



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE AGRICULTURA Y PESCA,  
ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

DIRECCIÓN GENERAL DE PRODUCCIONES Y  
MERCADOS AGRARIOS

SUBDIRECCIÓN GENERAL DE FRUTAS Y  
HORTALIZAS Y VITIVINICULTURA

# Boletín de Comercio Exterior de Cítricos

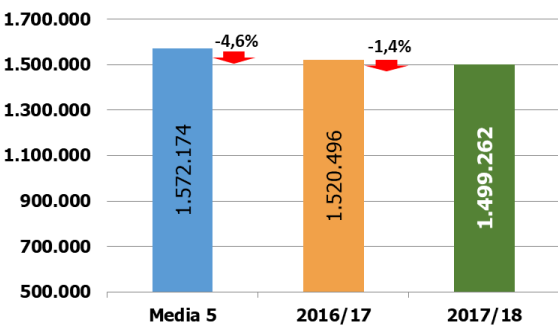
**CAMPAÑA 2017/18.**  
**Datos acumulados SEP17 – DIC17**

EXPORTACIONES ACUMULADAS (t)	IMPORTACIONES ACUMULADAS (t)	BALANCE (t)	TASA DE COBERTURA
<b>1.499.262</b>	<b>107.018</b>	<b>1.392.244</b>	<b>1.450%</b>

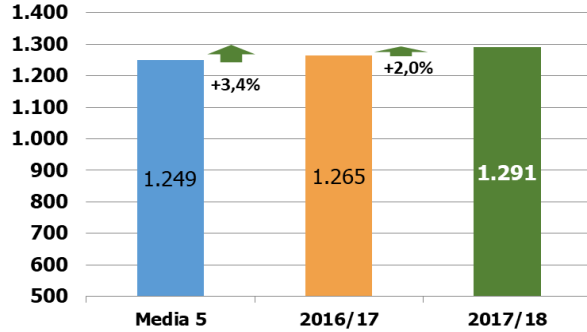


# EXPORTACIONES: CÍTRICOS TOTALES

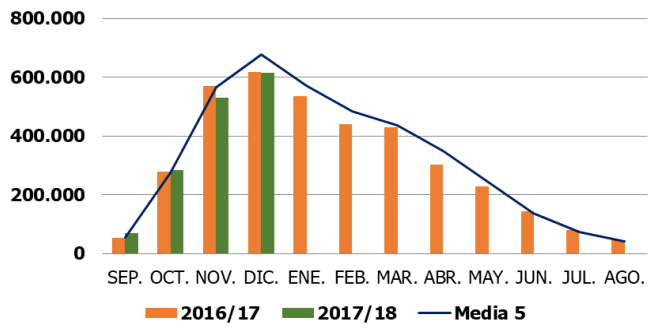
VOLUMEN ACUMULADO (t)



VALOR ACUMULADO (millones €)

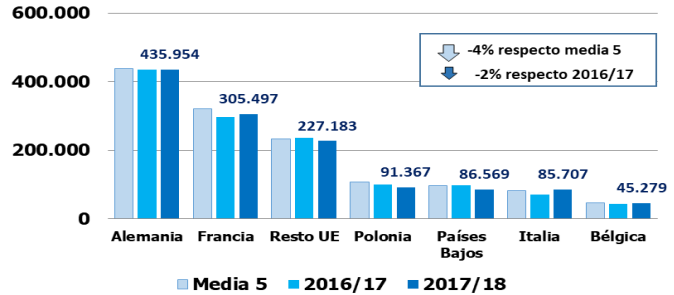


Distribución mensual en volumen (t)

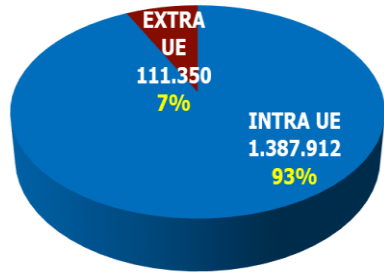


Globalmente la cantidad de cítricos exportados durante los primeros cuatro meses de la campaña 2017/18 ha sido ligeramente inferior a la pasada, y un 4,6% por debajo de la media. Todo ello a pesar de que las previsiones de producción estimaban una reducción de la cosecha del 12% respecto a la pasada, que se incrementaba al 19% en el caso de los pequeños cítricos. En valor, el comportamiento ha sido positivo, superando las cifras de campañas precedentes en ambos casos. Durante los dos primeros meses de campaña las cantidades exportadas han sido superiores, tanto a las de la campaña 2016/17 como a la media.

