

# ESTUDI DEL COMERÇ EXTERIOR DELS CÍTRICS

Rosa M<sup>a</sup> Piñana Pellicer

[rpinyana@uoc.edu](mailto:rpinyana@uoc.edu)

6 de juny de 2020

**Treball Final de Grau**

**Àmbit d'especialització: Estudi econòmic**

**Memòria final**

---

**Curs 2019/2020, 2n semestre**



## **Índex**

Resum .....	4
Abstract .....	4
Introducció .....	4
1. LA PRODUCCIÓ DE CÍTRICS AL MÓN.....	6
2. LA PRODUCCIÓ DE CÍTRICS A ESPANYA .....	16
3. LA CADENA ALIMENTÀRIA .....	22
4. EL COMERÇ EXTERIOR DE CÍTRICS .....	24
4.1. EL COMERÇ EXTERIOR DE TARONJA EN FRESC .....	26
4.2. EL COMERÇ EXTERIOR DE MANDARINA EN FRESC .....	30
4.3. EL COMERÇ EXTERIOR DE LLIMONA EN FRESC .....	33
4.4. EL COMERÇ EXTERIOR D'ARANJA EN FRESC .....	37
5. ELS ACORDS DE COMERÇ .....	40
5.1 ESTUDI FLUXOS COMERCIALS .....	41
6. IMPLICACIONS ÈTIQUES I/O SOCIALS .....	45
<b>Conclusions</b> .....	46
<b>Valoració</b> .....	47
<b>Autoavaluació</b> .....	47
<b>Referències bibliogràfiques</b> .....	48

## Resum

Aquest treball final de grau té per objectiu conèixer el comerç exterior i la cadena de valor que genera el cultiu dels cítrics a Espanya i al món. És un sector econòmic rellevant pel volum global de tones de producte que es mouen al llarg de les campanyes de recollida. També per la controvèrsia que susciten els preus que en moltes ocasions arriben a cobrar els productors per estar per sota del preu de cost, i que no es traslladen a nivells superiors de la cadena de valor degut al poder que tenen els distribuïdors de distorsionar el mercat. Tanmateix la citricultura és una activitat econòmica que persegueix una rendibilitat i que té problemàtiques similars a altres productes agroalimentaris. Els cítrics són productes agrícoles el preu dels quals depèn de l'oferta i de la demanda en totes les baules de la cadena de valor alimentària. A l'estar en una economia de lliure mercat, teòricament, la possibilitat d'intervenir en el mercat és nul·la i les diferents institucions europees i espanyoles poden incidir lleugerament amb diferent legislació per atenuar les anomenades pràctiques deslleials, molt arrelades i de difícil erradicació.

## Abstract

This is a final work of degree about the production and international trade of citric fruit (that is oranges, tangerines, lemons and grapefruits) in the years 2017 and 2018. The main characteristics, advantages and drawbacks that happen in the crops produced in Spain are also highlighted. It also shows how international citric trade stands for a small percentage of the total international trade between UE and three third countries considered direct competitors of another EU country as is Spain.

## Introducció

El comerç internacional tant de béns com de serveis és estudiat a nivell nacional i internacional per diversos organismes com la OMC, la FAO, la Unió Europea o l'ICEX. El comerç ha estat des de sempre bo per a les economies dels països; encara que a vegades ho és més per uns participants que per uns altres. Això és lògic pel propi dinamisme de les persones o entitats que intervenen, de la innovació científica i tecnològica, dels al·licients que troben els participants. Els cítrics són un producte agroalimentari i per tant sotmesos a variacions en la seva producció (volum que es pot oferir a la venda) segons la meteorologia i les plagues que els afecten. L'agricultura espanyola, i en particular la citricultura, té una baixa productivitat degut als elevats costos que ha d'assumir en estar localitzada en un país amb una economia avançada; i també per defectes estructurals que s'arrossegueuen i que són de difícil solució, entre d'altres el minifundisme. Als cítrics espanyols els és difícil competir amb els costos de producció de països com Marroc, Turquia o Sudàfrica al ser economies amb nivells de renda baixos i costos com la mà d'obra més favorables a la competitivitat; com avantatges, té la proximitat i facilitat d'accés al gran mercat que és el continent europeu i tota la indústria exportadora que s'ha desenvolupat al seu voltant al llarg del temps.

El fet que el productor sigui qui menys beneficis obtingui en la cadena (Tejedo(2018), De Castro (2015)) és el que porta l'autora a intentar conèixer més este sector, les causes objectives que es donen, com afecta la globalització i els avantatges que proporciona i quins són els inconvenients que cal enfrontar. Estar en una economia de mercat suposa uns avantatges i uns inconvenients; no es poden acceptar només els avantatges (accés preferencial al mercat de la Unió Europea) i rebutjar les importacions de tercers països a l'espai comunitari.

La **pregunta clau** del projecte a la que s'intentarà fer una aproximació objectiva és:

**Com afecten els acords de comerç UE-països tercers el comerç exterior dels cítrics espanyols? Com han evolucionat les exportacions de béns els últims anys?**

La intenció és fer un treball que permeti augmentar el coneixement del tema. Aquest no és cap tema d'actualitat ni es tracta d'un producte nou amb un valor afegit que permeti una diferenciació que el faci únic. Però sí que hi ha un sector econòmic i social relativament considerable al darrera. Determinar o conèixer els reptes als que s'enfronta és important.

Els efectes que tenen en el comerç exterior dels diferents països els tractats de comerç han estat estudiats en treballs com els d'Esteve Pérez et al.(2019) amb l'efecte en el comerç en països pertanyents a l'OMC; i Parra et al.(2016) amb l'efecte més avantatjós per a la UE en el comerç amb països d'Orient Mitjà i del Nord d'Àfrica amb els que ha signat acords comercials. Este treball no te res a veure amb ells però són la referència a un treball empíric ben fet.

Estudiar el comerç entre països quan realment són empreses localitzades en eixos països les que intervenen en les transaccions porta a un enfocament teòric mercantilista (parlar de països reforça el poder de l'Estat) o clàssic quan es dona per suposat el lliure comerç i s'ignoren els entrebancs al mateix presents en les duanes arreu del mon i que encara avui en dia estan reforçant-se. Els agents econòmics participants en el comerç mundial estan situats en contextos polítics, socials i econòmics diversos. Així les relacions polítiques entre les nacions sí que condicionen el comerç. A més alguns països productors determinants en els mercats de cítrics com la Xina, Turquia, Egipte, Marroc o Argentina es podrien qualificar com economies extractives (Acemoglu-Robinson,2012) es dir països on una elit te la capacitat d'apropiar-se de la major part de la riquesa generada per la resta de la societat.

L'estudi comença amb el coneixement de la distribució de la producció de cítrics arreu del mon i de les superfícies de cultiu. Conèixer si està en expansió, o estabilitzada o en decreixement o canvi és important per determinar les perspectives a curt o mig termini. El creixement en alguns països com la Xina o Egipte també porta a plantejar-se la sostenibilitat ambiental i les externalitats negatives, el valor afegit que es genera a nivell local o si ofereix oportunitats de treball digne.

En segon lloc s'han estudiat els intercanvis comercials a nivell internacional d'aquests productes, en particular la venda en fresc i en menor grau la transformació en suc i altres usos. El continent europeu, el continent nord-americà, els països del Golf Pèrsic i del sud-est asiàtic són les principals zones de consum. Consumidors de països amb rendes altres adquireixen aquesta fruita produïda en països relativament pròxims. Empreses exportadores d'Espanya, Itàlia i Grècia, dins la UE, i Turquia, Egipte o Marroc proveeixen especialment el continent europeu. Turquia i Egipte comercien especialment amb Orient Pròxim i Mitjà. Mèxic amb Estats Units i Canadà; i en el subcontinent sudamericà Argentina i Brasil, entre d'altres, repeteixen aquest patró comercial. Al sud-est asiàtic grans productors com la Xina i l'Índia, fins ara han dedicat la producció al consum intern en gran mesura; i el comerç especialment amb països de la rodalia. Per últim, Sud-àfrica és un país productor les empreses exportadores del qual tenen una xarxa comercial que abasta tot el mon a excepció de Sud-amèrica. Per determinar els principals fluxos entre països productors i zones de consum s'ha fet una anàlisi de conglomerats jeràrquica amb mètode d'agrupació d'enllaç simple i distància Euclídea on quedin emmarcats els diferents països productors segons el volum d'exportació per a cada tipus de fruita. La font de les dades han estat les matrius de comerç que ofereix la FAO i a partir d'això es van construir les diferents taules.

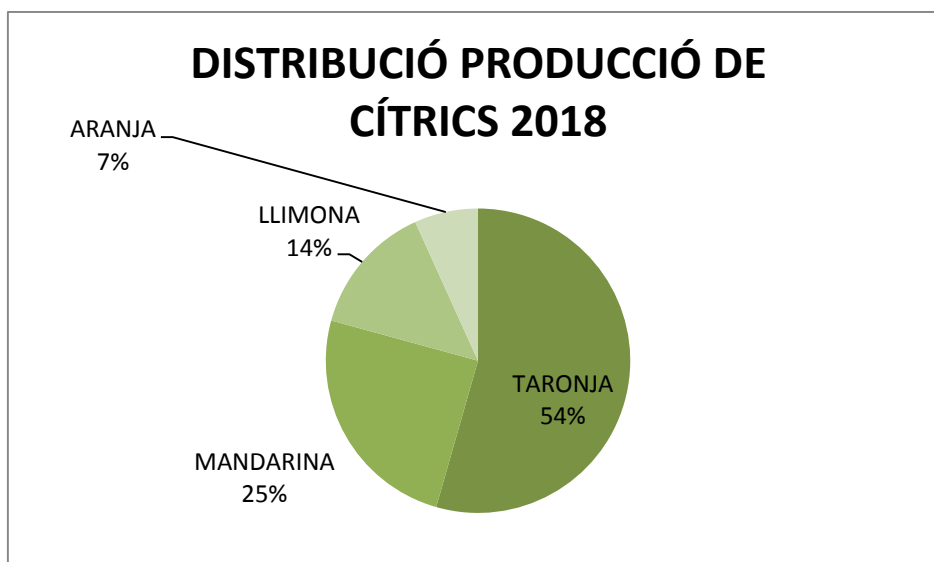
Finalment, s'ha estudiat el valor dels intercanvis comercials entre la UE i tres països considerats, des del punt de vista espanyol, competidors comercials en cítrics com són Turquia, Marroc i Sud-àfrica des de l'any 2015 fins a 2019 i que tenen diferents acords comercials signats amb la UE; aquest estudi l'he repetit amb les dades del comerç exterior d'Espanya amb aquests tres països. El valor del cítrics respecte al total de béns intercanviats suposa un percentatge mínim i el saldo comercial és favorable a la UE en el cas de Marroc en tota la sèrie; i desfavorable en els últims exercicis en els casos de Turquia i Sud-àfrica. Aquestes dades les he obtingut de Market Acces Data Base.

**Descriptors del tema:** cítrics, comerç exterior, productors.

## 1. LA PRODUCCIÓ DE CÍTRICS AL MÓN

Els cítrics van aparèixer al voltant del l'Himàlaia fa uns 8 milions d'anys. Es conreen en més de 100 països arreu del món. En aquest treball la referència als cítrics engloba les taronges, les mandarines, les llimones i les aranges; cadascuna d'estes fruites tenen multitud de varietats dins d'elles. Segons dades de la FAO l'any 2018 al mon va haver una producció de 138.550 milers de tones. Hi ha països que estan més especialitzats en un o dos d'aquests productes i els donen una destinació concreta (consum interior, comerç i/o transformació i exportació exterior posterior) i hi ha d'altres que els abasten tots i també solen tenir una indústria més o menys desenvolupada.

Parlar de cítrics en general no dona una idea de la varietat i diversitat de situacions que es donen en la producció, el comerç/distribució i el consum d'aquesta fruita. La taronja és el tipus de cítric més conreat arreu, seguida de la mandarina, de les llimones/llima i finalment les aranges.



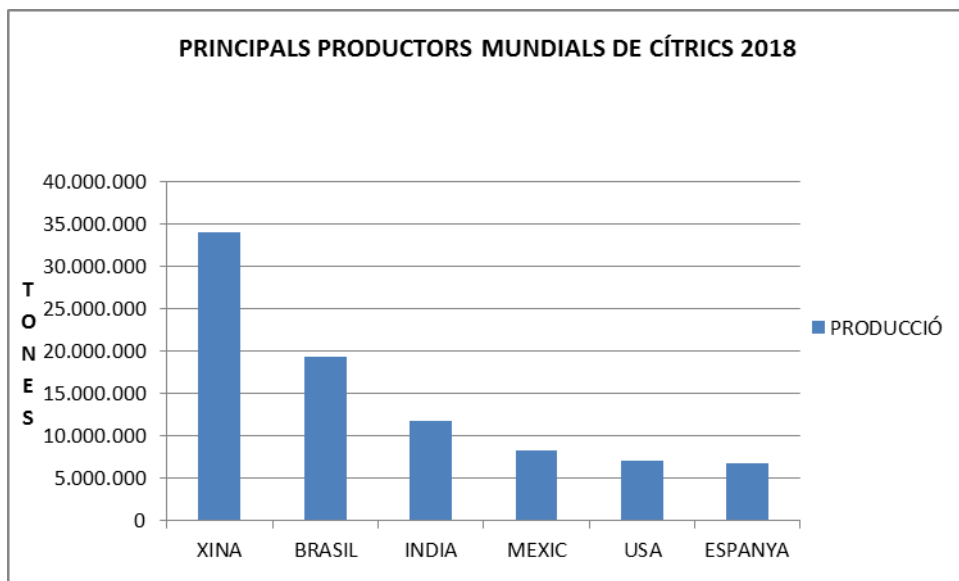
Dades: faostat

### PRINCIPALS PAÏSOS PRODUCTORS.

La Xina és el major productor mundial. És el país amb més població del món, amb l'auto-abastiment alimentari no garantit i és un gran importador de productes agroalimentaris.

Seguit de la Xina venen Brasil, l'Índia, Mèxic, els Estats Units d'Amèrica i Espanya. Aquests 6 països suposen el 65% de la producció mundial, encara que hi ha diferències significatives entre ells depenent de la destinació que donen a la seva producció.

Xina, l'Índia i Estats Units dediquen la seva producció al consum intern i exporten moderadament. Mentre que Brasil, Mèxic i Espanya dediquen una bona part de la seva producció a l'exportació tant en fresc com transformat en suc, a l'estar situades a prop de grans zones de consum.



Dades:faostat

La Xina dedica aproximadament el 98% de la producció al consum interior en fresc o transformat. Des de 2010 ha augmentat la seva capacitat productiva en més d'un 60% amb la taronja, en un 54% en mandarina, en un 20% en llima i en un 78% en aranja. És líder en producció a nivell mundial en mandarina i aranja.

El segon productor en importància és el Brasil que dedica al voltant d'un 71% de la seva producció, especialment taronja, a la transformació en suc que dedica a l'exportació arreu del món i no exporta en fresc ni un 1% del que produeix.

L'Índia és el líder mundial en producció de llimona i dedica la seva producció al consum interior; les exportacions suposen una quantitat ínfima.

La producció de cítrics de Mèxic es distribueix especialment entre taronges, al voltant del 50%, i llimona, al voltant del 35% de la producció

La producció de cítrics als Estats Units es distribueix majorment amb taronges que suposen al voltant del 70% del total; les mandarines i les llimones tenen una proporció de l'11% i les aranges suposen un 8% de la producció. Es destina majoritàriament al consum interior i només reserva al voltant d'un 10% a l'exportació.

Més de la meitat de la producció de cítrics a Espanya correspon a taronges; les mandarines són la següent fruita més produïda; les llimones suposen al voltant del 15% de la producció de cítrics mentre que les aranges suposen un 1% de la producció. Destina al voltant del 50% de la seva producció a l'exportació, principalment als països europeus; un 40% al consum interior en fresc i el 10% restant a la transformació.

## LA TARONJA

La taronja és el cítric més conreat arreu. En la distribució de l'àrea cultivada hi ha molta variació. Els països més remarcables per l'augment de superfície en els últims anys són l'Índia, la Xina, Egipte i Indonèsia; els dos primers destinen especialment la producció al consum intern i Egipte una part important al comerç exterior.

