

Canales de comercialización de limón persa en el municipio de Martínez de la Torre, Veracruz

CAAMAL-CAUICH, Ignacio, PAT-FERNÁNDEZ, Verna, JERÓNIMO-ASCENCIO, Felipe, ROMERO-BALAM, Raúl

I. Caamal, V. Pat, F. Jerónimo, R. Romero

Universidad Autónoma Chapingo (UACH), Km 38.5 Carretera México- Texcoco. C.P. 56320
icaamal82@yahoo.com.mx

F. Pérez, E. Figueroa, L. Godínez (eds.). Ciencias Sociales: Economía y Humanidades. Handbook T-I. - ©ECORFAN, Texcoco de Mora, México, 2015.

Abstract

Mexico is one of the major producing and exporting countries of Persian lime in the world, which is why the exploitation has increased in recent years and exports have shown greater growth. In recent years, the Persian lime has faced increasing international competition and a growing global trend in demand, which obliges to consider growth and product positioning strategies. The objectives of this research were to identify marketing channels and determine the percentage of participation in each one of them; and calculate the absolute and relative margins of agents involved in these channels. Four marketing channels were identified, three of export and one national: 1) Producer - Local picker - Picker in auction - Packing – U.S., Europe and Japan Brokers; 2) Producer - Packing – U.S., Europe and Japan Brokers; 3) Producer - Picker in auction - Packing - U.S., Europe, and Japan Brokers; 4) Producer - Picker in auction - Main CEDAS´S of Mexico. It was concluded that the most efficient channel for export is the second, and the more inefficient is the third channel. Relative margins that have greater involvement in border of Persian lime prices are those of the broker/packer and producer margin.

4 Introducción

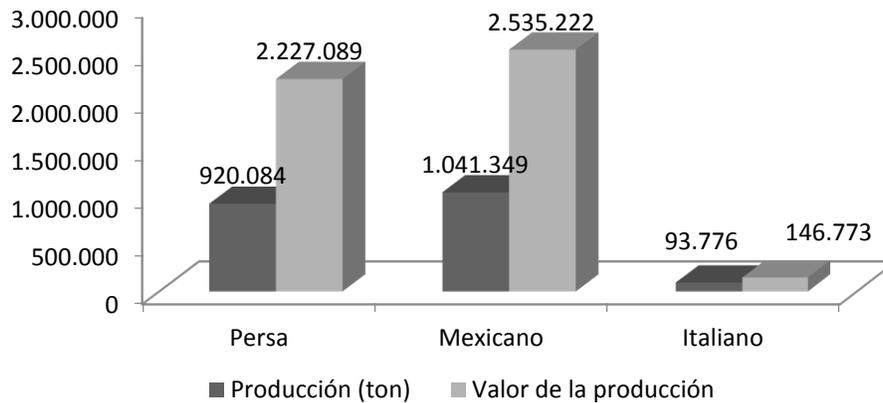
El limón persa se produce en la cuenca del Golfo de México, principalmente en los estados de Veracruz, Oaxaca, Tabasco y Yucatán. El Distrito de Desarrollo Rural de Martínez de la Torre es la región más importante en cuanto a limón persa, aportando poco más del 84% de la producción del estado, cabe mencionar que la producción de esta región es de calidad para la exportación (SIAP 2013).

A pesar de que el cultivo del limón persa (*Citrus latifolia*) comenzó a introducirse a principios de los años 70 en los mercados de la ciudad de México, su cultivo en escala comercial inicia a mediados de los años 80, desarrollándose principalmente en la región de Martínez de la Torre, Veracruz, de donde se ha difundido ampliamente en la vertiente del Golfo de México (CONCITVER, 2012).

En el año 2011, México se consolida como el segundo productor de limón persa a nivel internacional con 2,147,740 de toneladas al año, solo por debajo de China con 2,295,000 toneladas al año (FAOSTAT, 2013).

En México se cultivan más de 360 mil hectáreas de cítricos, que representan el 30% de la superficie de frutales del país y generan el 30% de la producción nacional frutícola. Dentro de los cítricos, la naranja ocupa el primer lugar tanto en términos de superficie como de producción. El segundo lugar le corresponde al limón, del cual se producen tres variedades más importantes a nivel mundial, mexicano, persa e italiano (SIACON, 2013).