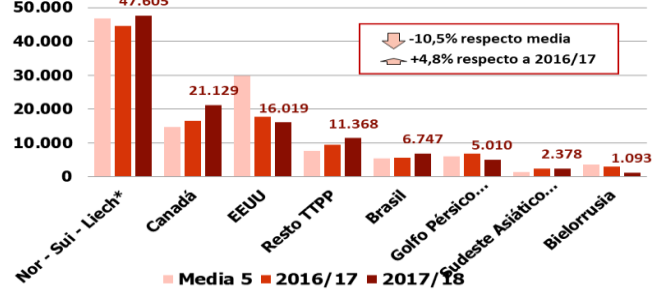
Principales destinos INTRA UE (t)



Campaña 2017/18 (toneladas)



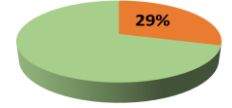
Principales destinos EXTRA UE (t)



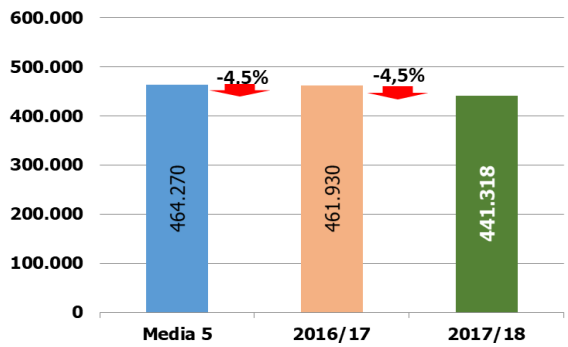
Se mantiene el patrón genérico de los destinos: la UE absorbe el 93% de las salidas; pero mientras que este mercado en su conjunto se ha contraído ligeramente, los países terceros han incrementado su demanda en algo más de 5.000 t respecto a la pasada campaña. La disminución respecto a la media tiene su explicación por la pérdida del mercado ruso debido al veto comercial impuesto por ese país. Dentro del mercado comunitario el principal destino es Alemania, el cual absorbe el 31,4% de la UE, lo que supone el 29% del total mundial. A pesar de la bajada global de los envíos intra-UE, Alemania se mantiene en equilibrio respecto a la pasada campaña y a la media. Italia y Bélgica, en contra del contexto general, han experimentado subidas en relación con la campaña pasada; especialmente el país transalpino, el cual ha importado 15.500 t más, lo que supone un incremento del 22%. En lo que concierne a terceros países, las mayores variaciones se han producido en el caso de Canadá y Brasil, que han incrementado sus adquisiciones en un 28% y 23% respectivamente respecto a la campaña 2016/17; y por el contrario Bielorrusia, que las ha bajado un 63%, aunque en términos absolutos solo suponen 1.867 t.

# EXPORTACIONES: NARANJAS

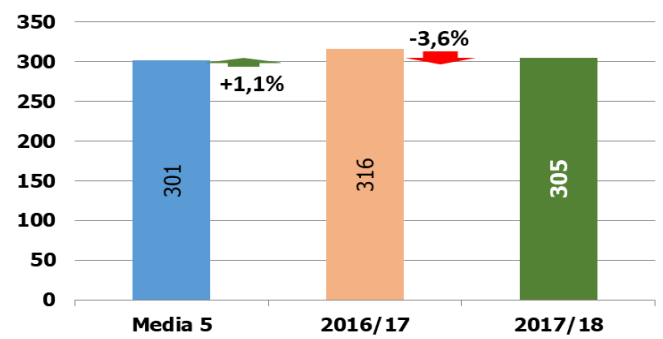
Peso relativo de las exportaciones de NARANJAS sobre el total de cítricos exportados en volumen



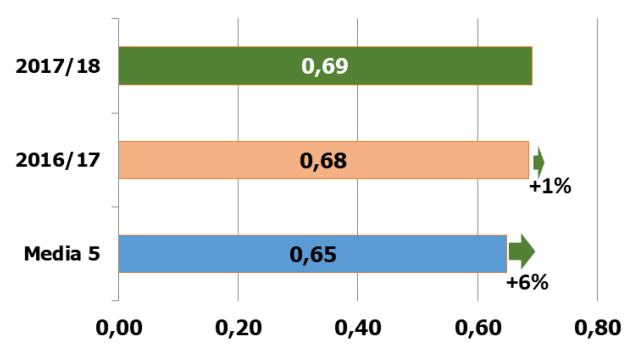
VOLUMEN ACUMULADO (t)



VALOR ACUMULADO (millones €)

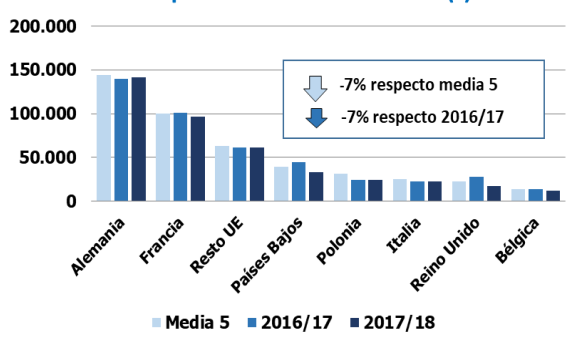


VALOR UNITARIO (€/kg)

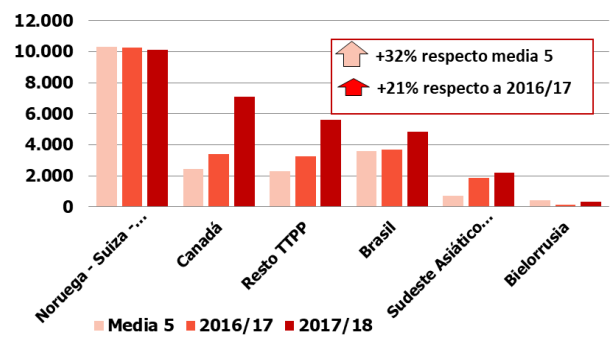


El volumen exportado de naranja disminuye en algo más de 20.000 t, tanto en relación con la campaña precedente como con la media. La revalorización del 1% del importe unitario no evita la caída del valor total respecto a la campaña 2016/17, si bien una importante revalorización frente a la media (+6%) hace que el global se sitúe por encima a pesar de la disminución experimentada en volumen.