VARIACIÓ EN ÀREA CULTIVADA DE TARONJA ENTRE 2000-2018						
DADES:FAOSTAT	2000	2005	2010	2015	2018	
Area	HECTAREES	HECTAREES	HECTAREES	HECTAREES	HECTAREES	VARIACIÓ 2000-2018
Brazil	856422	805665	792753	678807	589139	-31%
China, mainland	250000	350000	450000	498600	504683	102%
Egypt	87704	84520	101263	131335	131271	50%
India	274100	378000	631300	686000	613000	124%
Indonesia	37120	67883	57083	50913	68335	84%
Iran (Islamic Republic of)	118854	128332	133628	67207	115718	-3%
Mexico	323618	317280	334573	318380	326689	1%
Pakistan	139000	135000	138880	134982	137265	-1%
South Africa	47871	41000	41699	44800	43291	-10%
Spain	134533	138769	153631	147420	139626	4%
Turkey	46300	49510	53236	54298	50806	10%
United States of America	328970	298497	260132	233060	206349	-37%
DELS 12 PRINCIPALS PAÏSOS PRODUCTORS PER VOLUM EN 2018						

Brasil és el primer productor del món de taronja i l'ús que li dona en més de tres quarts parts és la transformació en suc, tant concentrat com *single strength*. Els Estats Units són uns grans productors i alhora consumidors; tanmateix tenen un comerç exterior significatiu. Mèxic i Espanya estan a la vora de dos grans zones de consum com són els Estats Units i la Unió Europea; i les dos tenen clara vocació exportadora a eixos mercats amb els que tenen condicions d'accés avantatjoses.





Dades: faostat

PRINCIPALS PRODUCTORS MUNDIALS DE TARONJA				
TONES TARONJA	2010	2015	2018	VARIACIÓ PRODUCCIÓ 2010-2018
BRASIL	18.503.139	16.953.015	16.713.534	-9,67%
XINA	5.618.000	8.052.184	9.103.908	62,05%
ÍNDIA	5.966.400	7.710.000	8.367.000	40,24%
USA	7.477.924	5.763.340	4.833.480	-35,36%
MÈXIC	4.051.631	4.515.520	4.737.990	16,94%
ESpanya	3.144.800	2.935.370	3.639.853	15,74%
EGIPTE	2.401.015	3.351.307	3.246.483	35,21%
INDONESIA	2.028.904	1.856.174	2.510.442	23,73%
TURQUIA	1.710.500	1.816.798	1.900.000	11,08%
IRAN	2.176.258	1.530.362	1.889.252	-13,19%
SUD-ÀFRICA	1.414.585	1.762.579	1.775.760	25,53%
PAKISTAN	1.505.000	1.676.885	1.589.856	5,64%
ITÀLIA	2.393.663	1.905.103	1.522.213	-36,41%
MARROC	849.197	869.020	1.019.150	20,01%
ARGENTINA	833.486	1.001.309	1.006.779	20,79%

Dades: faostat

## MANDARINA

Entre els principals països que no han deixat d'augmentar l'àrea de cultiu de la mandarina han estat la Xina, Marroc, Turquia, USA, Mèxic i Egipte. Espanya és el segon país amb més àrea destinada al conreu de mandarina encara que aquesta superfície està decreixent.

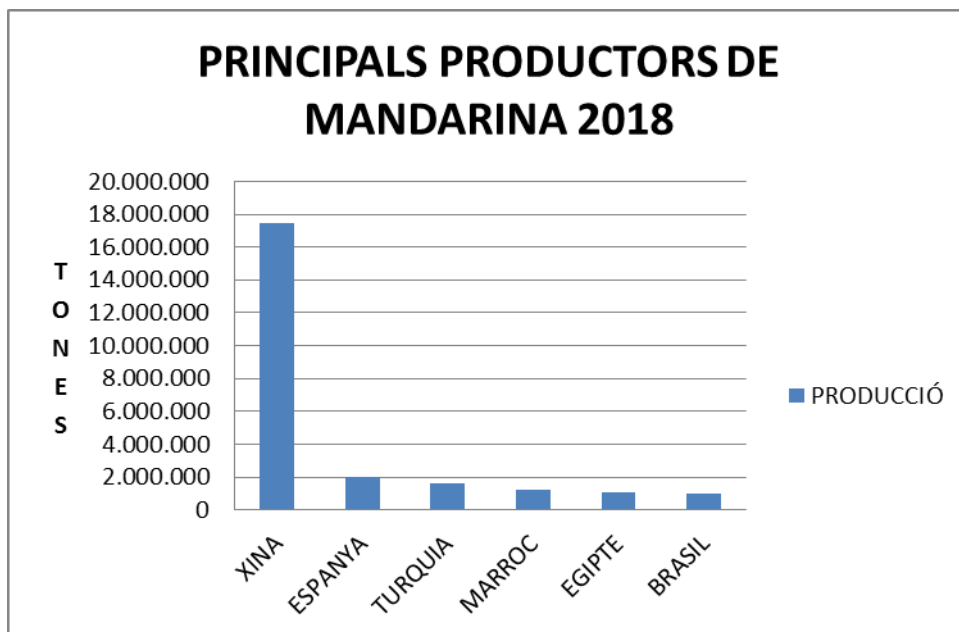
La Xina és el principal productor mundial de mandarina, amb una quantitat quasi nou vegades superior a la del segon productor, Espanya. Com amb la resta de cítrics la destinació de la producció a Xina és principalment el consum interior.

Espanya és el segon productor mundial seguit de Turquia, Marroc i Egipte, tots quatre països amb clara vocació exportadora.

VARIACIÓ EN ÀREA CULTIVADA DE MANDARINA ENTRE 2000-2018						
DADES:FAOSTAT	2000	2005	2010	2015	2018	
Area	HECTAREES	HECTAREES	HECTAREES	HECTAREES	HECTAREES	VARIACIÓ 2000-2018
Brazil	61.513	61.000	57.513	48.999	52.450	-15%
<b>China, mainland</b>	<b>892.000</b>	<b>1.200.000</b>	<b>1.400.000</b>	<b>1.629.000</b>	<b>1.825.666</b>	<b>105%</b>
<b>Egypt</b>	<b>35.000</b>	<b>38.320</b>	<b>39.826</b>	<b>44.580</b>	<b>46.869</b>	<b>34%</b>
Japan	58.400	51.500	46.100	42.200	39.600	-32%
<b>Mexico</b>	<b>25.606</b>	<b>29.084</b>	<b>34.871</b>	<b>33.669</b>	<b>33.589</b>	<b>31%</b>
<b>Morocco</b>	<b>24.000</b>	<b>28.000</b>	<b>47.537</b>	<b>59.362</b>	<b>64.102</b>	<b>167%</b>
Pakistan	51.700	50.000	51.584	50.362	51.259	-1%
Italy	34.704	32.208	36.363	35.921	34.154	-2%
Republic of Korea	26.821	21.504	21.143	21.265	22.109	-18%
Spain	110.487	121.044	120.256	195.003	108.613	-2%
<b>Turkey</b>	<b>27.400</b>	<b>31.227</b>	<b>33.289</b>	<b>43.506</b>	<b>51.590</b>	<b>88%</b>
<b>United States of America</b>	<b>16.430</b>	<b>15.095</b>	<b>18.535</b>	<b>25.660</b>	<b>29.258</b>	<b>78%</b>

DELS 12 PRINCIPALS PAÏSOS PRODUCTORS PER VOLUM EN 2018

Dades:faostat



Dades:faostat

PRINCIPALS PRODUCTORS MUNDIALS DE MANDARINA				
TONES MANDARINA	2010	2015	2018	VARIACIÓ PRODUCCIÓ 2010-2018
XINA	11.346.387	15.620.156	17.477.412	54,04%
ESPANYA	2.196.890	3.737.160	1.978.581	-9,94%
TURQUIA	858.699	1.156.365	1.650.000	92,15%
MARROC	472.834	993.182	1.208.789	155,65%
EGIPTO	796.867	983.406	1.068.351	34,07%
BRASIL	1.122.009	1.000.546	996.872	-11,15%
USA	540.862	782.900	804.670	48,78%
JAPÓ	786.000	777.800	773.700	-1,56%
ITÀLIA	812.240	822.409	699.832	-13,84%
KOREA	614.786	639.892	646.218	5,11%
PAKISTAN	559.000	622.843	593.572	6,18%
MÈXIC	409.442	486.189	507.878	24,04%
PERÚ	221.324	357.912	481.594	117,60%
IRAN	551.923	547.564	465.452	-15,67%
ARGENTINA	423.737	491.384	431.374	1,80%

Dades:faostat

## LLIMONA

L'Índia és el primer productor mundial de llima, seguida de Mèxic, la Xina, Argentina, Brasil i Turquia. La Índia, Mèxic, Xina, Turquia, Sud-àfrica tenen un creixement continuat de l'àrea destinada al cultiu de la llima. Tanmateix el més destacable és com l'Índia tot i ser el primer productor mundial té una rendibilitat de quilos per hectàrea baixíssima.

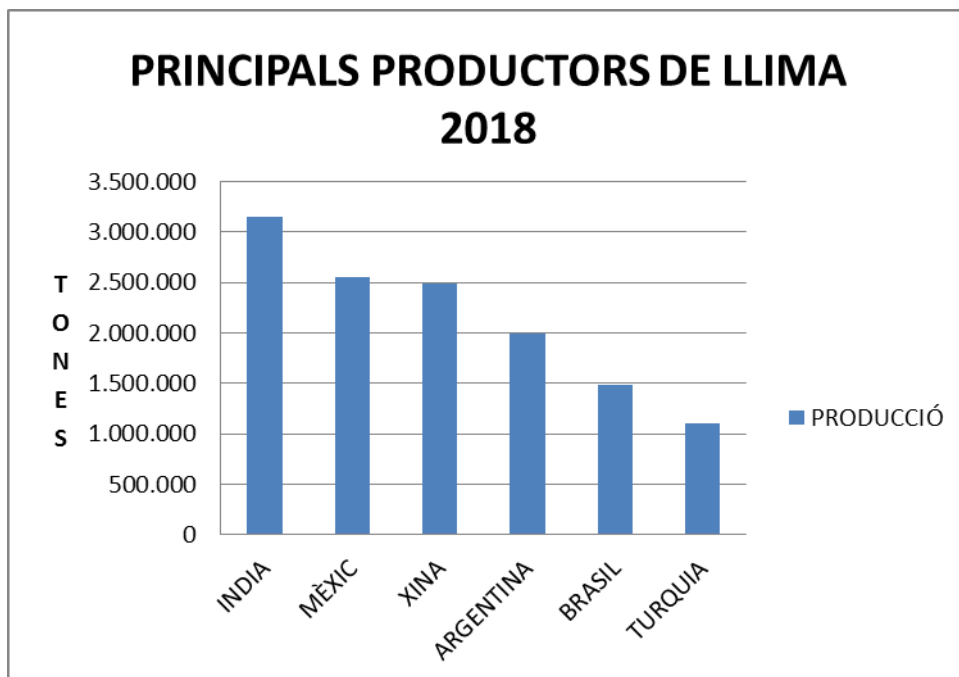
VARIACIÓ EN ÀREA CULTIVADA DE LLIMONA ENTRE 2000-2018						
DADES:FAOSTAT	2000	2005	2010	2015	2018	
Area	HECTAREES	HECTAREES	HECTAREES	HECTAREES	HECTAREES	VARIACIÓ 2000-2018
<b>Argentina</b>	<b>34.000</b>	<b>52.000</b>	<b>43.575</b>	<b>50.616</b>	<b>57.665</b>	<b>69,60%</b>
Brazil	50.323	50.266	42.779	46.088	52.784	4,89%
<b>China, mainland</b>	<b>38.000</b>	<b>50.000</b>	<b>115.000</b>	<b>106.000</b>	<b>126.804</b>	<b>233,69%</b>
Egypt	15.287	15.000	15.534	15.092	15.031	-1,67%
<b>India</b>	<b>169.300</b>	<b>78.900</b>	<b>295.600</b>	<b>268.000</b>	<b>286.000</b>	<b>68,93%</b>
Iran (Islamic Republic of)	27.660	34.588	26.443	27.300	28.205	1,97%
Italy	34.634	30.000	28.854	25.466	21.700	-37,34%
<b>Mexico</b>	<b>122.755</b>	<b>136.966</b>	<b>143.869</b>	<b>161.681</b>	<b>175.826</b>	<b>43,23%</b>
<b>South Africa</b>	<b>6.172</b>	<b>9.320</b>	<b>11.039</b>	<b>16.034</b>	<b>23.331</b>	<b>278,01%</b>
Spain	45.833	45.171	40.801	38.484	46.010	0,39%
<b>Turkey</b>	<b>23.085</b>	<b>25.000</b>	<b>25.360</b>	<b>28.570</b>	<b>35.911</b>	<b>55,56%</b>
United States of America	26.060	23.674	23.067	22.380	21.974	-15,68%

DELS 12 PRINCIPALS PAÏSOS PRODUCTORS PER VOLUM EN 2018

Dades:faostat

RENDIMENT PER HECTÀREA DE LA LLIMA					
	INDIA	MÈXIC	XINA	ESPANYA	ARGENTINA
SUPERFICIE 2015					
HECTAREES	268.000	161.681	106.000	38.484	50.616
PRODUCCIO 2018					
TONES	3.148.000	2.547.834	2.482.884	1.087.232	1.989.400
KILOS/HECTÀREA	11.746	15.758	23.423	28.252	39.304

Elaboració pròpia a partir de dades faostat



Dades:faostat

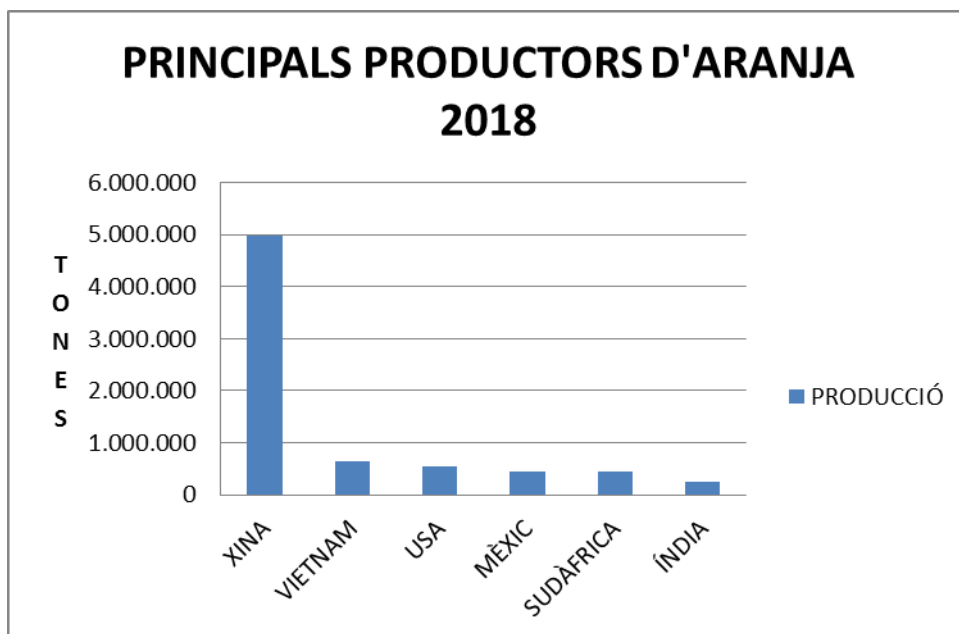
PRINCIPALS PRODUCTORS MUNDIALS DE LLIMA				
TONES DE LLIMONA	2010	2015	2018	VARIACIÓ PRODUCCIÓ 2010-2018
INDIA	2.629.200	2.950.000	3.148.000	19,73%
MÈXIC	1.891.403	2.342.780	2.547.834	34,71%
XINA	2.058.605	2.234.755	2.482.884	20,61%
ARGENTINA	1.113.375	1.561.606	1.989.400	78,68%
BRASIL	1.020.741	1.180.443	1.481.322	45,12%
TURQUIA	787.063	750.550	1.100.000	39,76%
ESPANYA	717.906	886.272	1.087.232	51,44%
USA	800.137	820.100	812.840	1,59%
SUD-ÀFRICA	215.985	353.180	474.149	119,53%
IRAN	368.245	438.374	445.460	20,97%

Dades:faostat

## ARANJA

El principal país productor d'aranja és també la Xina, seguit d'un altre país a tocar seu com és Vietnam. Un altre país asiàtic productor important és la Índia així com Estats Units, Mèxic i Sud-àfrica.