Como se puede observar en el gráfico 4, el limón mexicano sobresale por su producción y superficie sembrada. La importancia del limón persa radica, en que se destina principalmente a la exportación y por consiguiente genera divisas. Y por último se encuentra el limón verdadero amarillo, o comúnmente conocido como italiano, que se siembra en pequeñas extensiones.

Gráfico 4 Producción de los diferentes tipos de limón en México

Fuente: Elaboración propia con datos del SIAP, 2013

México tiene condiciones agroclimáticas ideales en algunas zonas, lo cual le da ventajas absolutas; que se reflejan principalmente en la calidad de la fruta y en su bajo costo de producción. Por sus singulares características, el frutal ofrece varias cosechas al año y, con ello, ingresos permanentes para los productores

El canal de comercialización es el conjunto de agentes por los que pasa el producto desde que sale de la explotación agrícola, hasta que llega al consumidor final; también se puede definir como la vía, etapas, por los que pasa el producto desde el productor hasta el consumidor final, pasando por varios intermediarios. El objetivo del estudio de los canales de comercialización, aparte de conocer las rutas por donde circulan los productos, es buscar la disminución de la incertidumbre y los riesgos que originan una deficiente coordinación de la comercialización (García *et al.*, 1990). Los principales agentes de la cadena de comercialización son: acopiadores, mayoristas, estos a su vez se clasifican en: mayoristas de origen y mayoristas de destino, industria y minorista y detallista.

El objetivo del trabajo es analizar la cadena de comercialización, nacional e internacional, del limón persa que se produce en el municipio de Martínez de la Torre, Veracruz, para identificar los principales problemas en el proceso y ofrecer alternativas de soluciones, para que los pequeños y medianos productores tengan una comercialización más eficiente.

4.1 Materiales y métodos

4.2 Información de campo y sistematización

La información se obtuvo a través de las encuestas aplicadas a productores directamente en campo. Se encuestaron a 29 acopiadores; 18 de los cuales se localizan en los puntos de acopio de las localidades y 11 en la “subasta” del Municipio de Martínez de la Torre, estos agentes se eligieron por muestreo no aleatorio dirigido, debido a que no existe una base de datos de dichos agentes. También se encuestaron a cinco empacadoras que se encuentran en el Municipio de Martínez de la Torre, que se eligieron a juicio del encuestador.

La información recabada se ordenó en bases de datos, de acuerdo con las características generales de los diferentes agentes que participan en el canal de comercialización, resaltando la importancia de los datos en los costos de producción, comercialización, empaqueo, volúmenes comercializados, así como precios de compra-venta regional, nacional e internacional, origen y destino del producto, entre otros; con la finalidad de identificar los diferentes canales de comercialización y calcular los márgenes y ganancias de los diferentes agentes.

Se tomaron en cuenta las cuatro calidades de limón persa que se manejan en Martínez de la Torre (primera, empaque, segunda y tercera), la de primera se destina al mercado de Japón, Europa y E.E.U.U., en temporada de alta producción, la calidad de empaque se destina al mercado de Estados Unidos de América, mientras que la de segunda y de tercera son para consumo nacional y para la industria juguera.

4.3 Márgenes de comercialización

Con base a García *et al.* (1990), el método usado para el cálculo de los márgenes de comercialización fue el método directo, por considerarse el más adecuado y consiste en lo siguiente:

- Seguir lotes estadísticamente representativos del producto agrícola (limón persa), desde que salen de la explotación hasta que llegan al consumidor.
- Tomar nota de los distintos costos, volúmenes y precios que se van produciendo a su paso por los distintos agentes.
- Limitar la investigación a lotes representativos del movimiento del producto agrícola.

Con base a la información obtenida se va identificando y elaborando los canales de comercialización, tanto principales como secundarios y terciarios.

Para el cálculo de los márgenes de comercialización fue necesario determinar los promedios ponderados de los precios de venta de limón persa de los distintos agentes de comercialización, así mismo, se obtuvo el precio promedio general por cada agente, para lo cual se utilizó la siguiente fórmula:

$$\bar{P}_i = \frac{\sum_{i=1}^n P_i Q_i}{\sum_{i=1}^n Q_i} \quad (1)$$

Dónde:

\bar{P}_i = Promedio ponderado del precio de limón persa del agente i

P_i = Precio de venta de limón persa del agente i

Q_i = Cantidad comercializada de limón persa del agente i

$\sum Q_i$ = Sumatoria de las cantidades diarias comercializadas de limón persa del agente i

Para obtener los promedios ponderados de cada agente, se utilizó la unidad de kilogramo para expresar las cantidades comercializadas.