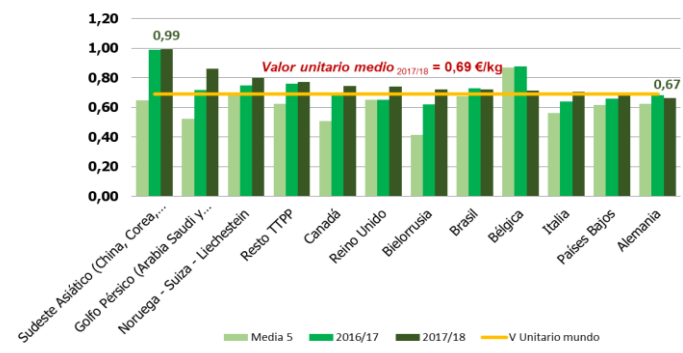
Principales destinos INTRA UE (t)



Principales destinos EXTRA UE (t)



Valores unitarios en los principales destinos (€/kg)



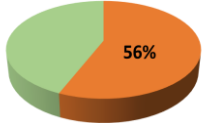
Descenso generalizado de las salidas a los principales destinos comunitarios en relación a la campaña pasada y a la media. Lo anterior supone que se hayan dejado de exportar aproximadamente 30.000 t, sobre un total de 464.000 que se envían de media en el 1er cuatrimestre de campaña. Una climatología más benigna de lo habitual en los países consumidores, unido a la bajada productiva en España, pudieran ser las razones de esta disminución. Como excepción, Alemania (1er destino mundial) ha incrementado en un 2% sus importaciones procedentes de España en relación a la campaña pasada.

En el caso de Terceros Países ocurre lo contrario, habiéndose producido subidas muy significativas. Especial mención requiere Canadá, país que ha más que duplicado la cifra de la campaña anterior y triplicado la media, alcanzando las 7.112 t.

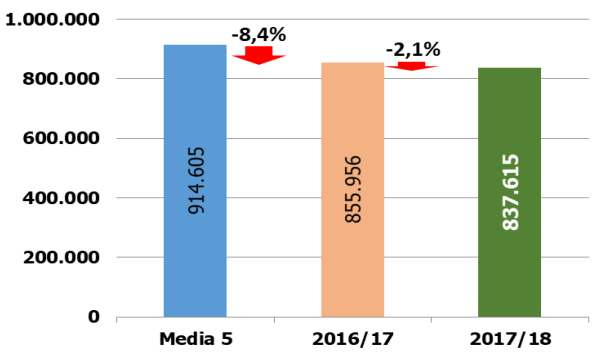
El valor unitario más elevado se ha producido en el sudeste asiático, situándose el alemán en 0,67 €/kg, similar al de la pasada campaña, siendo un 2,7 % inferior al medio de la UE y un -3,7% del valor medio mundial.

# EXPORTACIONES: PEQUEÑOS CÍTRICOS

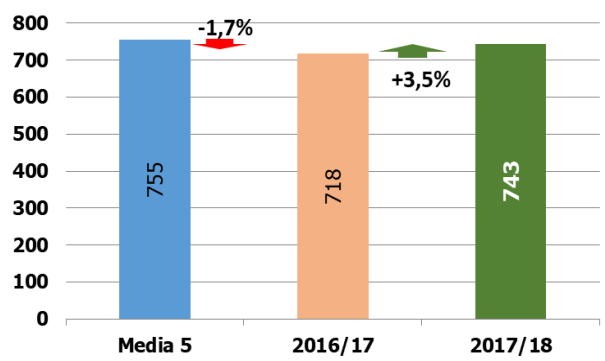
Peso relativo de las exportaciones de PEQUEÑOS CÍTRICOS sobre el total de cítricos exportados en volumen



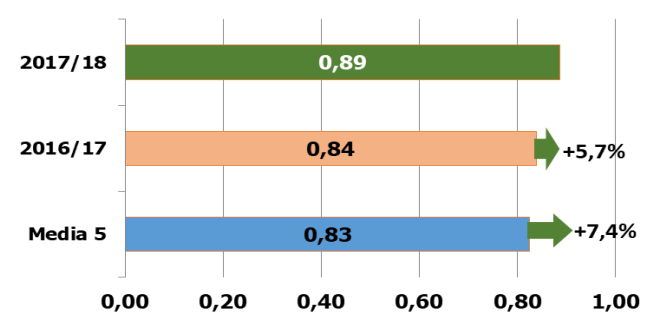
VOLUMEN ACUMULADO (t)



VALOR ACUMULADO (millones €)

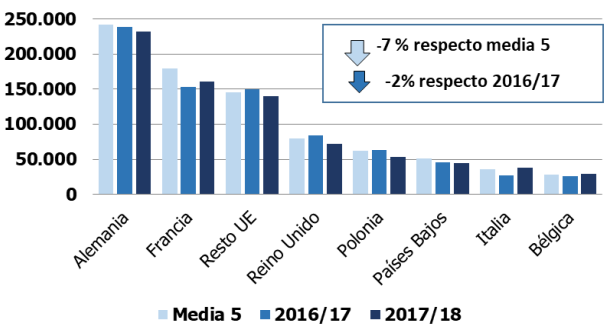


VALOR UNITARIO (€/kg)