Vietnam és el país que més ha augmentat relativament la superfície dedicada al cultiu d'aranges els últims anys i iguala quasi a la Xina. Mèxic, Sud-àfrica i Tunísia també han augmentat significativament l'àrea. Per contra USA i Israel han baixat més de la meitat.



Dades:faostat

PRINCIPALS PRODUCTORS MUNDIALS D'ARANGES				
TONES D'ARANGES	2010	2015	2018	VARIACIÓ PRODUCCIÓ 2010-2018
XINA	2.784.000	4.367.908	4.965.768	78,37%
VIETNAM	400.126	471.380	657.600	64,35%
USA	1.123.095	825.540	558.830	-50,24%
MÈXIC	400.934	424.315	459.610	14,63%
SUDÀFRICA	343.055	390.313	445.385	29,83%
ÍNDIA	260.600	260.500	257.750	-1,09%
TURQUIA	213.768	250.025	250.000	16,95%
SUDAN	196.000	219.100	234.388	19,59%
TAILÀNDIA	294.949	232.965	219.838	-25,47%
ISRAEL	204.408	185.029	148.896	-27,16%
ARGENTINA	188.820	130.382	114.118	-39,56%
BRASIL	75.175	79.989	81.931	8,99%
ESPANYA	46.824	71.578	70.624	50,83%
IRAN	73.892	85.706	69.809	-5,53%

Dades:faostat

VARIACIÓ EN ÀREA CULTIVADA D'ARANJA ENTRE 2000-2018						
DADES:FAOSTAT	2000	2005	2010	2015	2018	
Area	HECTAREES	HECTAREES	HECTAREES	HECTAREES	HECTAREES	VARIACIÓ 2000-2018
Argentina	11.700	12.500	7.685	5.353	4.708	-60%
<b>China, mainland</b>	<b>35.680</b>	<b>48.000</b>	<b>60.000</b>	<b>100.500</b>	<b>87.534</b>	<b>145%</b>
<b>India</b>	<b>6.379</b>	<b>6.700</b>	<b>10.994</b>	<b>11.300</b>	<b>10.572</b>	<b>66%</b>
Israel	6.060	3.190	3.800	3.819	2.259	-63%
<b>Mexico</b>	<b>13.175</b>	<b>15.500</b>	<b>17.577</b>	<b>16.964</b>	<b>18.823</b>	<b>43%</b>
<b>South Africa</b>	<b>10.000</b>	<b>12.500</b>	<b>11.060</b>	<b>12.844</b>	<b>14.472</b>	<b>45%</b>
Thailand	23.271	30.736	31.779	26.720	24.664	6%
<b>Tunisia</b>	<b>3.246</b>	<b>3.833</b>	<b>4.164</b>	<b>4.446</b>	<b>4.450</b>	<b>37%</b>
<b>Turkey</b>	<b>4.680</b>	<b>4.780</b>	<b>6.063</b>	<b>6.348</b>	<b>5.182</b>	<b>11%</b>
United States of America	62.320	41.683	30.837	27.240	20.113	-68%
<b>Viet Nam</b>	<b>18.000</b>	<b>19.400</b>	<b>36.042</b>	<b>39.547</b>	<b>86.370</b>	<b>380%</b>
Sudán				21.042	19.382	-8%

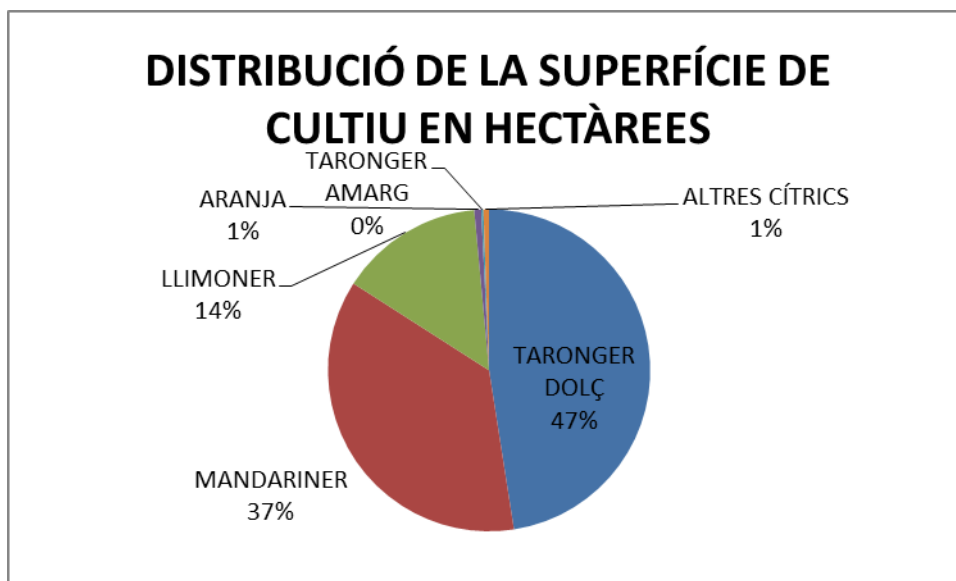
DELS 12 PRINCIPALS PAÏSOS PRODUCTORS PER VOLUM EN 2018

Dades:faostat

## 2. LA PRODUCCIÓ DE CÍTRICS A ESPANYA

A Espanya els cítrics (taronges, mandarines, llimes i aranges) es conreen en 4 comunitats autònomes especialment: València, Andalusia, Múrcia i Catalunya.

En 2017 hi havia una superfície plantada de cítrics a Espanya de 294.258 hectàrees; en el 47,5% de les quals es conrea taronja dolça, en el 36,5% mandarina i en un 14% llimones; les aranges, el taronger amarg i altres cítrics amb la superfície restant són la resta de varietats que componen el sector. Del total de la producció més de la meitat correspon a taronja i un terç a mandarina. La llimona és el tercer cítric en importància amb el 15% del volum de producció.

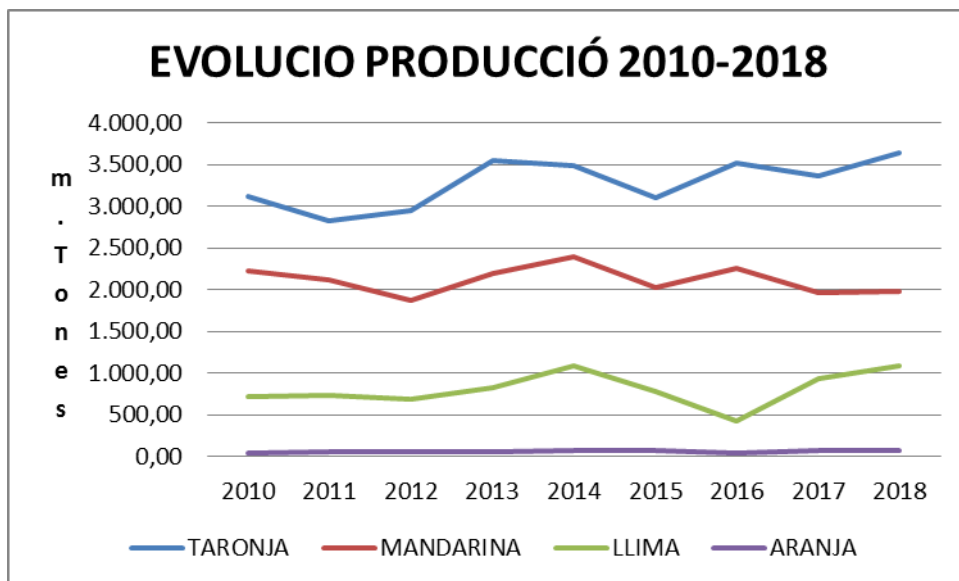


Dades: Ministeri d'Agricultura Pesca y Alimentació.

Aquest sector econòmic està format per nombroses explotacions de reduïda dimensió, especialment a la Comunitat Valenciana i Múrcia. El conreu ha baixat especialment en els cultius de taronja i mandarina, no així en el de llimes que ha augmentat significativament les últimes campanyes per una millora conjuntural en el preu.

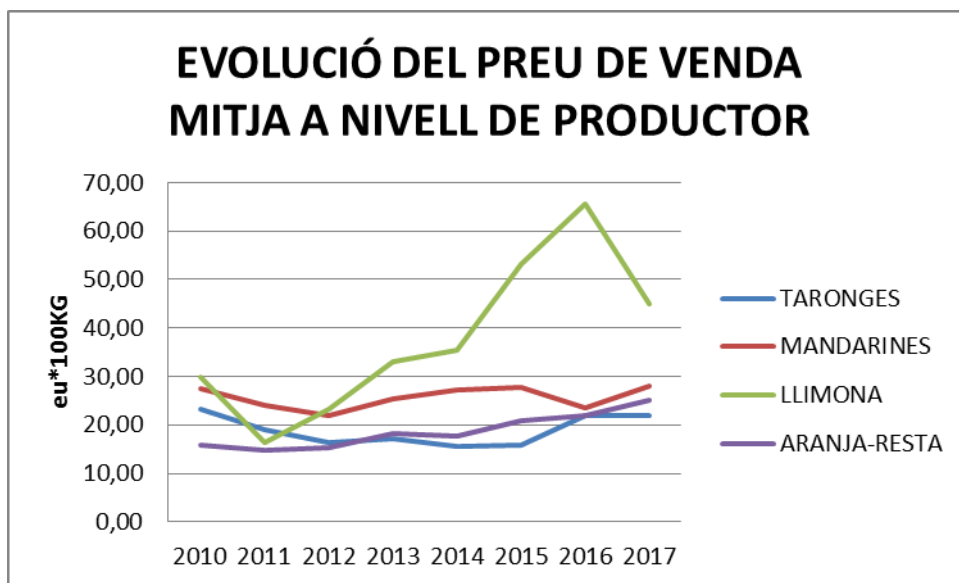
La baixa rendibilitat del cultiu és un dels factors que ha propiciat l'abandonament, juntament amb el desequilibri en la distribució varietal i el gran nombre d'explotacions amb superfície menor a 1 hectàrea; el gran nombre de productors amb petites explotacions resulten en un increment de costos i per tant en una menor productivitat respecte a explotacions més professionalitzades. El cultiu de cítrics mostra un lleuger creixement en la taronja i estabilitat en la mandarina, llimona i aranja.





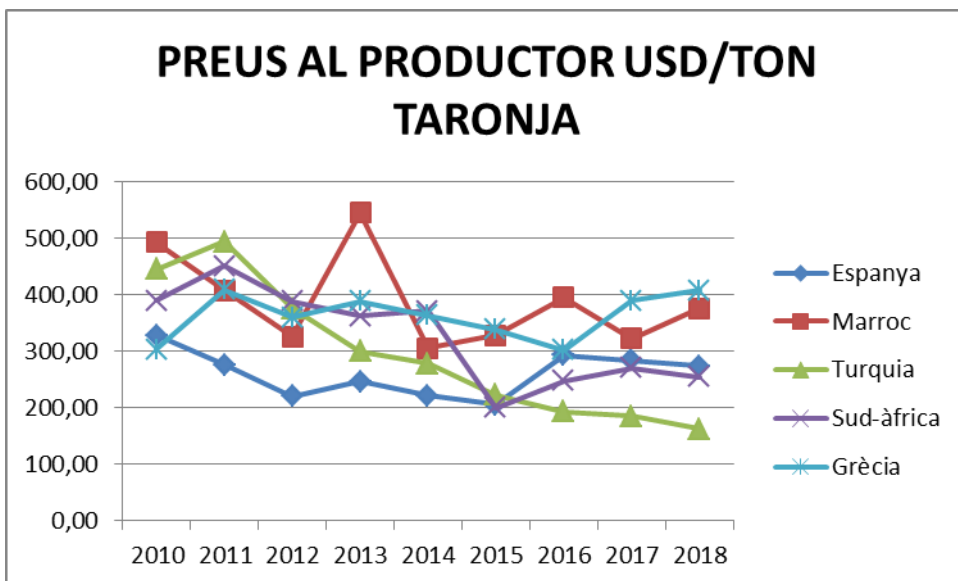
Dades: Eurostat (apro\_cpsh1)

Si s'atén a l'evolució de preus de venda del productor per cent quilos entre 2009 i 2018 en una comparativa amb la resta de països UE productors es pot observar com un productor espanyol sempre segueix la progressió de preus més baixa. Hi ha un sostre per sota dels 0,3 eur/kilo que no es pot superar.

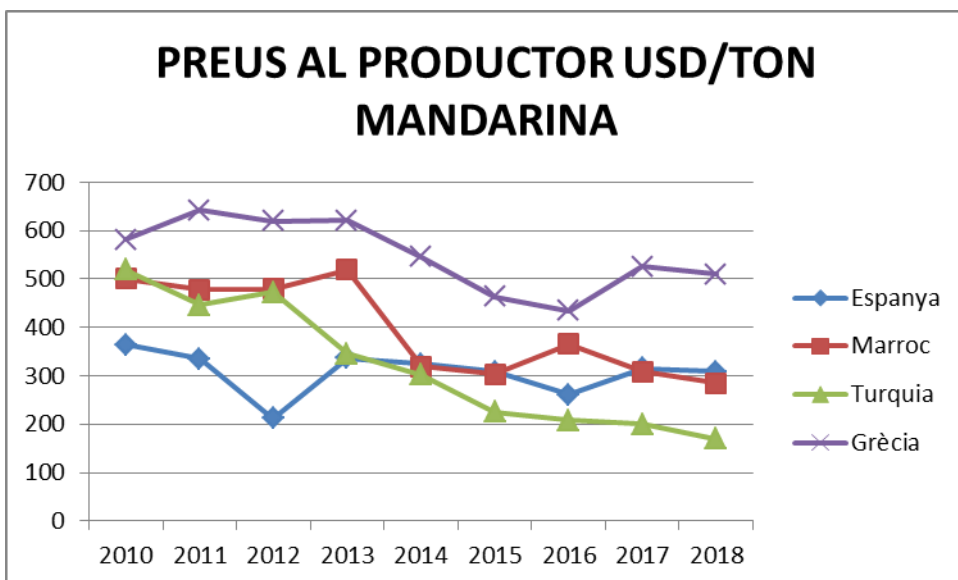


Dades: Eurostat (apri\_ap\_crpouta)

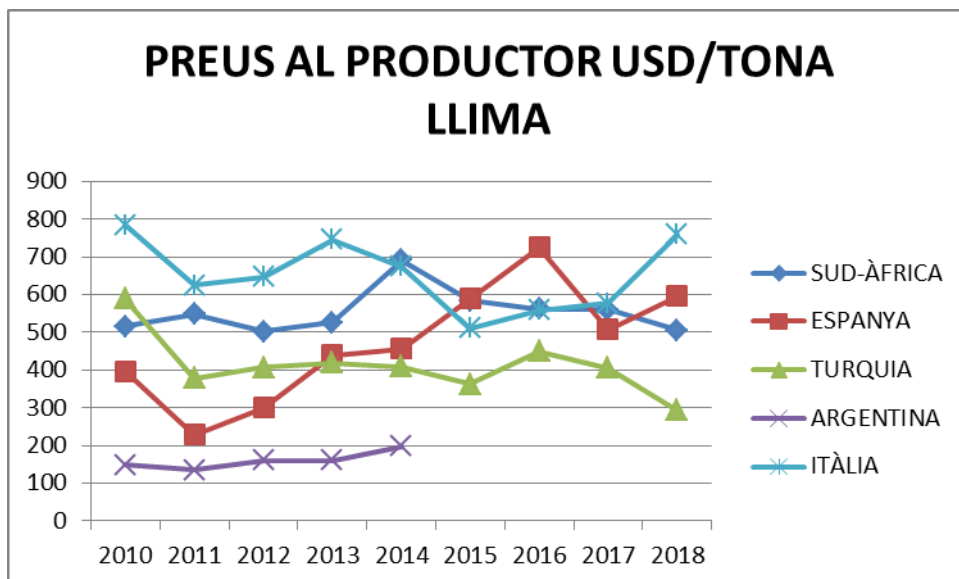
Ara bé, si s'atén a la comparativa amb tercers països productors amb volum de producte exportat significatiu els productors espanyols obtindrien una remuneració major, es dir són menys competitiu. En el cas de la taronja els productors turcs i sud-africans obtenen una remuneració menor, no així els marroquins. En el cas de la mandarina els productors de Marroc i Turquia també reben de mitjana un preu inferior al que obtindria un productor espanyol. En la llimona el preu de producció que sol rebre un productor espanyol està per sobre del que reben productors de tercers països. En el cas de l'aranja els productors de Turquia també poden oferir el seu producte a un preu inferior al que el poden oferir els productors espanyols.