Para analizar los márgenes absoluto y relativo de comercialización de limón persa de cada agente de los diferentes canales de comercialización identificados, se utilizaron la formulas siguientes:

4.4 Margen absoluto

$$M_i = \bar{P}_i - \bar{P}_j \quad (2)$$

Dónde:

M_i = Margen absoluto de comercialización del agente i

\bar{P}_i = Promedio ponderado del precio de venta del agente i

\bar{P}_j = Promedio ponderado del precio de venta del agente j

4.5 Margen relativo

$$m_i = \frac{M_i}{P_c} * 100 \quad (3)$$

Dónde:

m_i = Margen relativo de comercialización del agente i

M_i = Margen absoluto de comercialización del agente i

P_c = Precio al consumidor de limón persa

El margen de comercialización por su parte, se compone del costo de la comercialización y de la ganancia que obtienen los diferentes agentes involucrados en la comercialización.

$$M = C + G \quad (4)$$

Dónde:

C = Costo de comercialización

G = Ganancia de la comercialización

4.6 Calculo de los costos de comercialización y empackado

El cálculo de los costos de comercialización, se realizó con las siguientes formulas:

$$CT_{ci} = \sum C_{Fi} \quad (5)$$

$$\bar{C}_{ci} = \frac{\sum_{i=1}^n CT_i Q_i}{\sum_{i=1}^n Q_i} \quad (6)$$

Dónde:

CT_{ci} = Costo total de comercialización del agente i

CF_i = Costo de operación por fase del agente i

\bar{C}_{ci} = Promedio ponderado de los costos de comercialización del agente i

Q_i = Cantidad comercializada del agente i

Para obtener los promedios ponderados de cada agente, se utilizó la unidad de kilogramo para expresar las cantidades comercializadas.

Para el cálculo de los costos de empaqueo se utilizó la siguiente fórmula:

$$CT_{ei} = \sum CF_i \quad (7)$$

$$C\bar{T}_e = \frac{\sum_{i=1}^n CT_i Q_i}{\sum_{i=1}^n Q_i} \quad (8)$$

Dónde:

CT_{ei} = Costo total de empaqueo de la empresa empacadora i

CF_i = Costo de operación por fase de la empresa empacadora i

$C\bar{T}_e$ = Promedio ponderado general del costo de empaqueo

Q_i = Volumen empaqueo de la empresa empacadora i

4.7 Resultados

4.8 Caracterización de los productores de limón persa

En este apartado se clasificó a los productores del municipio de Martínez de la Torre por el tamaño de la superficie que poseen, por el tipo de propiedad y por el rendimiento promedio.

4.9 Superficie sembrada

El 51% de los productores de Martínez de la Torre tienen superficies menores a 5 hectáreas y un 71.5% de la superficie total está destinado al cultivo de limón persa; seguido de un 37% de los productores con parcelas que oscilan entre 5.1 a 15 hectáreas, con unidades de explotación de limón persa promedio de 11 hectáreas; y, por último, una pequeña parte (12%) poseen parcelas de más de 15 hectáreas. El tamaño promedio de las parcelas de los productores es de 8.2 hectáreas y un 72% de la superficie total es ocupada por el cultivo de limón persa. El ingreso familiar de estos productores, depende principalmente de la venta de limón persa, no obstante, muchos de ellos, producen también otros cítricos como la naranja, mandarina, toronja y granos como el maíz y frijol; además, también se ocupan como jornaleros o comercializadores de limón persa, diversificando así sus ingresos (Tabla 4).

Tabla 4 Distribución porcentual de la superficie de los productores

Superficie Total			Superficie Limón		
Superficie (ha)	No. de productores	%	Superficie (Ha)	No. de productores	%
1 a 5	25	51	1 a 3	23	47
5.1 a 15	18	37	3.1 a 9	21	43
15 a 39	6	12	9.1 a 29	5	10
total	49	100	total	49	100

Fuente: Elaboración propia con información directa de campo

4.10 Tipo de propiedad de los productores

Como se observa en la tabla 4.1, el 87.8% de los productores de Martínez de la Torre tienen parcelas con régimen ejidal, el 4.1% es prestada, el 6.1% es privada y el 2.0% restante es rentada. Se observa que predomina la producción ejidal, entre los pequeños productores.