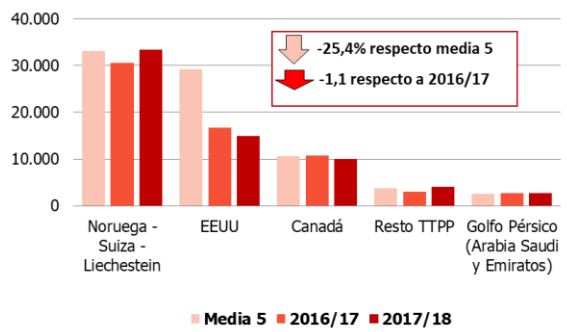


Aunque se produce una disminución del volumen de las exportaciones de pequeños cítricos, el valor no baja en la misma medida, incluso se incrementa, motivado por una importante revalorización de los valores unitarios. Según las estimaciones se prevé que la cosecha pueda descender un 17,2% respecto a la pasada, lo que podría tener su influencia en las cifras finales de exportación.

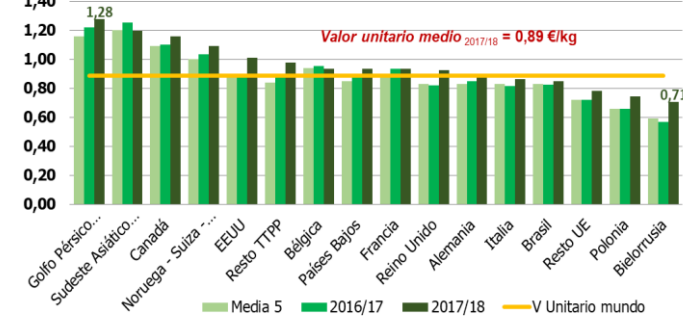
Principales destinos INTRA UE (t)



Principales destinos EXTRA UE (t)



Valores unitarios en los principales destinos (€/kg)

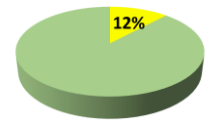


En el ámbito de la UE, y en contra de la tendencia general de reducción de las exportaciones, el mercado francés (2º del mundo con el 18%) se incrementa en un 5% respecto a la pasada campaña, aunque desciende respecto a la media (-10%). En el caso de Italia se producen avances muy significativos, tanto en relación a la campaña 2016/17 como a la media, con incrementos del 40% y 6% respectivamente. El comportamiento de los mercados de terceros países es desigual, con incrementos en unos casos (Noruega-Suiza-Liechestein, Golfo Pérsico, etc.) y descensos en otros (EEUU, Canadá, etc.). En su conjunto este mercado se mantiene prácticamente en equilibrio respecto a la campaña anterior. Los valores unitarios han subido prácticamente en todos los destinos, habiéndose revalorizado de media un 6% respecto a la campaña 2016/17.

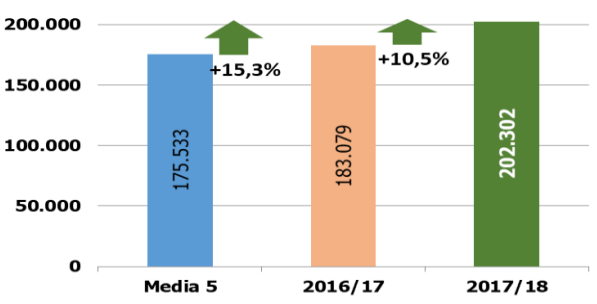
\*Nor - Sui - Liech: Noruega - Suiza - Liechestein  
 \*Golfo Pérsico: Arabia Saudi y Emiratos Árabes  
 \*Sudeste Asiático: China, Corea del Sur, Hong Kong, Singapur y Vietnam

# EXPORTACIONES: LIMONES

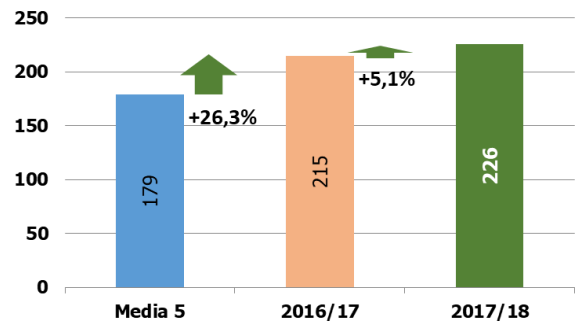
Peso relativo de las exportaciones de LIMONES sobre el total de cítricos exportados en volumen



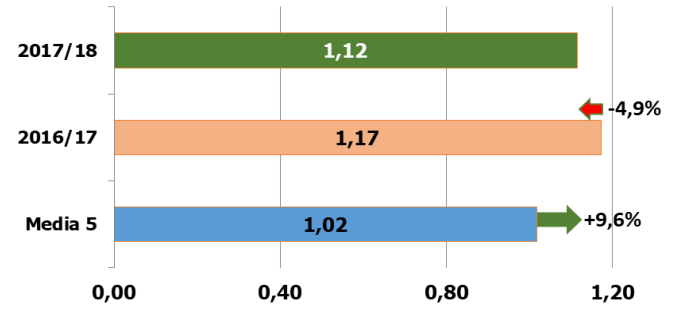
VOLUMEN ACUMULADO (t)