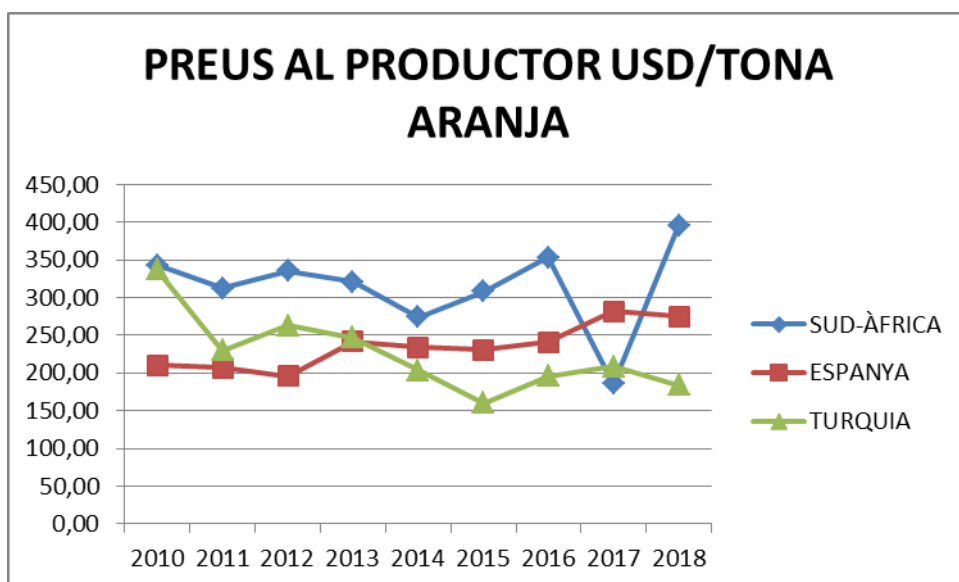
Dades: faostat



Dades: faostat



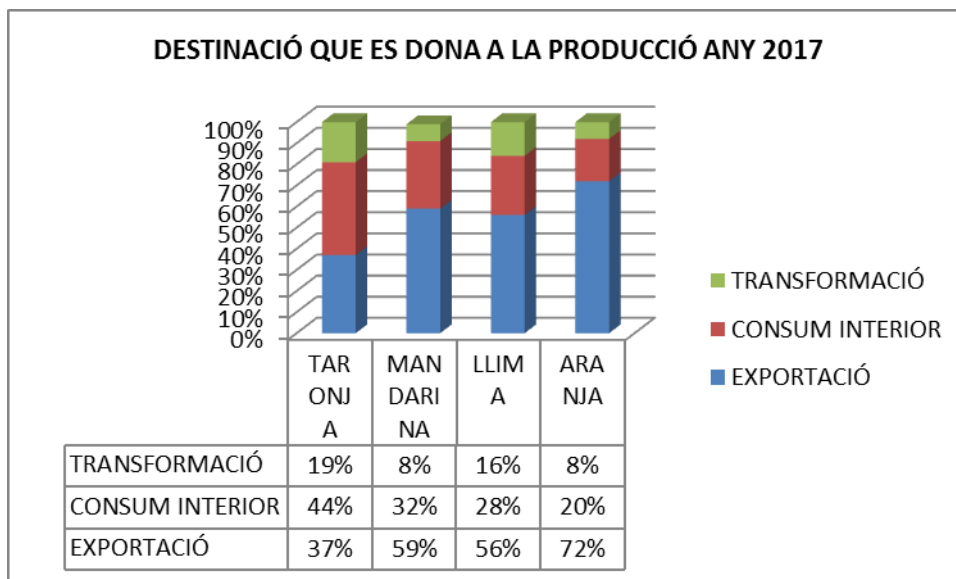
Dades: faostat



Dades: faostat

També influeixen altres factors en el comerç com la major o menor proximitat a la destinació o els costos del mitjà de transport utilitzat.

L'exportació de qualsevol tipus de producte depèn de la demanda exterior. El comerç de cítrics, tant a nivell nacional o internacional, depèn de l'oferta i la demanda i s'ajusta a un preu. En la campanya 2016/2017 el 60% de la producció espanyola es va destinar a l'exportació. Al voltant d'un 20% de la producció es destina al mercat interior i el 17% a l'indústria de transformació en suc majorment. Més de la meitat de la producció exportada correspon a mandarines. Espanya fa molts anys que exporta cítrics i té un nombre important de magatzems amb infraestructura suficient per poder oferir un producte de qualitat i competitiu.



Dades: Ministeri d'Agricultura, Pesca i Alimentació

Quasi un 40% de la producció de taronja té com a destinació l'exportació; al voltant del 44% es destina al consum interior en fresc i la resta va a la indústria de la transformació (suc especialment, melmelada i altres).

En la mandarina al voltant d'un 60% de la producció es destina a l'exportació, al voltant d'un 30% al consum en fresc interior i la resta a la transformació en conserva principalment.

La llima té una distribució de la producció semblant a la mandarina en exportació i consum interior però la quantitat de producte destinat a transformació és major.

Amb les aranges, el cítric amb menys oferta de producció, quasi tres quartes parts de la mateixa va a l'exportació.

SUPERFICIE, PRODUCCIÓ, DESTINACIÓ I VALOR CÍTRICS L'ANY 2017							
	SUPERFICIE	PRODUCCIÓ	DESTINACIÓ			PREU MITJA	VALOR DE LA PRODUCCIÓ
	HECTÀREES	TONES	EXPORTACIÓ EN FRESC	VENDA INTERIOR EN FRESC	TRANSFORMACIÓ	EU/100KG	MILLS EUROS
TARONGER DOLÇ	139.878	3.344.428	1.207.515	1.430.381	636.263	21,93	733.433
TARONGER AMARG	627	12.735	1.726	7.703	3.306		
MANDARINER	107.515	1.967.018	1.139.259	616.273	161.360	27,92	549.191
LLIMONER	42.507	923.192	502.687	250.333	140.440	45,05	415.898
ARANJA	2.066	78.752	53.702	15.087	5.567	24,99	19.680
ALTRES CÍTRICS	1.665	4.501	1.671	2.422	280		
<b>TOTAL</b>	<b>294.258</b>	<b>6.330.626</b>	<b>2.906.560</b>	<b>2.322.199</b>	<b>947.216</b>		

Dades: Ministeri d'Agricultura, Pesca i Alimentació

Andalusia és la segona comunitat on hi ha més producció, al voltant de 12.000 explotacions i una superfície de 75.701 hectàrees, el 70% de les quals són tarongers i el 21% mandariners. Tanmateix el percentatge de producció destinada a l'exportació està al voltant del 15%.

En aquesta comunitat autònoma és on hi ha la major superfície d'explotacions de cultiu ecològic de cítrics, 4.353 hectàrees; aquesta oferta cobreix un nínxol de mercat especialment apreciat a Alemanya i França; un menor volum de producció i un increment de costos fins ara s'han compensat amb un preu més alt i una menor incidència en plagues. Aquesta opció diversifica l'oferta i és un avantatge davant altres competidors. A llarg termini aquest preu anirà disminuint com passa sempre amb els preus dels productes agrícoles.

Múrcia té una superfície ocupada en cultiu de cítrics de 41.829 h; les llimones són els cítrics més importants amb una superfície de 23.227 h; els tarongers ocupen una superfície de 10.650 h. Les mandarines una superfície de 7.952 h.

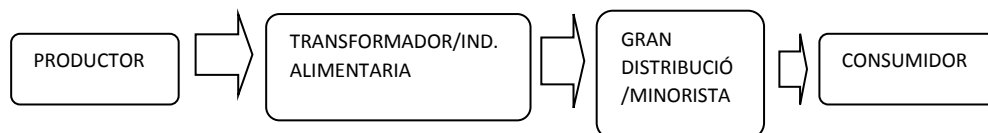
La província de Tarragona a Catalunya és la quarta zona productora més important. La producció està localitzada especialment a les comarques del Montsià i el Baix Ebre. Ocupa una superfície de 10.884 hectàrees, de les quals un 7.779 hectàrees són conreus de mandarina i 1.945 h. conreu de taronger.

Per augmentar la competitivitat es proposen actuacions tècniques com serien la reducció dels costos de producció mitjançant la producció associativa (Tejedo et al. 2018), les reconversions varietals i/o substitucions o diversificació de varietats per limitar els excessos de producció en períodes curts de temps com passa amb les mandarines Clemenules; tot això alhora que s'afavoreixi una citricultura sostenible, rendible i competitiva. Una altra actuació seria la utilització del màrqueting (Lliso, 2014) per augmentar el valor afegit dels cítrics mitjançant la promoció i donar a conèixer les característiques pròpies i diferenciadores dels mateixos. Equilibrar la posició de força dels productors amb els compradors encara que proposat des de fa molts anys és complicat per la gran atomització del sector productiu i la poca unió dins el mateix. La majoria dels costos de producció són de la ma d'obra utilitzada en la recol·lecció i d'altres tasques que fins ara no s'han pogut mecanitzar.

Diversos factors influeixen en la producció i el comerç de productes agroalimentaris. Per exemple, els fenòmens meteorològics extrems que afecten en diferent grau grans superfícies de conreu. L'est i sud peninsular són zones afectades periòdicament pels mateixos, les conseqüències dels quals venen moltes vegades agreujades per l'actuació prèvia de l'home. El canvi climàtic seria un altre factor de més difícil avaluació ara per ara. La producció també suposa un empobriment en recursos, com l'aigua, que és un bé escàs en este país. La investigació i la innovació serien factors que influeixen positivament i que en aquest sector estan certament desenvolupats amb organismes de referència. En l'agricultura espanyola té un efecte important la Política Agrària Comuna que li dona un tracte preferencial a mercats propers amb productes peribles i que no es conreen en eixos països. L'evolució demogràfica en la principal zona de comercialització és preveu que baixi els pròxims anys i aquests mercats es consideren ara ja saturats i amb poques perspectives de creixement; aleshores cal cercar altres oportunitats tant en destinació com afegint valor al producte.

### 3. LA CADENA ALIMENTÀRIA

La cadena alimentària és el conjunt d'activitats que realitzen els diferents operadors que intervenen en la producció, transformació i distribució d'aliments. Totes són importants i necessàries però no sempre es pot garantir un valor afegit sostenible per a tots els intervinents de la mateixa.



La producció agrícola i el consum són les fases on es genera més valor. Tanmateix per als xicotets agricultors, tant dels països més pobres com dels països desenvolupats, els és molt difícil competir, tant pels requeriments tècnics i sanitaris a que estan sotmesos com pels preus que reben pels seus productes. En moltes ocasions són empreses d'altres països les que impulsen la producció en un determinat país, generalment menys desenvolupat, a través de grans extensions de terreny, amb l'objectiu d'aprofitar els baixos costos de producció, especialment de ma d'obra, per obtenir collites que vendran en països desenvolupats (Marañón, 2002).

En les fases inicials de la cadena participen un gran nombre d'explotacions agrícoles generalment de xicotetes dimensions; aquesta producció passa posteriorment per una transformació industrial més concentrada respecte al sector primari; i posteriorment passa a l'esglaió de la gran distribució organitzada abans d'arribar al consumidor final. Les grans empreses de distribució amb les cadenes alimentàries globals han aconseguit la desestacionalització i la des-territorialització del consum fet que permet que el consumidor tingui a l'abast i a un preu accessible qualsevol producte en qualsevol època de l'any. Aquests distribuïdors finals són els que primer detecten els canvis d'hàbits i gustos en els consumidors. I són ells els que han de traslladar eixos canvis avall en la cadena si volen romandre al mercat: tots els agents que participen en la cadena han de tenir la innovació i l'eficiència com a referència.

Avui en dia aquesta cadena no és lineal: productor/agricultor – transformador/industria alimentària – gran distribució/minorista. Aquest model és substituït per un de multilineal en el que els diferents operadors poden intercanviar els papers i posicions per controlar el major nombre possible de fases, sobre tot d'aprovisionament i consum. D'aquesta manera la distribució comercial obté tot o quasi tot el control de la cadena subordinant a la resta d'agents.

Són les cadenes de distribució les que marquen les condicions de les relacions comercial i els preus, les quals han estat qualificades com abusives en un Dictamen de la UE sobre **“Relacions comercials entre la gran distribució i els proveïdors de productes alimentaris”** i en la mateixa **lleï 12/2013 de 2 d'agost, de mesures per millorar el funcionament de la cadena alimentària**. La **Directiva 2019/633** del Parlament Europeu relativa a **les pràctiques deslleials en les relacions entre empreses en la cadena de subministrament agrícola i alimentària** tracta d'eliminar aquest problema, que és comú a tota la Unió Europea.

Es sol associar el sector agrícola amb un model simplificat de mercat de competència perfecta. Aquest mercat ha de complir certes condicions: molts productors des del cantó de l'oferta i molts consumidors des del cantó de la demanda; cap d'ells amb prou força per influir en el preu d'un producte (són preu acceptants) que és homogeni i on els agents que intervenen en el mercat poden entrar i sortir lliurement i tots coneixen les condicions per participar. Aquest preu el determina el punt on es creua el que està disposat el consumidor a pagar amb el preu per sota del qual el productor obtindria pèrdues; això permet el productor cobrir els costos no així obtenir beneficis, ja que això faria que més agents des del cantó de la

producció volguessin participar en eixe mercat. Adam Smith ja va fer esment de les taronges a la seva obra “La riquesa de les nacions” en el capítol on es referia al preu de mercat i al preu natural (de cost) de les matèries primeres i també com aquest preu de mercat no pot ser per molt de temps inferior al preu natural.

Tanmateix, aquest model només existeix a nivell teòric, a banda de ser el fonament del marc teòric del pensament neoclàssic, el lliure mercat. En la realitat no passa que els productors venen directament als consumidors; sempre hi ha un o diversos agents que actuen com a intermediaris. Quan aquest agent és l'únic intermediari, és alhora comprador i venedor, apareix la figura del oligopsonista-oligopolista (Encinas Ferrer, 2007) i que ocuparia la posició de les grans distribuïdores alimentaries dins de la cadena alimentària. Aquest seria un mercat de competència imperfecta on un agent intervinent té capacitat de controlar una part important del mercat i la força del qual dependrà de quan concentrada en nombre d'intervinents estigui l'oferta i la demanda. En la funció d'oligopsonista, actuant com a únic comprador, aquest agent té la capacitat de reduir la demanda del producte i del preu al productor; la quantitat que compra és menor que la demanda potencial dels consumidors. En la funció d'oligopolista, en el cantó de l'oferta té la capacitat de proveir el mercat amb una quantitat menor de la que necessitaria realment el consumidor, a un preu superior que el que es pagaria en competència perfecta. Aquesta quantitat oferta és la que maximitza el seu benefici i així tant el consumidor com el productor es veuen perjudicats.

#### 4. EL COMERÇ EXTERIOR DE CÍTRICS

Un dels efectes més visibles de la globalització ha estat l'elevat grau d'integració econòmica internacional que s'ha aconseguit. Entre 1983 i 2007 el comerç internacional es va quadruplicar; açò va afectar la immensa majoria de països independentment del nivell de renda que tinguessin. El comerç mundial va deixar de tenir com epicentres els Estats Units i Europa i es va desplaçar als països emergents d'altres continents, especialment Àsia, millorant el nivell de renda de les poblacions. El grau de diversificació exportadora és més alt en els països més avançats i això suposa un avantatge davant els canvis en la demanda. Les transformacions econòmiques, crisis i recuperacions econòmiques mostren tot un seguit de canvis on hi ha guanyadors i perdedors arreu que obliguen a canvis de paradigmes contínuament, reconversions i re-inversions dels diferents sistemes productius.