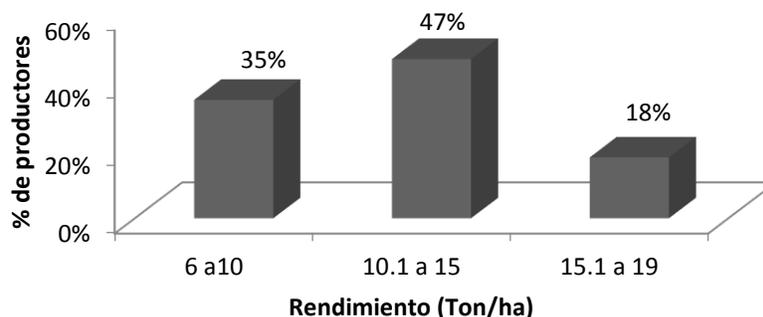
Tabla 4.1 Productores de limón persa por tipo de propiedad, 2013

Tipo de propiedad	No. de productores	(%)
Ejidal	43	87.8
Prestada	2	4.1
Privada	3	6.1
Rentada	1	2.0
Total	49	100

Fuente: Elaboración propia con información directa de campo

4.11 Rendimiento promedio de los productores

Como se puede observar en el gráfico 4.1, el 35% de los productores tienen un rendimiento de entre 6 y 10 toneladas por hectárea, el 47% presenta un rendimiento de entre 10.1 a 15 toneladas por hectárea y el 18% tienen un rendimiento de entre 15.1 a 19 toneladas por hectárea, siendo el promedio general de 12 toneladas por hectárea, sin embargo, se estima que el potencial para la región es de 28 toneladas por hectárea, lo cual indica que existen problemas de productividad en la región, aunque como se verá más adelante, este problema de productividad en el rendimiento ha sido amortiguado por la calidad del limón persa producido.

Gráfico 4.1 Distribución de productores por rendimiento (Ton/ha), 2013

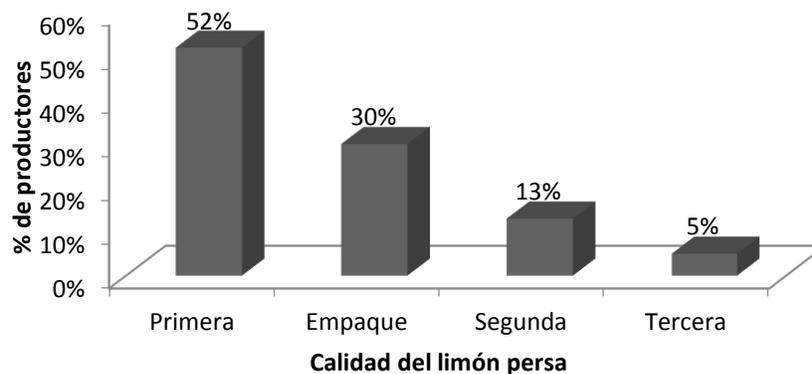
Fuente: Elaboración propia con información directa de campo

4.12 Calidad de limón persa

Por su calidad a nivel de productor, la fruta se clasifica en cuatro categorías, de esta manera, se denomina como “primera” la fruta que se destina a los mercados de Europa, Japón y E.E.U.U., en periodo de alta producción; “empaque” a la fruta que se destina al mercado de EE.UU.; “segunda” a la que se destina para el mercado en fresco nacional y “tercera” a la que se destina para la industria juguera. Los aspectos que toman en cuenta los productores para hacer este preseleccionado son: color, tamaño, estado de la fruta, entre otros. Como se observa en el gráfico 4.2, el 82% de la producción de limón persa se destina para el mercado norteamericano, europeo y japonés; la segunda calidad representa un 13% y es la que se comercializa nacionalmente y solo el 5% es de tercera, que va a la industria de jugo y aceite.