VALOR ACUMULADO (millones €)

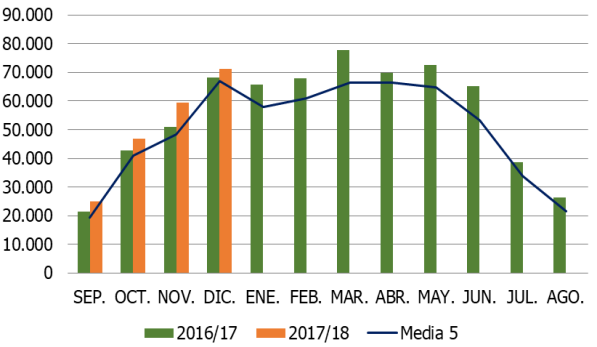


VALOR UNITARIO (€/kg)

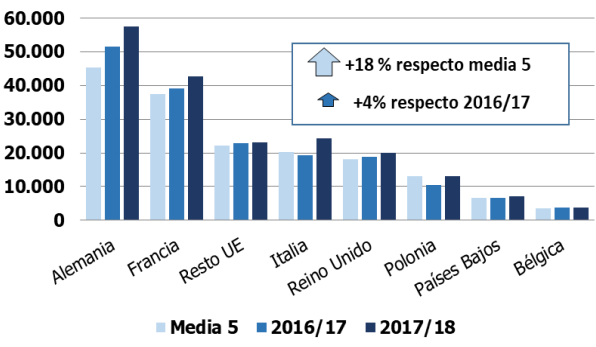


Se consolida el crecimiento experimentado en las exportaciones de limones en las últimas campañas, tanto en volumen como en valor, más marcado en comparación con las medias. Sin embargo el valor unitario desciende respecto a la pasada campaña (que fue alto), si bien supera ampliamente al medio.

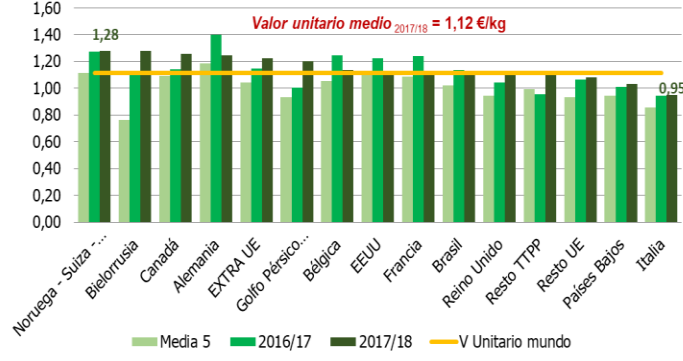
Distribución mensual en volumen (t)



Principales destinos INTRA UE (t)



Valores unitarios en los principales destinos (€/kg)

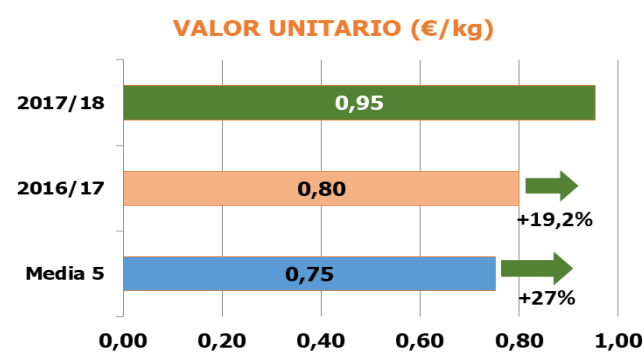
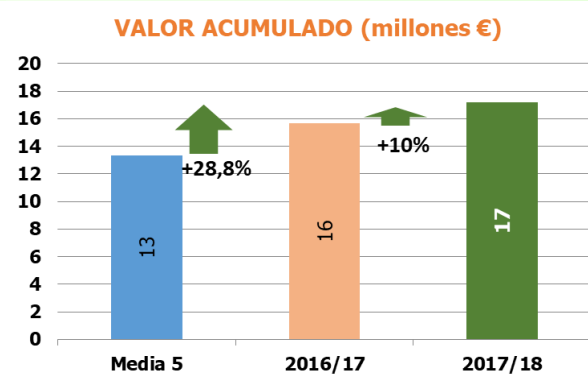
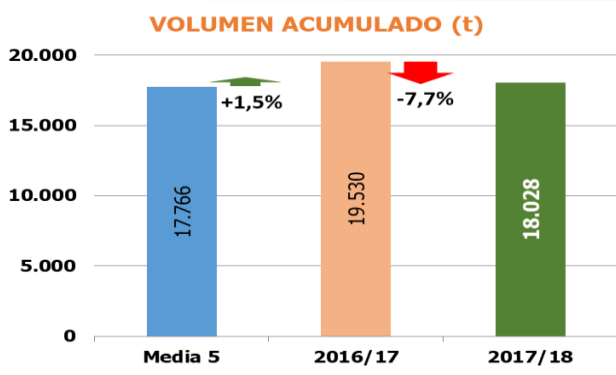
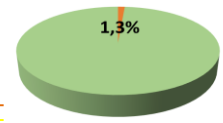


En todos los meses de la campaña las cantidades exportadas han superado a la campaña precedente y a la media. Se ha producido un notable incremento a todos los destinos, más acentuado en el caso de países terceros (+11% respecto a la campaña pasada), si bien este mercado solo representa el 5% del total. El incremento a la UE ha sido del 4% en relación con la anterior campaña. A nivel de países, mención especial requieren Italia y Polonia, que han recibido un 25% más que en la pasada campaña; y fuera de la UE Canadá, con incrementos del 61% y 147% respecto a la campaña 2016/17 y a la media respectivamente. El precio máximo registrado se sitúa un 14% por encima del medio de campaña, y el mínimo un 24% por debajo.