El comerç no es caracteritza per l'estabilitat sino pel canvi continu i el major o menor encert en l'adaptació al mateix pels agents intervinents. El mateix es pot dir de la política. Fets que esdevenen en un moment poden canviar en un altre i obliguen a canvis. Les sancions que va imposar la UE a Rússia l'any 2014 arran de l'annexió per part d'aquesta de la península de Crimea van comportar la prohibició per part russa d'importacions agroalimentàries europees, suposant un fort cop a les exportacions de cítrics espanyols ja que en aquell moment aquest era un mercat, fora de la UE, important. Així, encara avui dia aquest veto suposa entrebancs al transport agroalimentari per ferrocarril en la denominada Ruta de la Seda. O la política restrictiva d'importacions agroalimentàries que aplica Algèria des de 2018; exemple d'un país en desenvolupament que utilitza els mateixos instruments polítics que han utilitzat abans economies avançades com la dels Estats Units o la UE, es dir, mesures proteccionistes.

El comerç exterior espanyol de bens ha tingut una evolució positiva al llarg dels anys sobretot des de la incorporació a la Unió Europea i especialment arran de la crisi de 2008 (Alcalá et al., 2012). Té un grau de diversificació considerable; així i tot les exportacions espanyoles suposen un percentatge inferior a la mitjana europea i a més incorporen un elevat contingut de productes importats i no presenten un alt grau de sofisticació. La destinació principal dels bens són els països europeus; no té una presència alta en els mercats més dinàmics com serien els països del sud-est asiàtic i la Xina, especialment, ni a Llatinoamèrica; amb els països del nord d'Àfrica si que han augmentat els intercanvis comercials.

En 2018 Espanya ocupava la posició 17 en la llista dels principals països exportadors mundials de bens amb un valor de 345 mil milions de dòlars. I ocupava la posició 15 com a importadora de bens per un valor de 380 mil milions de dòlars.

Atenent el contingut tecnològic que incorporen els productes, els agroalimentaris es situarien en la categoria de tecnologia baixa i van suposar en 2018 el 10,3% del total d'exportacions.

El sector agroalimentari espanyol és important a nivell de comerç exterior encara que aquests productes no incorporen un valor afegit significatiu. Així i tot aquest comerç presenta superàvit i les exportacions han augmentat arran de la crisi de 2008 (Balanza Comercial Agroalimentaria).

L'exportació de fruita va destinada en més d'un 90% a la UE i els principals països receptors són Alemanya, Regne Unit, Itàlia, Països Baixos i Portugal.

Les destinacions de les exportacions de cítrics són unes zones molt concretes, alhora que extenses, on es concentra el seu consum: la principal zona de consum és el continent europeu, Europa. Al continent americà, Estats Units d'Amèrica i Canadà. A Orient Pròxim i Mitjà, especialment els països del Golf Pèrsic; i tot el sud-est asiàtic.

Espanya és el país productor de cítrics que més n'exporta en fresc, entre 3,5 i 3,7 milions de tones anualment. Més del 90% de les exportacions espanyoles de cítrics tenen el continent europeu com a destinació, especialment els països de la Unió Europea. Alemanya i França són els principals receptors dins la UE. Les empreses exportadores espanyoles a territori europeu han de competir amb la producció provinent de països de la mateixa Unió com Itàlia, Grècia o Portugal que també aprofiten els avantatges d'accés i proximitat al mercat de la



Unió. I de tercers països com Marroc, Egipte i Turquia, que tenen uns costos de producció més baixos i calendaris d'exportació coincidents.

Espanya ha aprofitat els avantatges que li oferia el mercat intern europeu i eixe és el fonament principal de la importància econòmica del sector. Tanmateix això li suposa estar subjecte a les condicions que imposen les poques grans cadenes de distribució que dominen els mercats europeus i que minimitzen la rendibilitat dels esglaons inferiors de la cadena alimentària. Fora d'Europa els mercats amb més perspectives serien altres potències productores com Estats Units, la Índia o Brasil, Mèxic o la Xina; accedir als mateixos comporta salvar barreres sanitàries que protegeixin la seva producció de les plagues espanyoles.

Països productors del nord d'Àfrica i Orient Pròxim com Turquia, Egipte i Marroc i en menor mesura altres com Israel i Líban, són clarament exportadors i aprofiten la proximitat geogràfica amb els països europeus i els països del Golf Pèrsic.

A l'hemisferi Sud, amb producció de maig a novembre, Sud-àfrica destina una gran part de la producció a l'exportació; és el segon exportador mundial en volum i té una nombrosa xarxa de destinacions arreu del món. A Sud-Amèrica, Xile és un exemple de país amb una indústria creada per a l'exportació, ja que exporta quasi tot el que produeix, especialment a Estats Units. Argentina, Brasil i Uruguai mostren xifres significatives de comerç tant de producte en fresc com transformat.

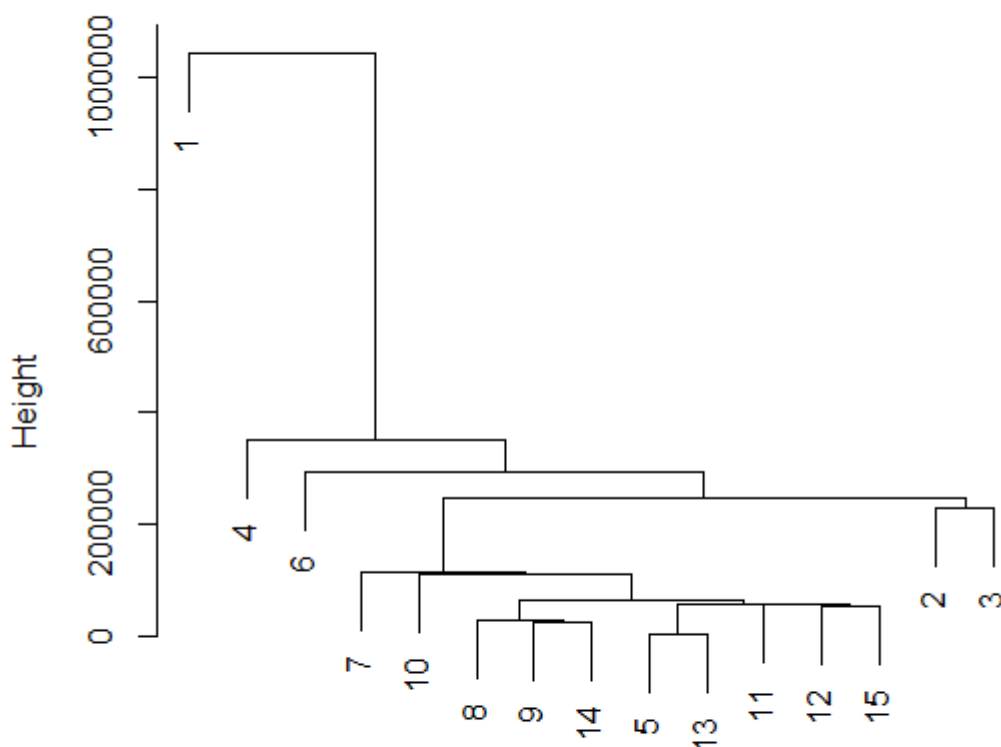
Al continent asiàtic grans països productors com la Xina i l'Índia destinen una xicoteta part de les produccions a exportació i la resta va al consum intern; Pakistan exporta al voltant del 20% del que produeix. Però el país asiàtic amb més comerç internacional de cítrics és Turquia situada entre dos zones importants de consum, Europa i el Golf Pèrsic.

#### 4.1 EL COMERÇ EXTERIOR DE TARONJA EN FRESC – 2017

Amb una taula amb les destinacions de les exportacions en tones de taronja dels principals països productors i alhora exportadors en fresc per zones geogràfiques mundials de consum construïda a partir de dades faostat i amb el cmdr es van agrupar en grups homogenis mitjançant una anàlisi clúster (annex 1).

	UE	EUROPA-NO UE	AMERICA	AFRICA	OCEANIA	ORIENTPROX- MITJÀ	SUD- ESTÀSIA	TOTAL 2017
<b>ESPANYA-1</b>	1475467	47941	35673	1793	38	32989	24350	1618251
<b>EGIPTE-2</b>	154411	152071	2756	7501	6572	237287	182209	742807
<b>TURQUIA-3</b>	21619	163427	110	1940	0	201468	1598	390162
<b>SUDAFRICA-4</b>	480824	90534	71729	36803	1	220972	269698	1170561
<b>MEXIC-5</b>	2077	0	72033	0	0	259	1167	75536
<b>USA-6</b>	87	2	144761	59	20842	756	421578	588085
<b>GRECIA-7</b>	209637	67476	22	3	0	123	0	277261
<b>ITALIA-8</b>	93924	16675	163	2	0	1	0	110765
<b>MARROC-9</b>	112965	10485	9523	21283	0	8174	902	163332
<b>AUSTRALIA-10</b>	347	0	9296	0	5446	13906	160595	189590
<b>XINA-11</b>	0	2986	1	0	0	53	52743	55783
<b>IRAN-12</b>	1	391	0	0	0	16299	0	16691
<b>XILE-13</b>	507	115	73262	0	0	840	928	75652
<b>PORTUGAL-14</b>	114971	63	366	2642	20	363	0	118425
<b>ARGENTINA-15</b>	40869	4221	30199	0	0	2838	1878	80005
<b>TOTAL PER ZONA</b>	2707706	556387	449894	72026	32919	736328	1117646	
EXPORTACIONS EN VOLUM DE 15 PAÏSOS PRODUCTORS DE TARONJA A LES 7 ZONES DE DESTINACIÓ PRINCIPAL								
ELABORACIÓ PROPIA A PARTIR DADES FAO 2017								

### Cluster Dendrogram for Solution HClust.7



Observation Number in Data Set Dataset  
Method=single; Distance=euclidian

El primer clúster assigna Espanya(1) sola i determina una posició exportadora per volum destacada.

El segon clúster inclou la resta de països amb diversos subgrups: Egipte(2) i Turquia(3) amb exportacions importants cap a Orient Pròxim i Mitjà per una banda; i Sud-àfrica(4) i Estats Units(6) per una altra, exportadors cap a països del sud-est asiàtic i del continent americà.. En els 10 països restants es pot observar un grup de 3 països format per Itàlia(8), Portugal(14) i Marroc(9), que tenen en comú un volum semblant d'exportacions al continent europeu i la pertinença i proximitat al mercat.

Cada país li dona una destinació diferent a la producció de taronja, a part del consum interior; es dona la paradoxa que els tres primers països productors de taronja (Brasil, Xina i l'Índia) comercien amb aquest producte fora de les seves fronteres de manera testimonial; això també passa amb altres productors importants com Indonèsia i Iran; en aquests països preval la seguretat alimentària i restriccions comercials degudes a embargaments.

Brasil és el principal productor del món de taronja i dedica la major part de la producció a la transformació en suc i posterior exportació.

Els Estats Units d'Amèrica tenen una producció semblant a la de Mèxic i són una gran zona de consum; a més està en les primeres posicions com a exportador a països com Corea, Canadà, la Xina i Japó i Amèrica Llatina i Sud-est asiàtic.

Mèxic seria el següent país amb una producció significativa en taronja; dedica al voltant del 20% a la transformació en suc i menys d'un 2% a l'exportació en fresc que va en un 95% als Estats Units

Espanya és, en taronja i en 2017, el sisè país productor més important i el primer exportador amb destinacions a 85 països. El continent europeu és la destinació de més del 90% de la producció exportada. Xina, Canadà, Aràbia Saudita, E.A.U. i Brasil són altres destinacions de les exportacions. A excepció de Brasil en la resta de països de destinació la seva posició és més feble que la que tenen competidors directes com Egipte, Turquia i Sudàfrica.

Egipte és un important productor mundial en taronja; aquest cultiu està en expansió en aquell país en enormes extensions a la ribera del Nil. Països d'Europa occidental, Rússia i Aràbia Saudita constitueixen la meitat de les seves exportacions. La resta van a Xina (incloent Hong Kong), països del sud-est asiàtic, d'Orient Mitjà, del Golf Pèrsic i d'Europa Oriental. Al voltant de 92 destinacions tenen les seves exportacions.

Turquia també és un altre productor de taronja important i el cinquè exportador del món; està localitzat geogràficament a tocar d'importants zones de consum com són Europa occidental i Oriental i països d'Orient Pròxim i Mitjà i del Golf Pèrsic. Les destinacions més importants de les seves exportacions són Iraq, Rússia i Iran; i també la UE amb la que té un acord preferencial.

Iran és productor i les seves exportacions són nímies i es dirigeixen a Iraq i altres països de la seva òrbita; aquest país pateix un embarg comercial imposat pels Estats Units.

Un altre país important a nivell de comerç exterior de taronja seria Sud-àfrica; així la seva producció ve fora de temporada de la resta de països comentats anteriorment i ha sabut aprofitar amb avantatge eixe període de temps entre l'acabament i començament de les temporades de l'hemisferi Nord. A excepció dels països sud-americans comercia amb una extensa xarxa de més de cent països de tot el món, sobretot les principals zones econòmiques consumidores. Països de la Unió Europea i especialment Holanda són els majors importadors de taronges sud-africanes, seguit de països del Golf Pèrsic, Rússia, el sud-est asiàtic, Índia inclosa, i fins i tot Canadà i Estats Units. També exporta a molts països de la seva àrea d'influència a l'Àfrica subsahariana. És el segon exportador de taronja en importància a nivell mundial i ho fa amb més del 65% de la seva producció.

Cal comentar també el paper com a importador que té Holanda i la seva funció re-exportadora o re-distribuïdora posterior a la resta d'Europa especialment.

Grècia i Itàlia i Portugal són països productors i com a membres de la UE també aprofiten els avantatges del comerç interior per exportar la seva producció.

Marroc és un productor i exportador important per la seva localització geogràfica i aprofita el mercat europeu al que destina la major part de les seves exportacions; i també a altres països africans.

Finalment Austràlia destina les seves exportacions a països de la seva àrea d'influència dels oceans Pacífic i l'Índic, el sud-est asiàtic.

Com a exportadors també són significatius Argentina que té Espanya i Paraguai com principals destinacions. I Xile, les exportacions de taronja del qual tenen com a destinació els Estats Units en més d'un 90%. Per últim, remarcar el cas de Nicaragua que té com a única destinació d'exportació Costa Rica.