Esto quiere decir, que los productores están reorientando la producción con base en la calidad de sus productos, ya que con mejor calidad reciben mejor precio y por consecuencia, aumenta significativamente sus ingresos. Bajo esta estrategia existe potencial importante para que los pequeños productores aumenten sus ingresos con base en mejores calidades de la fruta, aunado a un aumento significativo del rendimiento por hectárea; lo que implicaría mejoras tecnológicas, asistencia técnica personalizada, y por supuesto, una mejor organización para la comercialización del producto.

Gráfico 4.2 Calidad de limón persa producido en Martínez de la Torre, Veracruz, 2013



Fuente: Elaboración propia con información directa de campo

4.13 Canales y márgenes de comercialización

4.14 Canal principal

En la tabla 4.2, se muestran los márgenes de comercialización del limón persa por calidad y destino de exportación, en dicho cuadro se observa que los márgenes de los agentes de comercialización aumentan, con base en la calidad de limón persa; teniendo más margen el producto destinado a Japón, que el exportado a Europa y Estados Unidos, a su vez Europa registra un mayor margen respecto a Estados Unidos.

De acuerdo con el cuadro 3, se puede concluir que los márgenes que más participan en el precio de frontera de limón persa de Martínez de la Torre, son los del bróker/empacador, siendo estos de 36.76, 37.50 y 44.62% para el limón destinado a Europa, Japón y Estados Unidos, respectivamente; y los márgenes para el productor son de 36.76, 33.75 y 30.77% del producto destinado a Europa, Japón y Estados Unidos, respectivamente, es decir, más de la cuarta parte del precio de frontera de limón persa, está integrado por costos y beneficios del productor.

Tabla 4.2 Márgenes de comercialización de limón persa en el canal principal, datos anuales, 2013

Concepto	PRIMERA						EMPAQUE	
	Europa		Japón		Estados Unidos		Margen Absoluto \$/kg	Margen Relativo* %
	Margen \$/Kg Absoluto \$/kg	Margen Relativo* %	Margen \$/Kg Absoluto \$/kg	Margen Relativo* %	\$/Kg g			
1. Precio pagado al productor	2.50	36.76	2.70		33.75	2.00		30.77
a) Margen del acopiador local	0.10	1.47	0.20	2.50		0.20		3.08
2. Precio de venta del acopiador local	2.60		2.90			2.20		
b) Margen del acopiador en subasta	0.20	2.94	0.40	5.00		0.20		3.08
3. Precio de venta del acopiador en subasta	2.80		3.30			2.40		
c) Margen de la empacadora	1.50	22.06	1.70	21.25		1.20		18.46
4. Precio de venta de la empacadora	4.30		5.00			3.60		
d) Margen del broker/empacador	2.50	36.76	3.00	37.50		2.90		44.62
e) Margen total	4.30	63.24	5.30	66.25		4.50		69.23
5. Precio en frontera	6.80	100.00	8.00	100.00		6.50		100.00

*Calculado con respecto al precio en frontera.

Fuente: Elaboración propia con información directa de campo

La participación del margen del productor en el precio de frontera es el segundo de mayor importancia; sin embargo no necesariamente es el que tiene la mayor ganancia, debido a que sus costos de producción son muy altos, lo que reduce el margen neto que recibe.

4.15 Canal secundario

El 30% de los productores comercializan su producción a través de este canal, el cual es el más eficiente, debido a que el productor comercializa su producción directamente con las empacadoras, desplaza a los acopiadores y se queda con su margen de comercialización, y por consecuencia, aumenta las ganancias considerablemente.

Por lo tanto, este canal es el recomendable, pero no todos los productores tienen la capacidad para entrar en este circuito de comercialización, ya que las emparadoras son exigentes en cuanto al volumen y calidad del producto; el gran problema de los productores no es la calidad sino el volumen, ya que poseen unidades de explotación muy pequeñas, sin embargo, esta exigencia puede ser superada por los productores de manera organizada, por lo que es recomendable que se organicen entre ellos para manejar un mayor volumen.