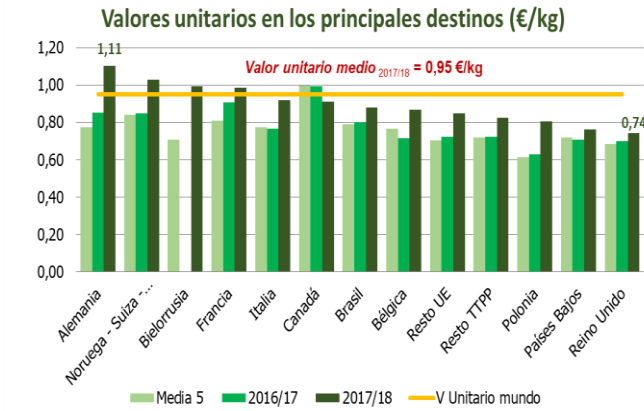
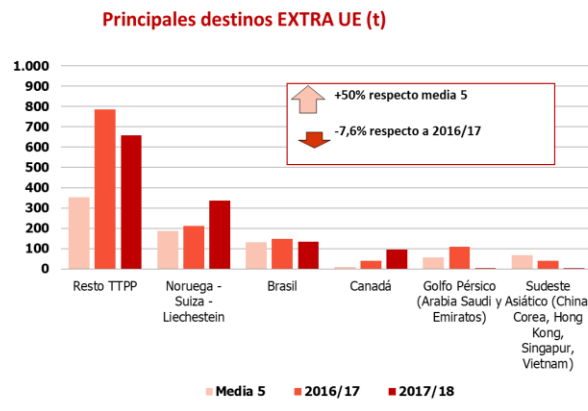
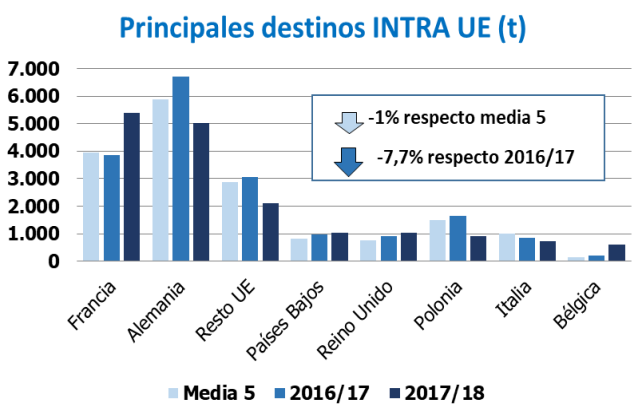
\*Nor- Sui – Liech: Noruega – Suiza – Liechestein  
 \*Golfo Pérsico: Arabia Saudí y Emiratos Árabes  
 \*Sudeste Asiático: China, Corea del Sur, Hong Kong, Singapur y Vietnam

# EXPORTACIONES: POMELOS

Peso relativo de las exportaciones de POMELOS sobre el total de cítricos exportados en volumen



Excelente incremento del valor unitario de las exportaciones de pomelo, que ha posibilitado que a pesar de haber sido inferiores en volumen a las de la pasada campaña, hayan superado su valor en un 10%.

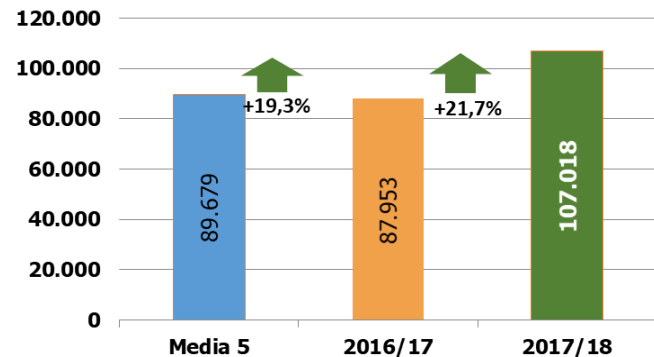


Comportamiento desigual según mercados. Entre Francia (30%) y Alemania concentran el 58% de las exportaciones totales de pomelo de España. Dentro del descenso general en la UE destaca el crecimiento registrado por Francia (+40% que la campaña anterior y +36% respecto a la media). En el caso de terceros países, el agregado Noruega-Suiza-Liechestein, principal destino fuera de la UE (27% Extra-UE, 1,9% mundial), ha incrementado sus compras procedentes de España en un 59% respecto a la campaña 2016/17 y casi las ha doblado en relación a la media.