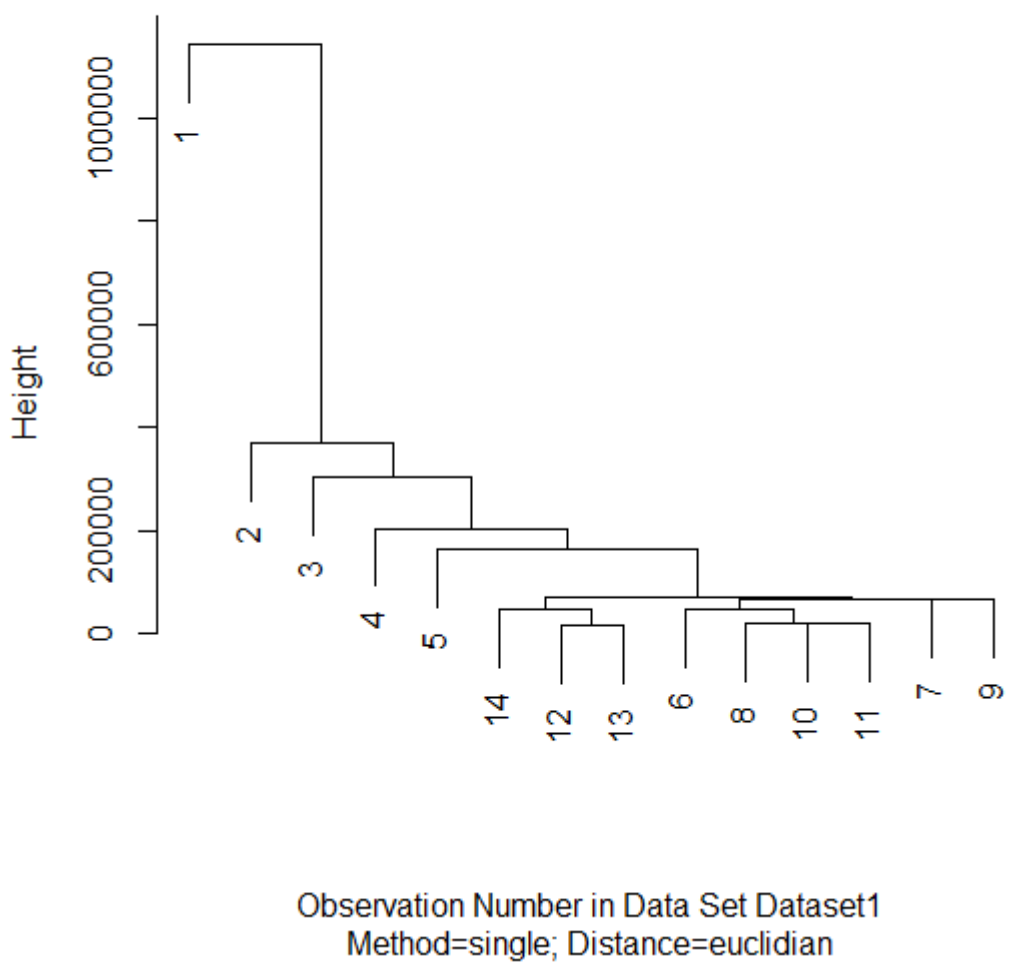
TARONJA ANY 2017 PRODUCCIÓ EN TONES					
PRINCIPALS PAÏSOS PRODUCTORS		PRINCIPALS PAÏSOS EXPORTADORS		PRINCIPALS PAÏSOS IMPORTADORS	
Brazil	17.492.882	Spain	1.618.255	China	703.925
China	8.550.882	South Africa	1.170.559	Netherlands	585.172
China, mainland	8.396.916	Egypt	742.806	France	517.182
India	7.647.000	United States of America	588.118	Germany	462.228
Mexico	4.629.758	Turkey	390.159	Russian Federation	428.481
United States of America	4.615.760	Netherlands	349.744	Saudi Arabia	387.500
Spain	3.357.163	Greece	277.261	China, mainland	357.992
Egypt	3.147.545	China	233.150	China, Hong Kong SAR	318.416
Indonesia	2.295.325	Australia	189.590	United Kingdom	276.048
Turkey	1.950.000	China, Hong Kong SAR	177.057	Italy	232.238
Iran (Islamic Republic of)	1.755.632	Morocco	163.332	United Arab Emirates	215.242
Italy	1.621.682	Portugal	118.427	Iraq	193.857
Pakistan	1.582.336	Italy	110.766	United States of America	186.877
South Africa	1.459.757	Argentina	80.006	Canada	182.839
Morocco	1.037.218	Chile	75.679	Spain	173.911
Argentina	1.025.000	Mexico	75.535	Poland	165.531
Algeria	1.013.951	Nicaragua	66.873	Republic of Korea	141.572
Dades: FAOSTAT					

## 4.2 EL COMERÇ EXTERIOR DE MANDARINA EN FRESC

Amb una taula amb les destinacions de les exportacions en tones de mandarina dels principals països productors i alhora exportadors en fresc per zones geogràfiques mundials de consum construïda a partir de dades faostat i amb el cmdr es van agrupar en grups homogenis mitjançant una anàlisi clúster.

	UE	EUROPA-NO UE	AMERICA	AFRICA	OCEANIA	ORIENTPROX-MITJÀ	SUD-ESTÀSIA	TOTAL
<b>ESPANYA-1</b>	1277627	46037	33524	1487	324	6460	1883	1367342
<b>TURQUIA-2</b>	36607	475821	0	0	0	185942	107	698477
<b>XINA-3</b>	86	65710	15661	0	0	51027	370100	502584
<b>MARROC-4</b>	149600	195988	123410	24618	0	10820	476	504912
<b>PAKISTAN-5</b>	21	69165	835	0	0	150391	85215	305627
<b>SUDAFRICA-6</b>	126868	23770	19215	5384	0	12659	21927	209823
<b>PERU-7</b>	54068	7702	73745	0	0	46	7663	143224
<b>ISRAEL-8</b>	86744	18348	17619	942	784	0	6130	130567
<b>XILE-9</b>	3235	0	113366	0	0	345	2	116948
<b>ITALIA-10</b>	85932	7848	20	0	0	79	0	93879
<b>GRECIA-11</b>	71889	20209	49	0	0	16	0	92163
<b>EGIPTE-12</b>	825	8432	49	223	423	7804	2083	19839
<b>ARGENTINA-13</b>	1778	20354	6141	93	0	2546	9909	40821
<b>AUSTRÀLIA-14</b>	756	0	5677	0	6020	5651	51730	69834
<b>TOTAL PER ZONA</b>	1896036	959384	409311	32747	7551	433786	557225	
EXPORTACIONS EN VOLUM DE 14 PAÏSOS PRODUCTORS DE MANDARINA A LES 7 ZONES DE DESTINACIÓ PRINCIPAL								
ELABORACIÓ PROPIA A PARTIR DADES FAO 2017								

### Cluster Dendrogram for Solution HClust.6



S'observen dos clústers: en un està Espanya (1) que és el major exportador del món de mandarina, quasi en la totalitat al continent europeu. El segon clúster engloba la resta de països estudiats i només hi ha un subgrup que s'aprecia amb claredat: el format per Israel, Itàlia i Grècia. Més del 70% de les exportacions de mandarina d'Israel(8) tenen com a destinació Europa occidental. Itàlia(10) a l'igual que Grècia(11) destina les seves exportacions a la UE principalment.

El continent europeu és la principal zona de destinació, seguit de les dos zones característiques del continent asiàtic, el sud-est i els països del Golf Pèrsic; i per fi el continent americà.

Turquia (2) destina les exportacions de mandarina a Rússia, Iraq, Ucraïna i Aràbia Saudita principalment. A la UE al voltant del 4%.

La Xina continental(3), degut al gran volum de producció que té, les exportacions no li suposen ni un 3%; dirigeix les exportacions de mandarina a països del seu voltant especialment, Vietnam i resta del sud-est asiàtic. Canadà és l'excepció juntament amb el Regne Unit amb països occidentals.

Les destinacions principals de les exportacions de mandarina de Marroc(4) són Rússia amb al voltant del 40%, la UE, Canadà i USA amb el que te signat un acord de lliure comerç. I països del continent africà.

Pakistan(5) destina les exportacions a diversos països del seu voltant com Afganistan i Bangladesh, del sud-est asiàtic, Orient Mitjà i el Golf Pèrsic.

Sud-àfrica(6), com en el cas de la taronja, te una extensa xarxa de destinacions arreu del mon a excepció de Sud-amèrica.

Les exportacions de mandarina de Perú(7) van destinades principalment a USA, amb al voltant del 40% de les mateixes, i Canadà. El continent europeu amb el Regne Unit i Holanda com a principals entrades seguit de diversos països europeus. També països sud-americans i centre-americans. El 94% de l'exportació de Xile(9) es destina als Estats Units.

Les exportacions de mandarina egípcia es destinen a Europa oriental amb Rússia al capdavant, els països àrabs i d'Orient Mitjà. Europa occidental és una destinació residual.

Argentina destina les exportacions de mandarina especialment a Rússia; i a una diversitat de països arreu.

Austràlia envia les exportacions de mandarina especialment a la Xina continental i altres països al seu voltant.

MANDARINA ANY 2017 PRODUCCIÓ EN TONES					
PRINCIPALS PAÏSOS PRODUCTORS		PRINCIPALS PAÏSOS EXPORTADORS		PRINCIPALS PAÏSOS IMPORTADORS	
China	17.741.143	Spain	1.367.342	Russian Federation	811.394
China, mainland	17.557.188	Turkey	698.474	Germany	376.797
Spain	1.967.018	China	530.270	France	354.913
Turkey	1.550.469	Morocco	504.915	United Kingdom	281.730
Morocco	1.278.346	China, mainland	502.582	United States of America	272.867
Egypt	1.040.108	Pakistan	305.627	Netherlands	178.851
Brazil	967.139	South Africa	209.825	Iraq	176.111
United States of America	937.120	Peru	143.226	Poland	162.650
Italy	747.056	Israel	130.566	Canada	152.874
Japan	741.300	Chile	116.950	Ukraine	132.970
Republic of Korea	597.294	Netherlands	115.069	Italy	89.563
Pakistan	590.974	Italy	93.881	Thailand	88.217
Mexico	492.495	Greece	92.165	Afghanistan	87.128
Argentina	459.000	Australia	69.832	China	84.136
Peru	408.025	Egypt	48.707	Indonesia	80.644
Iran (Islamic Republic of)	369.123	Argentina	40.863	Belgium	70.211
Algeria	250.669	France	40.089	Philippines	67.086
Dades:FAOSTAT					

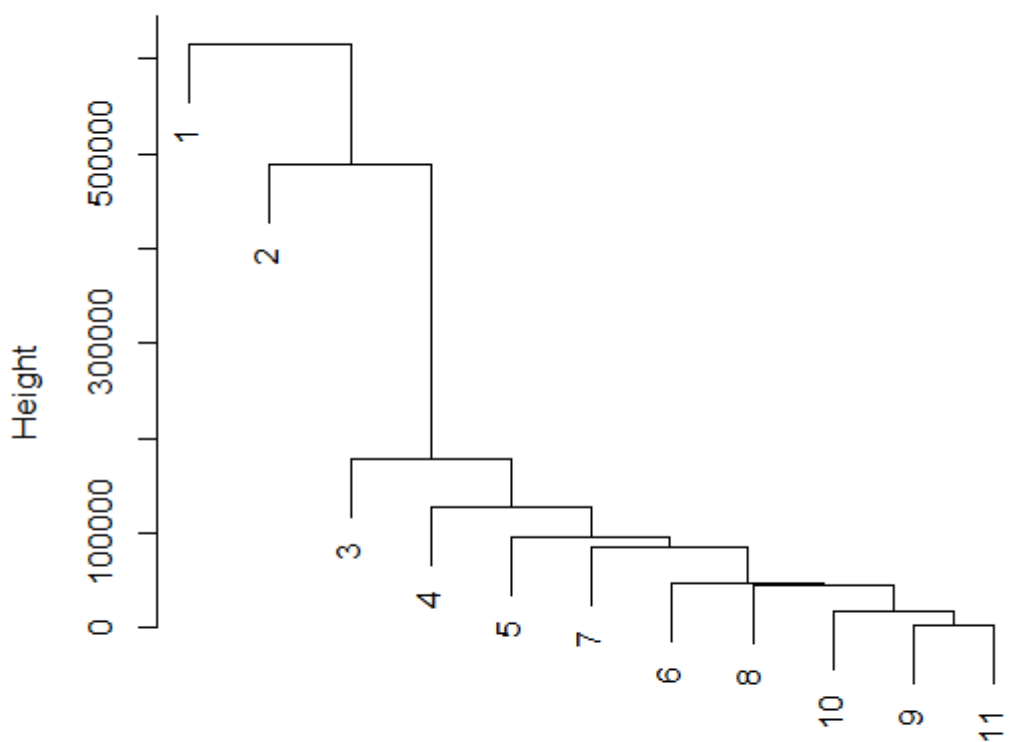


### 4.3 EL COMERÇ EXTERIOR DE LLIMA EN FRESC

Amb una taula amb les destinacions de les exportacions en tones de llima en fresc dels principals països productors i alhora exportadors en fresc per zones geogràfiques mundials de consum construïda a partir de dades faostat i amb el cmdr es van agrupar en grups homogenis mitjançant una anàlisi clúster.

	UE	EUROPA-NO UE	AMERICA	AFRICA	OCEANIA	ORIENTPROX- MITJÀ	SUD- ESTÀSIA	TOTAL
MEXIC-1	55776	1139	673661	0	0	6	3334	733916
ESPANYA-2	648480	16198	17391	774	20	4075	2846	689784
TURQUIA-3	90322	201610	1219	116	0	168720	8513	470500
SUDÀFRICA-4	82873	35869	12454	4413	0	116024	47627	299260
ARGENTINA-5	162924	58833	11313	0	0	2201	5874	241145
USA-6	207	0	64328	7	5247	55	63911	133755
BRASIL-7	86469	1242	1279	110	0	3292	0	92392
XILE-8	10789	0	44158	0	0	0	21858	76805
EGIPTE-9	890	407	357	175	246	9848	2339	14262
XINA-10	0	2454	0	0	0	154	17772	20380
INDIA-11	2	0	0	0	0	11590	4777	16369
<b>TOTAL PER ZONA</b>	1138732	317752	826160	5595	5513	315965	178851	
EXPORTACIONS EN VOLUM D'11 PAÏSOS PRODUCTORS DE LLIMA/LLIMONA A LES 7 ZONES DE DESTINACIÓ PRINCIPAL								
ELABORACIÓ PROPIA A PARTIR DADES FAO 2017								

### Cluster Dendrogram for Solution HClust.5



Observation Number in Data Set Dataset3  
Method=single; Distance=euclidian

S'observen dos clústers. El primer conte Mèxic(1) tot sol significat el seu lideratge en exportació de llimona, principalment al mateix continent americà. Mèxic és el segon productor mundial i n'exporta al voltant del 30% del total especialment als Estats Units, que són receptors del 90% del total d'exportacions.

El segon clúster estaria format pels 10 països estudiats restants. Espanya(2) te una posició diferenciada amb exportacions a territori UE especialment. En la resta de països només s'observa amb claredat el subgrup format Egipte(9), Índia(11) i la Xina (10) amb destinacions al continent asiàtic especialment. Índia és el principal productor mundial del mon de llima; així i tot, només n'exporta una quantitat nímia a diferents països del Golf Pèrsic i Nepal. Un altre país asiàtic com la Xina continental és el tercer país productor i només n'exporta en molt poca quantitat a països de la seva òrbita, especialment Vietnam i del sud-est asiàtic. Egipte dedica al voltant del 7% de la seva producció a l'exportació; les destinacions segueixen el mateix patró que amb taronja: països del Golf Pèrsic, del nord d'Àfrica i sud-est asiàtic i en menys significació Europa occidental.

Turquia(3) té el patró usual de destinacions de països europeus no UE i d'Orient Mitjà i Pròxim. I a l'hemisferi sud destaquen Sud-àfrica(4), amb la diversitat pròpia que te de destinacions comercials, i Argentina(5) amb els continents europeu i americà com a principals destinacions comercials.

S'observa, com en la taronja i la mandarina, que la principal zona de destinació de la llima és el continent europeu, el continent americà especialment USA i Canadà i el continent asiàtic, especialment el sud-est i la zona del Golf Pèrsic. Àfrica i Oceania són minoritaris.

Argentina(5) és un gran productor de llimona i la dedica especialment a la transformació en suc. Al voltant del 20% de la producció es destina a l'exportació. El continent europeu, alguns països del Golf Pèrsic i del sud-est asiàtic són la destinació.

Brasil(6) també és un gran productor de llimona, que dedica a la transformació en suc especialment; una xicoteta part de la producció es dedica a exportació en fresc a Europa i països àrabs del Golf Pèrsic.

Turquia és el tercer exportador en importància del món i ho fa especialment a tota Europa oriental i occidental i Països del Golf.

Estats Units destina les seves exportacions de llimona a Canadà i després a una ampla xarxa de destinacions al sud-est asiàtic.

Sudàfrica és un gran productor de llimona; és una activitat especialment dirigida a l'exportació ja que més del 60% de la producció té eixa destinació. Més de vuitanta països a Europa, el Golf Pèrsic i al sud-est asiàtic formen l'ampla xarxa de comerç que té.

Les exportacions de llimona d'Iran es limiten a Iraq degut al embarg comercial que pateixen.

Sri Lanka exporta a països del Golf Pèrsic.

Colòmbia exporta al voltant del 10% de la seva producció; USA, Equador i Xile són destinacions importants; alguns països europeus també.

La meitat de les exportacions de llimona de Xile van als Estats Units i la resta a una xarxa diversa de països, tant d'Àsia com d'Europa i de la mateixa Sud-amèrica.

