unos 118 RMB (18 USD)

Nota: Para simplificar el ejemplo se han omitido otros gastos y costos como por ejemplo gastos portuarios, documentación y transporte.

6.2.- Campañas de promoción utilizadas por la competencia

En el caso de las cerezas, se emplean cajas vistosas, con grandes fotografías que destacan las cualidades del producto, sobre todo color y forma. En la mayoría de las cajas las cerezas se disponen de forma ordenada con motivos prácticos y estéticos, así también se evita que las cáscaras presenten hendiduras. En la tapa de la misma se dispone de forma vistosa la procedencia de la fruta.

Las campañas publicitarias se suelen enfocar en mostrar las bondades de un país y dentro de ellas se incluyen sus productos agrícolas, como por ejemplo en el caso de Nueva

Zelanda y su eslogan turístico “100% Pure New Zealand” que también se hizo extensivo a la fruta producida en ese país.

Dado que el consumidor chino tiene una idea genérica del producto y solo lo suele identificar a nivel de origen en vez de marca, es muy importante cuidar la presentación del mismo: el calibre, reducir daños por manipulación mecánica, y que tenga un buen color y sabor son importantes para mantener la imagen país de Argentina como exportador de cerezas de calidad.

Es muy importante tratar de hacer coincidir el embarque de la fruta con la fecha del año nuevo chino para aprovechar la demanda que existe por esta fruta en esta época.

En lo posible resaltar los atributos nutritivos de la cereza, sus vitaminas y minerales y como estos afectan positivamente la salud, todo esto en chino.

6.3.- Ferias

- Chinese Import and Export Fair

Ciudad: Guangzhou

Web: <http://www.cantonfair.org.cn>

- SIAL China

Ciudad: Shanghái

Web: <http://www.sialchina.com>

- Asia Fruit Logistica

Ciudad: Hong Kong

Web: <http://www.asiafruitcongress.com>

- China Agriculture Trade Fair

Ciudad: Beijing

Web: <http://http://www.chinaagtradefair.com/>

- China World Fruit & Vegetable Trade Fair

Ciudad: Beijing

Web: <http://en.chinafvf.com/>

- FHC Shanghai

Ciudad: Shanghai

Web: <http://www.fhcchina.com/en/index.asp>