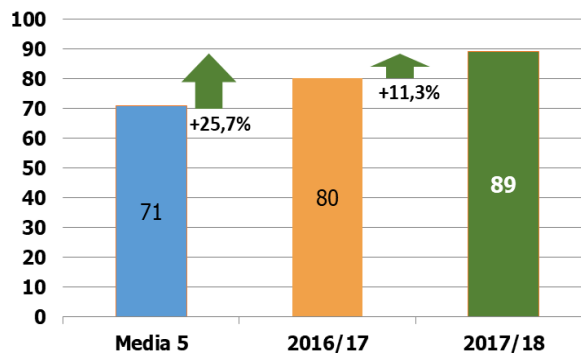
\*Nor- Sui - Liech: Noruega - Suiza - Liechestein  
 \*Golfo Pérsico: Arabia Saudí y Emiratos Árabes  
 \*Sudeste Asiático: China, Corea del Sur, Hong Kong, Singapur y Vietnam

# IMPORTACIONES: CÍTRICOS TOTALES (I)

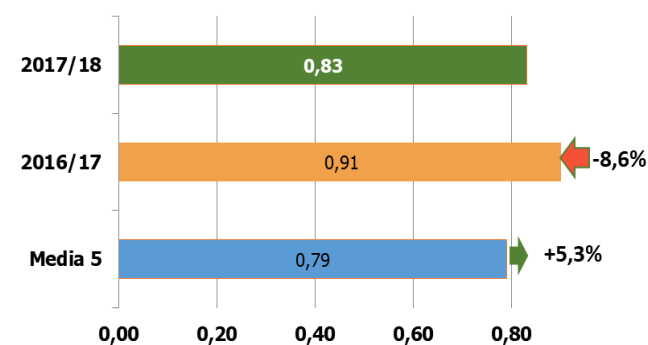
## VOLUMEN ACUMULADO (t)



## VALOR ACUMULADO (millones €)

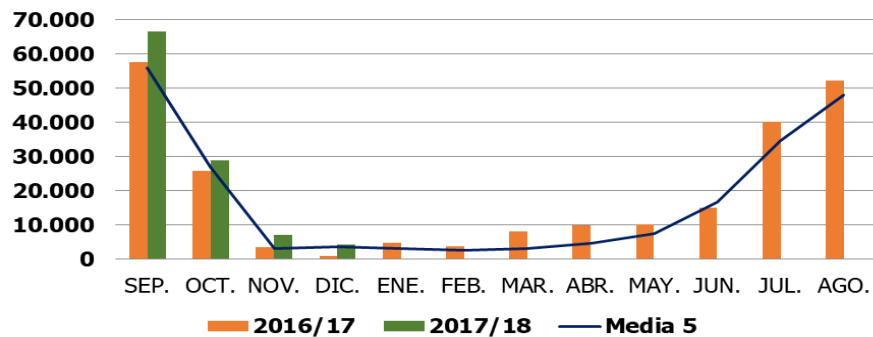


## VALOR UNITARIO (€/kg)

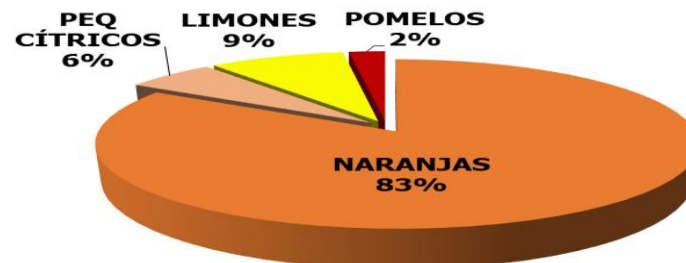


Incremento significativo de las importaciones, tanto en volumen como en valor, respecto de la campaña precedente y de la media; todo ello a pesar de la disminución del 8,6% del valor unitario en relación con la campaña anterior. Las cantidades importadas superan en 19.000 t a las de la campaña 2016/17 durante el primer cuatrimestre.

## Distribución mensual en volumen (t)



## Distribución de las importaciones por tipo de cítrico (%)



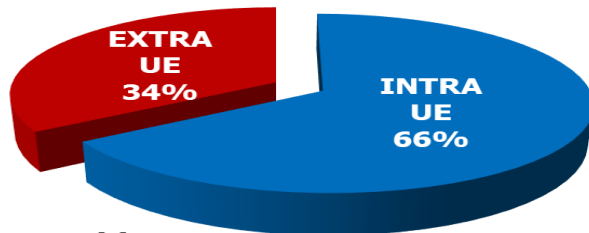
En volumen (t)

Durante todos los meses se ha superado las cifras medias y de la campaña pasada. La mayor diferencia se produce en sept.17, en el que se han importado 10.000 t más que la media del mes.