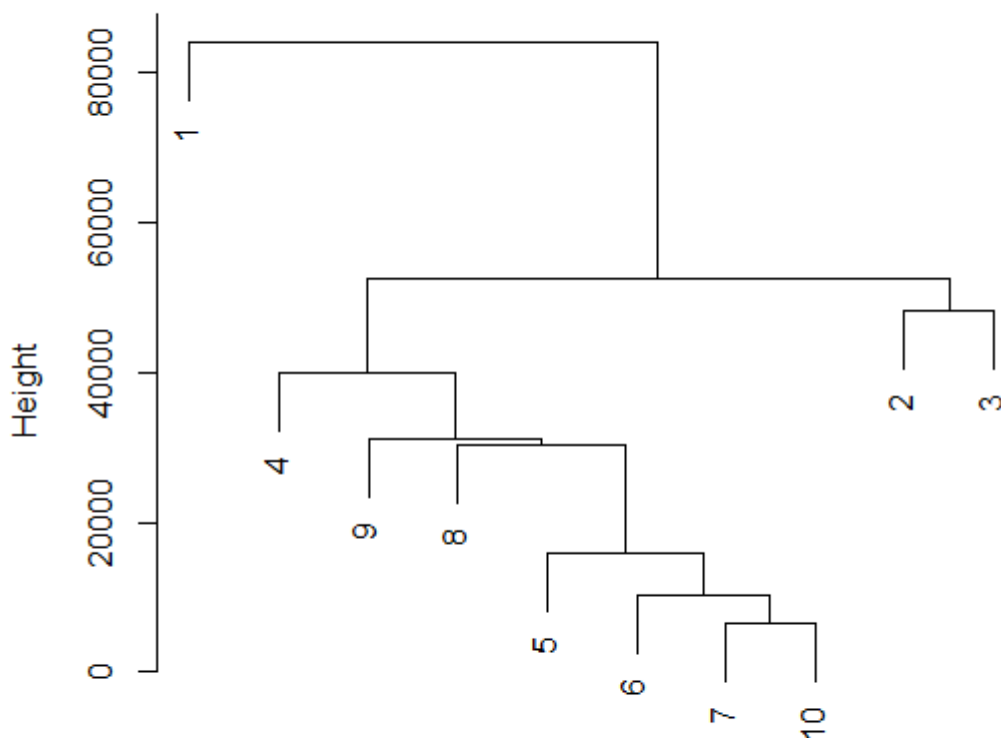
LLIMA ANY 2017 PRODUCCIÓ EN TONES					
PRINCIPALS PAÏSOS PRODUCTORS		PRINCIPALS PAÏSOS EXPORTADORS		PRINCIPALS PAÏSOS IMPORTADORS	
Mexico	2.528.174	Mexico	733.918	United States of America	709.504
India	2.364.000	Spain	689.789	Netherlands	237.298
China	2.326.643	Turkey	470.585	Russian Federation	213.706
China, mainland	2.290.068	South Africa	299.260	Germany	192.745
Argentina	1.676.000	Argentina	241.141	France	173.220
Brazil	1.293.774	Netherlands	212.355	United Kingdom	147.854
Turkey	1.007.133	United States of America	133.779	United Arab Emirates	144.639
Spain	925.615	Brazil	92.393	Italy	130.176
United States of America	803.770	Chile	76.807	Poland	123.637
Iran (Islamic Republic of)	446.878	Italy	47.879	Saudi Arabia	105.747
South Africa	446.340	China	41.596	Canada	96.545
Italy	418.102	Viet Nam	38.087	Iraq	91.534
Egypt	365.545	Egypt	25.129	China	61.663
Sudan	275.200	China, mainland	20.380	Romania	60.919
Sri Lanka	247.655	United Arab Emirates	20.289	Spain	59.413
Peru	179.886	China, Hong Kong SAR	19.488	Japan	53.099
Syrian Arab Republic	161.900	Germany	19.105	China, Hong Kong SAR	46.408
Dades:FAOSTAT					

#### 4.4 EL COMERÇ EXTERIOR D'ARANJA EN FRESC

Amb una taula amb les destinacions de les exportacions en tones d'aranja dels principals països productors i alhora exportadors en fresc per zones geogràfiques mundials de consum construïda a partir de dades faostat i amb el cmdr es van agrupar en grups homogenis mitjançant una anàlisi clúster.

	UE	EUROPA-NO UE	AMERICA	AFRICA	OCEANIA	ORIENTPROX- MITJÀ	SUD- ESTÀSIA	TOTAL
SUDÀFRICA-1	103434	21496	10950	5442	0	5803	83502	230627
XINA-2	108907	64174	5149	14	0	2901	11888	193033
TURQUIA-3	63827	51560	598	594	0	10493	3799	130871
ESPANYA-4	57422	750	989	588	0	24	169	59942
ISRAEL-5	21755	4809	5663	304	336	0	16708	49575
MEXIC-6	13094	501	4888	0	0	0	4032	22515
ESWATINI-7	4102	124	24	90	0	36	3155	7531
USA-8	19723	637	24014	25	857	21	40296	85573
TAILÀNDIA-9	0	13	85	0	0	168	37795	38061
EGIPTE-10	1623	1240	769	114	1021	5688	4476	14931
<b>TOTAL PER ZONA</b>	393887	145304	53129	7171	2214	25134	205820	
EXPORTACIONS EN VOLUM DE 10 PAÏSOS PRODUCTORS D'ARANJA A LES 7 ZONES DE DESTINACIÓ PRINCIPAL								
ELABORACIÓ PROPIA A PARTIR DADES FAO 2017								

### Cluster Dendrogram for Solution HClust.1



Observation Number in Data Set Dataset2  
Method=single; Distance=euclidian

En el cas de l'aranja s'observen dos clústers principals. En el primer de d'esquerra hi ha Sudàfrica(1) principal exportador per volum amb més de la meitat de la seva producció. L'altre clúster engloba la resta de països; així i tot en el segon clúster hi ha dos subgrups destacables com són, per una banda, la Xina(2), que canvia en aquest cítric el patró de destinacions: països de la UE i Rússia; països àrabs del Golf i del sud-est asiàtic encara que només li suposa al voltant del 4% de la seva producció; i Turquia(3) amb un patró de destinacions semblant: els continents europeu i asiàtic.

En el segon subgrup estarien la resta de països i no s'observa cap homogeneïtat: per una banda Espanya(4) que destina a l'exportació més del 75% de la producció; també països com Tailàndia(9) que és un gran productor però el seu comerç es redueix a destinacions molt properes geogràficament com Vietnam, la Xina i Laos, amb certa significació i els Estats Units(8) que exporten al voltant del 15% de la producció d'aranja a països del mateix continent com Canadà i Mèxic; i també a Europa Occidental, Japó i el sud-est asiàtic.

Holanda és el primer importador en volum i tercer exportador en importància, re-exporta a la resta d'Europa

ARANJA ANY 2017 PRODUCCIÓ EN TONES					
PRINCIPALS PAÏSOS PRODUCTORS		PRINCIPALS PAÏSOS EXPORTADORS		PRINCIPALS PAÏSOS IMPORTADORS	
China, mainland	4.580.136	South Africa	230.629	Netherlands	252.662
United States of America	633.210	China, mainland	193.032	Russian Federation	107.602
Viet Nam	568.352	Netherlands	154.962	Japan	78.069
Mexico	441.873	Turkey	130.328	France	73.038
India	352.000	United States of America	85.571	China	69.579
South Africa	325.566	Spain	59.945	Germany	55.025
Turkey	260.000	Israel	49.574	Poland	49.922
Thailand	228.368	Thailand	38.061	China, mainland	42.622
Sudan	226.779	Mexico	22.514	Canada	37.289
Israel	158.255	China, Hong Kong SAR	16.264	Saudi Arabia	33.030
Argentina	112.000	Egypt	14.930	United Kingdom	32.786
Tunisia	102.722	Germany	12.534	Romania	31.799
China, Taiwan Province of	89.903	Cyprus	8.205	Italy	31.236
Brazil	81.178	France	7.767	United States of America	25.267
Spain	78.752	Eswatini	7.533	Republic of Korea	22.998
Iran (Islamic Republic of)	70.272	Belgium	7.481	China, Hong Kong SAR	21.530
Bangladesh	65.560	Portugal	7.185	Ukraine	16.938

DADES:FAOSTAT

## 5. ELS ACORDS DE COMERÇ

Els acords de comerç són tractats signats entre dos o més països per millorar les transaccions comercials entre ells, aconseguint avantatges econòmics les dos parts. No són acords estàtics ja que es solen renegociar quan les parts així ho consideren, per la pròpia evolució de la globalització, de la innovació o dels interessos de les parts. Els tractats de lliure comerç solen eliminar o reduir substancialment els esculls a les importacions i exportacions, generalment amb la supressió d'aranzels. Espanya i la UE són membres de la Organització Mundial de Comerç, OMC, organització constituïda en 1995, els membres de la qual són representants dels governs de 164 països i zones econòmiques d'arreu del món. L'objectiu de l'OMC és afavorir l'establiment d'acords de comerç entre els membres mitjançant l'establiment d'un sistema de normes comercials, transparents i previsibles, i de resolució de conflictes o diferències. Persegueix afavorir el desenvolupament econòmic i el benestar a través d'un comerç lliure, sense obstacles. Els acords que signen els països pertanyents a la OMC es caracteritzen, en principi, per donar confiança a les relacions comercials, ser més beneficiosos per als països en desenvolupament, per tendir a l'eliminació d'obstacles al comerç com els aranzels, o els contingents aranzelaris, les subvencions a l'exportació i el dumping; per evitar la discriminació per l'origen del producte.

La Política Agrària Comuna la van establir als anys 50 del segle XX els països que inicialment van fundar el que llavors s'anomenava Comunitat Econòmica Europea i actualment (any 2020) és la Unió Europea, amb 27 països membres. Venir d'una guerra va justificar una política intervencionista i productiva per abastir la població a preus assequibles al temps que s'assegurava una renda als agricultors, mitjançant diversos tipus d'ajudes que han anat canviant al llarg dels anys així com també les finalitats d'eixa política. S'actua ajudant a la renda dels agricultors, mitjançant intervencions en els mercats i afavorint mesures de desenvolupament rural alhora que es persegueix la rendibilitat de les explotacions i el sosteniment ambiental. Estes mesures, en la pràctica, suposen entrebancs al lliure comerç mundial de productes agrícoles.

Tanmateix els Estats Units d'Amèrica i la Xina especialment, i fins i tot la UE, com a principals potències econòmiques del món i alhora membres de la OMC intenten defensar els seus interessos per davant dels de la resta de països; d'això és prova la política aranzelària de Trump amb UE i la Xina els darrers anys; i el mateix manteniment de la política agrícola comuna a la UE. De la mateixa manera, els països menys desenvolupats també intenten protegir la seva agricultura amb els mateixos instruments amb que ho van fer, i ho fan, els països més desenvolupats. Per tant els límits dels mercats estan determinats políticament.

La Unió Europea té nombrosos **FTA o acords de lliure comerç**, signats o en diferents graus de negociació o renegociació amb diferents països del món o zones geogràfiques. La intenció és mantenir relacions comercials amb tots els països i aprofitar les sinergies positives que es creen. Per exemple, en 2017 es va aprovar per part del Parlament Europeu l'acord amb Canada, el **CETA, Comprehensive Economic Trade Agreement**. Amb Mèxic hi ha signat des de 2018 un **Acord Global Mèxic – UE**.

Amb els països del Nord d'Àfrica i Orient Mitjà les relacions es desenvolupen a través de la **Política Europea de Veïnatge, PEV**, i de la **Unió pel Mediterrani**. Amb excepció de Síria i Líbia, hi ha Acords d'Associació amb Algèria, Egipte, Jordània, Israel, Líban, Marroc, Autoritat Palestina, Tunísia i Turquia. Amb aquests acords queda establert un règim preferencial recíproc i asimètric. Els productes agrícoles i de la pesca tenen un grau de liberalització elevat; així les dues parts estableixen excepcions per protegir els productes més sensibles.

A més hi ha signats **Protocols Agrícoles** amb Jordània, Egipte i Marroc (suspès per sentència TSJUE); i en procés de negociació amb Tunísia.

La Política Agrícola Comuna és un fre constant en les negociacions on es posen en evidència les diferències entre l'agricultura de l'Europa continental i l'agricultura del sud d'Europa. Generalment el comerç internacional de productes industrials es liberalitza abans que el comerç de productes agrícoles.



## 5.1 ESTUDI DE FLUXOS COMERCIALS DE BÉNS ENTRE LA UE/ESPANYA I TRES PAÏSOS TERCERS PRODUCTORS DE CÍTRICS I ALHORA EXPORTADORS AMB ELS QUE LA UE TE ESTABLERTS ACORDS DE COMERÇ.

**SUD-ÀFRICA.** Sudàfrica té un **Acord de comerç, desenvolupament i cooperació** signat amb la UE des de 1999 i que va entrar en vigor en 2004, que estableix una zona de lliure comerç que abasta el 90% del comerç bilateral. En aquest cas el drets de duana dels cítrics estan relacionats amb un sistema de preus mínims d'entrada.

En el termini de temps estudiat, 2015-2019, les exportacions de bens a Sud-àfrica des de la UE han tingut un comportament a la baixa, han baixat en valor respecte al valor de l'any base 2015 tots els anys de la sèrie estudiada i els dos últims exercicis el saldo comercial ha estat negatiu per a la UE.

Les importacions a la UE han crescut en 2019 un 36,71% en valor respecte a 2015. El valor de les importacions a UE de cítrics ha augmentat tots els anys; encara que ha sofert un lleuger retrocés en 2019 aquest valor és un 24,72% major al de 2015. Les exportacions de cítrics des de la UE són testimonials encara que han tingut un caràcter creixent.

El saldo comercial de bens entre Espanya i Sudàfrica és positiu per Espanya.

SUDAFRICA	VALOR DE LES IMPORTACIONS DE CITRICS A UE	INDEX BASE 2015	TAXA VARIACIÓ		VALOR DE LES EXPORTACIONS DE CITRICS A SA	INDEX BASE 2015	TAXA VARIACIÓ
2015	549.556.669	100,00	0,00	2015	1.213.452	100,00	0,00
2016	602.020.559	109,55	9,55	2016	1.493.942	123,12	23,12
2017	683.514.535	124,38	24,38	2017	2.340.641	192,89	92,89
2018	707.023.890	128,65	28,65	2018	1.636.450	134,86	34,86
2019	685.391.517	124,72	24,72	2019	3.041.768	250,67	150,67
	VALOR DE LES IMPORTACIONS DE BENS A UE	INDEX BASE 2015	TAXA VARIACIÓ		VALOR DE LES EXPORTACIONS DE BENS A SA	INDEX BASE 2015	TAXA VARIACIÓ
2015	19.398.759.417	100,00	0,00	2015	25.451.041.350	100,00	0,00
2016	22.970.103.826	118,41	18,41	2016	22.993.461.046	90,34	-9,66
2017	22.715.241.000	117,10	17,10	2017	24.444.044.867	96,04	-3,96
2018	24.102.949.221	124,25	24,25	2018	23.904.028.848	93,92	-6,08
2019	26.519.759.931	136,71	36,71	2019	25.118.884.828	98,69	-1,31

Taula: elaboració pròpia a partir de dades *madb*.

SUDÀFRICA	VALOR DE LES EXPORTACIONS DE BENS A SA	VALOR DE LES IMPORTACIONS DE BENS A UE	SALDO COMERCIAL	VALOR D'EXP ESPANYA A SA	VALOR D'IMP. SA A ESPANYA	SALDO COMERCIAL
2015	25.451.041.350	19.398.759.417	6.052.281.933	1.280.999.649	818.511.641	462.488.008
2016	22.993.461.046	22.970.103.826	23.357.220	1.143.729.054	832.303.955	311.425.099
2017	24.444.044.867	22.715.241.000	1.728.803.867	1.225.826.507	1.112.899.872	112.926.635
2018	23.904.028.848	24.102.949.221	-198.920.373	1.148.951.795	1.179.980.761	-31.028.966
2019	25.118.884.828	26.519.759.931	-1.400.875.103	1.447.774.461	1.049.455.115	398.319.346

Taula: elaboració pròpia a partir de dades *madb*.

**TURQUIA.** Turquia és un país candidat a formar part de la UE des de fa anys encara que les negociacions estan aturades per motius diferents (Xipre, drets i llibertats fonamentals, etc.). En aquest cas, el preu d'importació de productes cítrics a la Unió Europea ha de ser major que el preu mínim d'importació, sino s'apliquen drets de duana.

Dels tres països estudiats aquest és el que te major volum de relacions comercials amb la UE. Amb Turquia el saldo comercial amb la UE ha estat negatiu en 2019; així mentre les importacions de bens a la UE no han deixat d'augmentar, un 29,96% respecte a 2015, les exportacions de bens a Turquia estan en 2019 a 6,25 punts per sota del nivell que tenien en 2015. Espanya contribueix en 2019 quasi a la meitat d'eixe saldo negatiu.; alhora tant Turquia com la UE són actors polítics importants en Orient Pròxim.