Tabla 4.3 Márgenes de comercialización de limón persa en el canal secundario, datos anuales, 2013

Concepto	PRIMERA						EMPAQUE		
	Europa			Japón			Estados Unidos		
	\$/K	Margen Absolut	Margen Relativo	\$/K	Margen Absolut	Margen Relativo	\$/K	Margen Absolut	Margen Relativo
	g	o \$/kg	* %	g	o \$/kg	* %	g	o \$/kg	* %
1. Precio pagado al productor	2.80		41.18	3.30		41.25	2.40		36.92
a) Margen de la empaadora		1.50	22.06		1.70	21.25		1.20	18.46
2. Precio de venta de la empaadora	4.30			5.00			3.60		
b) Margen del broker/empaador		2.50	36.76		3.00	37.50		2.90	44.62
c) Margen total		4.00	58.82		4.70	58.75		4.10	63.08
3. Precio en frontera	6.80		100.00	8.00		100.00	6.50		100.00

*Calculado con respecto al precio en frontera

Fuente: Elaboración propia con información directa de campo

En la tabla 4.3 se observa que la participación del margen relativo del productor en el precio de frontera del producto fue de 41.18, 41.25 y 36.92% para el producto destinado a Europa, Japón y Estados Unidos, respectivamente. Observándose un incremento con respecto al margen relativo que presenta el productor en el canal principal (36.76, 33.75 y 30.77 %; para Europa, Japón y Estados Unidos, respectivamente).

4.16 Canal terciario

El 29% de los productores de Martínez de la Torre comercializan la producción a través de este canal, para algunos productores resulta innecesario venderle su limón a los acopiadores locales, sabiendo que el destino de su limón es la subasta y prefieren realizarlo ellos mismos, ya que casi la mayoría de los ellos cuenta con unidades vehiculares para transportar su producto, la cercanía de la subasta hace que esto sea más fácil para los pequeños productores.

En la tabla 4.4, se observa que la participación del margen relativo del productor en el precio de frontera del producto fue de 38.24, 36.25 y 33.85% para el producto destinado a Europa, Japón y Estados Unidos, respectivamente. Notándose un incremento con respecto al margen relativo que presenta el productor en el canal principal (36.76, 33.75 y 30.77 %, para Europa, Japón y Estados Unidos, respectivamente).

Tabla 4.4 Márgenes de comercialización de limón persa en el canal terciario, datos anuales, 2013

Concepto	PRIMERA						EMPAQUE		
	Europa			Japón			Estados Unidos		
	Margen	Margen		Margen	Margen		Margen	Margen	
	\$/K	Absolut	Relativo	\$/K	Absolut	Relativo	\$/K	Absolut	Relativo
g	o	*	g	o	*	g	o	*	
	\$/kg	%		\$/kg	%		\$/kg	%	
1. Precio pagado al productor	2.60		38.24	2.90		36.25	2.20		33.85
a) Margen del acopiador en subasta		0.20	2.94		0.40	5.00		0.20	3.08
2. Precio de venta del acopiador en subasta	2.80			3.30			2.40		0.00
b) Margen de la empacadora		1.50	22.06		1.70	21.25		1.20	18.46
3. Precio de venta de la empacadora	4.30			5.00			3.60		0.00
c) Margen del broker/empacador		2.50	36.76		3.00	37.50		2.90	44.62
d) Margen total		4.20	61.76		5.10	63.75		4.30	66.15
4. Precio en frontera	6.80		100.00	8.00		100.00	6.50		100.00

*Calculado con respecto al precio en frontera.

Fuente: Elaboración propia con información directa de campo

4.17 Canal de comercialización nacional

Este canal, al igual que los anteriormente mencionados, es de vital importancia, ya que del 100% que las empacadoras destinan al mercado en fresco, el 14% se comercializa nacionalmente a través de este canal. Por su parte, los acopiadores en subasta comercializan el 100% del producto de segunda y tercera calidad en este canal. En los periodos de baja producción el limón persa de segunda llega a aceptarse para exportación, por la alta demanda y baja oferta. En este estudio solo se consideró el canal formado por los acopiadores en subasta.

En la tabla 4.5, se muestran los márgenes de comercialización de limón persa por calidad, se puede observar que para el caso particular de la segunda calidad, el margen que más participa en el precio al consumidor final, es el del detallista, siendo este de 22% y el margen del productor que es de 18%.