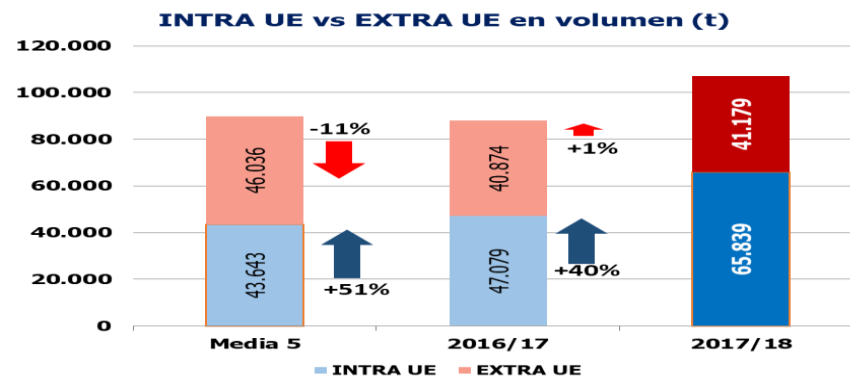
Como es habitual, el producto que mayoritariamente se ha importado es la naranja. Los pequeños cítricos han duplicado su representatividad respecto a la media en lo que llevamos de campaña 2017/18.

# IMPORTACIONES: CÍTRICOS TOTALES (II)

## IMPORTACIÓN DE CÍTRICOS EN ESPAÑA. Campaña 2017/18

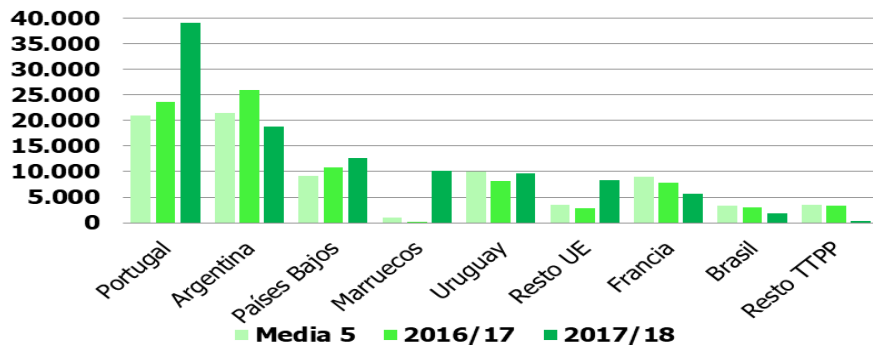


En volumen (t)

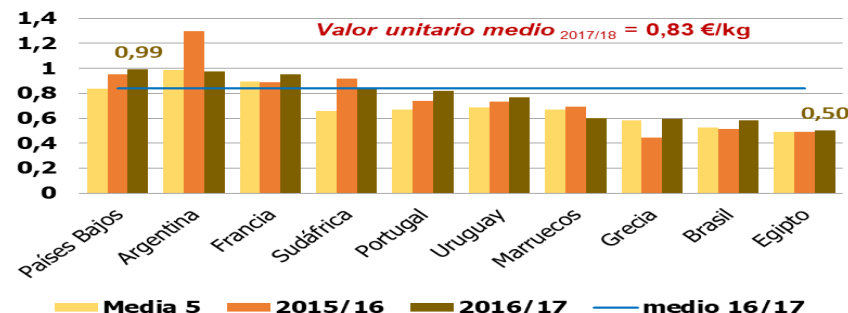


Durante el primer cuatrimestre de la campaña 2017/18, el origen comunitario se ha incrementado en 17 puntos sobre la media de las cinco anteriores. Las importaciones de origen comunitario han subido el 51% en comparación con la media. En los últimos años una parte importante de las importaciones que proceden de países comunitarios, son originarios de países terceros.

## Principales orígenes de cítricos (t)



## Valores unitarios principales orígenes (€/kg)



Portugal está siendo nuestro principal suministrador, con 39.000 t, que suponen el 37% del total. Marruecos ha incrementado su participación en un 3994% respecto a la campaña precedente y un +897% en relación con la media, si bien apenas supone el 9% de nuestras importaciones totales. Por el contrario las procedentes de Sudáfrica se han reducido notablemente en los últimos años. Los valores unitarios de exportación de los países terceros en su conjunto han caído de forma importante.



# METODOLOGÍA

- ▶ Fuente de información EUROSTAT: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>
- ▶ Fecha de extracción de datos c) 2017/18: 19/03/2018
- ▶ Datos de exportaciones e importaciones españolas de las siguientes partidas arancelarias.

PRODUCTO	PARTIDAS hasta 31/12/2016	PARTIDAS a partir de 01/01/2017
Naranjas	08051020 (Dulces) 08051080 (Amargas)	08051022 (Navel), 08051024 (Blancas) y 08051028 (las demás dulces) 08051080 (Amargas)
Pequeños cítricos	08052010 (Clementinas) 08052030 (Satsumas) 08052050, 08052070 y 08052090 (Mandarinas e Híbridos)	08052110 y 08052190 (Mandarinas incluidas tangerinas y satsumas) 08052200 (Clementinas) 08052900 (Las demás)
Limonos	08055010	08055010
Pomelos	08054000	08054000

- ▶ Los datos se expresarán en:
  - ❖ Volumen (t)
  - ❖ Valor (millones de €)
  - ❖ Valor unitario (€/kg)
- ▶ Análisis comparativo de la campaña actual (2016/17), frente a la anterior (2015/16) y frente a la media de las 5 últimas campañas referido a:

**PERÍODO TEMPORAL ANALIZADO**

**SEP17 – DIC17**



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE AGRICULTURA Y PESCA,  
ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

DIRECCION GENERAL DE PRODUCCIONES Y  
MERCADOS AGRARIOS

SUBDIRECCIÓN GENERAL DE FRUTAS Y  
HORTALIZAS Y VITIVINICULTURA