Tabla 4.5 Márgenes de comercialización de limón persa en el canal nacional, datos anuales, 2013

Concepto	SEGUNDA			TERCERA		
	\$/Kg	Margen Absoluto \$/kg	Margen Relativo* %	\$/Kg	Margen Absoluto \$/kg	Margen Relativo* %
1. Precio pagado al productor	0.90		18.00	0.50		50
a) Margen del acopiador en subasta		0.64	12.80		0.50	50
2. Precio de venta del acopiadore en subasta	1.54			1.00		
b) Margen de las CEDA'S		2.36	47.20		JUGUERA	
3. Precio de venta de la CEDA'S	3.90					
c) Margen de los detallistas		1.10	22.00			
d) Margen total		4.10	82.00			
4. Precio al consumidor final	5.00		100.00			100

*Calculado con respecto al precio al consumidor final

Fuente: Elaboración propia con información directa de campo

El limón persa de tercera calidad se destina principalmente para la industria juguera y en algunas ocasiones, cuando el producto escasea, se destina al mercado nacional. En general, el margen de esta calidad es de 50% para el productor, a simple vista parece mayor el margen de limón de tercera que el de limón de segunda, pero este no se refleja en la ganancia, ya que el precio pagado para el limón de tercera es mucho menor que el pagado para el de segunda calidad.

4.18 Conclusiones

En el municipio de Martínez de la Torre, Veracruz, la mayoría de los productores de limón persa encuestados son pequeños y medianos, el 51% cuenta con superficies de explotación menores a 5 hectáreas y el 37% tiene parcelas de entre 5.1 a 15 hectáreas, el 72% de la superficie total está destinada a la producción de limón persa, el 87.8% de los productores tienen parcelas con régimen ejidal. El rendimiento promedio es de 12 toneladas por hectárea, de las cuales 9.8 son de calidad exportación y 2.2 toneladas se destinan al mercado nacional.

De los tres canales de exportación que existen, se concluye que el segundo es el más eficiente, debido a que el productor vende su producción directamente con las empresas empacadoras y este desplaza al acopiador, lo que genera mayor participación del productor en el precio en frontera del limón persa, de esta manera el precio que recibe es de 2.50, 2.70 y 2.00 pesos/kg para el producto destinado a Europa, Japón y Estados Unidos, respectivamente. Observándose un incremento con respecto al precio que recibe el productor en el canal principal (2.80, 3.30 y 2.40, para Europa, Japón y Estados Unidos, respectivamente).

El canal de comercialización principal es el más ineficiente por la alta presencia de intermediarios, en consecuencia, el 41% de los productores que comercializan su producto a través de este canal, obtienen un menor margen de comercialización y menor participación en el precio en frontera del limón persa. El margen relativo con mayor participación en el precio en frontera del limón persa es el del broker/empacador, ya que es quien agrega más valor al producto, puesto que selecciona, limpia, encera, empaca y almacena el producto en cámaras de refrigeración y lo transporta a la frontera.

La participación de los costos de producción y de comercialización en el margen absoluto del productor es de aproximadamente 64%, esto por los altos precios de los insumos, y el resto (36%) corresponde a la ganancia. El beneficio que obtiene el productor por kilogramo, aumenta en relación a las calidades del limón que comercializa, obteniendo así una mayor ganancia del producto que destina a Europa, que el destinado a EE.UU. y una ganancia mayor por el que se destina a Japón.

En términos absolutos, los productores tienen mayor ganancia que los acopiadores y las empresas empacadoras; pero no en términos relativos, debido a que los acopiadores y las empresas empacadoras, tienen una mayor ganancia por los grandes volúmenes de producto que manejan.

4.19 Referencias

Consejo Citrícola Veracruzano (CONCITVER). Portal de internet. México. (2012) [En línea] Disponible en: <<http://www.concitver.com>>

FAOSTAT. The statistics division of the FAO. Roma, Italia. FAO. [En línea] Consultado el 20 de noviembre de 2013 en: <www.faostat.fao.org>.

García M., Roberto; *et al.* Notas sobre mercados y comercialización de productos agrícolas. México. Centro de Economía CEICADES, CRECIDATH Colegio de Postgraduados. (1990). p. 216, 221, 270, 291 y 329.

Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP). Producción agrícola. México. SAGARPA. [En línea] Consultado el 18 diciembre de 2013 en: <www.siap.gob.mx>.

Sistema Información Agroalimentaria de Consulta (SIACON). Producción agrícola. México. SAGARPA. [En línea] Consultado el 13 de diciembre de 2013 en: <<http://www.siap.gob.mx/optestadisticasiacon2012parcialsiacon-zip/>>.