TURQUIA	VALOR DE LES IMPORTACIONS DE CITRICS A UE	INDEX BASE 2015	TAXA VARIACIÓ		VALOR DE LES EXPORTACIONS DE CITRICS A TURQUIA	INDEX BASE 2015	TAXA VARIACIÓ
2015	171.692.969	100,00	0,00	2015	465.920	100,00	0,00
2016	185.976.585	108,32	8,32	2016	507.396	108,90	8,90
2017	155.401.871	90,51	-9,49	2017	642.302	137,86	37,86
2018	214.724.734	125,06	25,06	2018	940.108	201,77	101,77
2019	149.301.514	86,96	-13,04	2019	1.050.884	225,55	125,55
	VALOR DE LES IMPORTACIONS DE BENS A UE	INDEX BASE 2015	TAXA VARIACIÓ		VALOR DE LES EXPORTACIONS DE BENS A TURQUIA	INDEX BASE 2015	TAXA VARIACIÓ
2015	61.636.968.827	100,00	0,00	2015	78.964.099.243	100,00	0,00
2016	66.592.315.973	108,04	8,04	2016	77.917.299.315	98,67	-1,33
2017	69.775.563.983	113,20	13,20	2017	84.794.834.641	107,38	7,38
2018	76.136.918.429	123,52	23,52	2018	77.151.706.308	97,70	-2,30
2019	80.102.360.289	129,96	29,96	2019	74.025.052.082	93,75	-6,25

Taula: elaboració pròpia a partir de dades *madb*.

TURQUIA	VALOR DE LES EXPORTACIONS DE BENS A TURQUIA	VALOR DE LES IMPORTACIONS DE BENS A UE	SALDO COMERCIAL	VALOR D'EXP ESPANYA A TK	VALOR D'IMP. TK A ESPANYA	SALDO COMERCIAL
2015	78.964.099.243	61.636.968.827	17.327.130.416	5.065.676.397	4.551.423.580	514.252.817
2016	77.917.299.315	66.592.315.973	11.324.983.342	5.178.335.776	4.907.913.862	270.421.914
2017	84.794.834.641	69.775.563.983	15.019.270.658	5.704.696.219	5.960.413.729	-255.717.510
2018	77.151.706.308	76.136.918.429	1.014.787.879	4.826.904.098	6.899.042.134	-2.072.138.036
2019	74.025.052.082	80.102.360.289	-6.077.308.207	4.464.927.205	7.364.100.431	-2.899.173.226

Taula: elaboració pròpia a partir de dades *madb*.

**MARROC.** La negociació amb Marroc d'un Acord de Lliure Comerç està aturada; tanmateix hi ha un **Acord d'Associació** que estableix un règim preferencial, recíproc i asimètric. És un soci privilegiat de la Unió Europea en el context de l'anomenada "*política europea de veïnat*". Així, els productes agrícoles i els productes de la pesca no estan completament liberalitzats. En el cas dels cítrics hi ha uns preus mínims acordats en certs períodes; quan aquests preus són menors s'aplica el dret de duana específic preferencial.

Les exportacions des de la UE a Marroc han tingut una progressió creixent durant la sèrie estudiada i el saldo comercial de comerç de bens ha estat favorable a la UE els cinc anys; les exportacions de Marroc a UE han augmentat en un 36,5% des de 2015, pel que es pot dir que els intercanvis comercials han estat positius per a les dos parts. En referència als cítrics les importacions a UE des de Marroc han estat creixents i alhora variables; les exportacions de cítrics a Marroc des de la UE són testimonials encara que creixents.

Amb Marroc el saldo comercial de bens és positiu per a Espanya; tant les importacions marroquines com les exportacions espanyoles tenen un comportament creixent, el saldo és positiu per les dos parts.

MARROC	VALOR DE LES IMPORTACIONS DE CITRICS A UE	INDEX BASE 2015	TAXA VARIACIÓ		VALOR DE LES EXPORTACIONS DE CITRICS A MARROC	INDEX BASE 2015	TAXA VARIACIÓ
2015	161.848.957	100,00	0,00	2015	36.822	100,00	0,00
2016	176.068.401	108,79	8,79	2016	15.719	42,69	-57,31
2017	206.491.801	127,58	27,58	2017	126.790	344,33	244,33
2018	203.708.879	125,86	25,86	2018	193.977	526,80	426,80
2019	173.235.094	107,04	7,04	2019	123.625	335,74	235,74
	VALOR DE LES IMPORTACIONS DE BENS A UE	INDEX BASE 2015	TAXA VARIACIÓ		VALOR DE LES EXPORTACIONS DE BENS A MARROC	INDEX BASE 2015	TAXA VARIACIÓ
2015	12.455.963.381	100,00	0,00	2015	18.142.059.237	100,00	0,00
2016	13.792.049.848	110,73	10,73	2016	20.965.714.976	115,56	15,56
2017	15.112.417.809	121,33	21,33	2017	22.365.637.073	123,28	23,28
2018	16.113.380.382	129,36	29,36	2018	23.251.432.934	128,16	28,16
2019	17.002.758.297	136,50	36,50	2019	24.081.436.082	132,74	32,74

Taula: elaboració pròpia a partir de dades *madb*.

MARROC	VALOR DE LES EXPORTACIONS DE BENS A MARROC	VALOR DE LES IMPORTACIONS DE BENS A UE	SALDO COMERCIAL	VALOR D'EXP ESPANYA A MARROC	VALOR D'IMP. MARROC A ESP.	SALDO COMERCIAL
2015	18.142.059.237	12.455.963.381	5.686.095.856	6.112.803.118	4.769.073.890	1.343.729.228
2016	20.965.714.976	13.792.049.848	7.173.665.128	7.101.793.371	5.574.765.746	1.527.027.625
2017	22.365.637.073	15.112.417.809	7.253.219.264	7.991.182.322	6.225.009.603	1.766.172.719
2018	23.251.432.934	16.113.380.382	7.138.052.552	8.198.339.398	6.645.512.010	1.552.827.388
2019	24.081.436.082	17.002.758.297	7.078.677.785	8.493.459.414	6.873.391.140	1.620.068.274

Taula: elaboració pròpia a partir de dades *madb*.

El valor de les exportacions de cítrics a territori UE suposa en els tres països un percentatge que va al voltant del 0,3% de Turquia, l'1,4% de Marroc i menor del 3% en el cas de Sud-àfrica sobre el total de bens exportats. El saldo comercial és favorable a la UE només en el cas de Marroc en tots els anys estudiats. En el cas de Turquia i Sudàfrica els primers anys de la sèrie el saldo comercial sí que era favorable a la UE però els últims es va canviar la tendència. Així, amb Sud-àfrica les exportacions de bens des de la zona UE no han deixat de baixar en valor; i amb Turquia el valor total de les exportacions des de la zona UE, a excepció d'un any, la resta han baixat en valor respecte a 2015. La zona UE ha mostrat certa debilitat exportadora en 2018 i 2019.

El saldo comercial d'Espanya amb Marroc és favorable a Espanya durant tota la sèrie; el valor de les transaccions entre els dos països no ha deixat d'augmentar els cinc anys estudiats i es pot dir que el comerç ha estat avantatjós per a les dos parts.

El saldo comercial d'Espanya amb Turquia és desfavorable a Espanya els tres últims exercicis estudiats. De la mateixa manera que les importacions de productes turcs a Espanya no han deixat d'augmentar en tota la sèrie, les exportacions de bens a Turquia han baixat especialment els dos darrers exercicis.

Amb Sud-àfrica a excepció de l'any 2018 el saldo comercial ha estat favorable a Espanya en la resta d'anys.

Finalment cal remarcar que l'exportació des de la zona UE de cítrics a estos tres països és testimonial.

## IMPLICACIONS ÈTIQUES I SOCIALS

En la producció i comercialització de productes agroalimentaris les implicacions ètiques i socials són diverses. Tant el productors, a nivell individual o societari i de països més o menys desenvolupats, com la resta d'agents en la cadena alimentària tenen la responsabilitat d'oferir productes amb uns estàndards de qualitat i seguretat al preu més beneficiós o competitiu possible.

Tanmateix en la producció no es consideren les externalitats negatives, com per exemple l'esgotament de recursos hídrics o del mateix sòl, els efectes dels plaguicides en el medi ambient ni s'estima el valor de les mateixes. Aquestes externalitats, com en tantes altres activitats, no es repercuteixen en el preu al llarg de la cadena alimentària amb l'excusa de lluitar la competitivitat. Això permet que tots els agents que intervenen en la cadena de distribució alimentària es desentenguin de les conseqüències dels seus actes, que sorgeixen i s'agreguen a llarg termini.

Les distribuïdores alimentàries a nivell mundial, les cadenes de supermercats o hipermercats i similars tenen la seva funció i la compleixen; si s'han desenvolupat al nivell que tenen avui en dia és perquè els consumidors, sobretot en les zones més desenvolupades econòmicament, han respost a la seva oferta a l'oferir un ventall complet, variat i continu en el temps de productes; i tenen la capacitat de dirigir els comportaments de compra dels consumidors.

Les empreses multinacionals són agents actius del procés de globalització; així i tot el comerç lliure, sense entrebancs, a nivell global no existeix. Ni el proteccionisme ni el lliure comerç portats a les últimes conseqüències són bons.

A data de 2020 és podria produir un canvi de paradigma econòmic a nivell global; el model d'industrialització del capitalisme basat en la destrucció del medi ambient i l'esgotament dels recursos naturals és el predominant i es demostra perjudicial per a l'espècie humana i pel planeta. Tanmateix aquest model no està en absolut mort.

Crear un model alternatiu quasi des de zero que sigui sostenible i rendible, capaç de facilitar la supervivència de la població mundial és un repte. Cal adaptar el model de creixement a la preservació del medi ambient. Els agents de canvi són les persones agafades individualment. A nivell teòric la Responsabilitat Social Corporativa definida com la proposta que fa una empresa per millorar l'entorn social, ambiental o econòmic en el que es desenvolupa és lloable i probablement moltes ho apliquen i així, sobretot, ho comuniquen. La realitat, però, no coincideix amb això.

## Conclusions

Les preguntes que em vaig plantejar contestar o almenys fer una aproximació a l'inici d'aquest treball eren **“Com afecten els acords de comerç UE-països tercers el comerç exterior dels cítrics espanyols? Com han anat evolucionant les exportacions en els últims anys?”**.

Degut a la situació geogràfica, als avantatges de pertànyer a la UE i al volum i qualitat de producte que es capaç de produir, les empreses exportadores de cítrics espanyoles mantenen una posició destacada en el comerç exterior com es demostra, amb l'anàlisi clúster amb dades de l'any 2018, en el cas de la taronja i la mandarina; i amb menys intensitat amb la llimona i l'aranja. Els exportadors espanyols tenen una posició privilegiada dins el mercat europeu que és probable que es vegi afectada els pròxims anys per la força amb que creixen països productors com Sudàfrica, Marroc o Egipte.

Els països que formen la Unió Europea, juntament amb la resta de països del continent europeu, són la destinació de la majoria de transaccions internacionals de cítrics. Al continent americà, Estats Units i Canadà són importadors especialment, però en cap cas exclusivament, de produccions de Mèxic, Argentina, Brasil i altres països sud-americans. Els països del Golf Pèrsic i d'Orient Mitjà, juntament amb països del sud-est asiàtic són grans importadors de cítrics de diferents zones de producció d'arreu del món.

Així i tot, els preus mitjans que reben els productors espanyols estan per sobre dels que reben productors de països tercers amb empreses exportadores que comercien en destinacions similars a les de les empreses espanyoles, especialment el continent europeu. Això fa que el producte espanyol sigui menys competitiu i hi hagi pressió sobre el productor perquè retalli costos de producció. Que la superfície de cultiu no augmenti en Espanya com ho fa en altres llocs indicaria que el producte està deixant de ser rendible sota certes condicions. L'obertura de les empreses exportadores espanyoles a altres destinacions alleujaria la dependència amb els mercats del continent europeu; tanmateix és molt difícil competir amb costos de producció superiors en mercats més llunyans.

De l'anàlisi dels fluxos comercials entre la UE i tres països tercers com són Sud-àfrica, Turquia i Marroc, es pot dir que en el cas de les importacions de bens a la UE els tres han augmentat el valor de les mateixes tots els anys estudiats: la sèrie ha tingut un comportament creixent; per a les empreses exportadores d'aquests 3 països el comerç ha estat positiu. Només en el cas de Marroc el saldo comercial d'intercanvi de bens ha estat favorable a la UE durant els cinc anys. Amb Sudàfrica i Turquia pareix que hi ha un canvi de tendència o que la UE mostra certa feblesa exportadora.

Les importacions de cítrics a la Unió Europea suposen un percentatge respecte al total de bens importats en cap cas superior a un 3% en el cas de Sud-àfrica, un 0,3% en el cas de Turquia o de l'1,3% en el cas de Marroc. Per tant els cítrics en fresc, com a productes agroalimentaris amb escàs valor afegit, no són determinants per al comerç exterior de bens. Per tant els acords de comerç UE amb tercers països productors de cítrics suposen per als exportadors espanyols de cítrics major competència tot i haver drets duaners que restringeixen en certa manera el comerç a la zona UE i els esforços que es fan per baixar costos de producció i confecció; per a la resta de bens, en general, l'efecte dels acords de comerç és positiu perquè les exportacions no han deixat d'augmentar o almenys mantenir-se.

## Valoració

Aquest treball es fonamenta sobretot amb dades obtingudes de diferents bases de dades a nivell europeu i mundial, sobre tot de la FAO, el Market accés data base, Eurostat i del mateix Ministeri d'Agricultura espanyol. Les dades més recents quant a produccions i comerç són dels anys 2017 i 2018. Les dades ofertes pels diferents organismes en principi són veraces i coincidents; tanmateix cal interpretar-les bé. En algunes ocasions certes dades porten a dubtar de les fonts. Per exemple en les àrees de cultiu de taronja de la Xina que són xifres rodones; o l'àrea cultivada de llimona a l'Índia, major productor del món, on els quilos de producte per hectàrea obtinguts són més de 3 vegades inferiors als que obtenen a Argentina. Entenc que s'han d'avaluar amb precaució.

Hi ha una sèrie d'assignatures cursades en el grau com són Estructura Econòmica, Comerç Internacional i les diferents relacionades amb l'estadística que han estat el fonament d'aquest treball.

A nivell bibliogràfic la majoria de documents consultats han estat obtinguts electrònicament, mitjançant la biblioteca de la UOC i alguns altres per la xarxa. Les circumstàncies no han acompanyat a altre tipus de consultes.

Aquest treball m'ha permès llegir documents, treballs científics i algun llibre, o si més no alguna part de llibres que no hagués llegit altrament. I conèixer com accedir a bases de dades i fer-ne ús que per mi ha estat la part més interessant.

Les interpretacions errònies tant de textos com de xifres que hagi pogut fer l'autora d'este treball són de la seua responsabilitat.

## Autoavaluació

Al principi vaig fixar com objectiu conèixer el mercat exterior de la taronja i només a grans trets sabia com el desenvoluparia, sobretot quines eren les destinacions principals de les empreses exportadores espanyoles d'aquesta fruita. Aviat vaig veure que és la Unió Europea i que també aquesta zona és la destinació de moltes empreses exportadores d'altres països productors. Així vaig ampliar la mirada i amb les matrius d'exportacions dels diferents països productors vaig decidir que era més interessant conèixer els fluxos a nivell global de tota classe de cítrics: taronja, mandarina, llimona i aranja. La informació estava penjada i només l'havia d'agafar i tractar o disposar-la d'una manera més agrupada; però després també hi un treball de reflexió i també d'observació del comportaments polítics respecte al comerç dels diferents països. He estudiat principalment volums de producció i no de valor. Una vegada acabat el treball, i també mentre el feia, he comprovat com és d'important elegir les dades adequades i fixar la temporalitat de l'estudi. Ha estat un estudi a grans trets de diferents característiques en un moment del temps que permet una visió momentània i que per força serà canviant en anys posteriors. La lectura de diferents treballs científics relacionats amb el tema m'ha fet adonar del rigor amb què s'ha de treballar i també dels molts factors que poden influir i esta serà la lliçó més important: saber combinar la distància i l'apropament minuciosos amb objectivitat. I ser conscient de com allunyada estic d'això.

Cronològicament en el termini de l'assignatura vaig seguir els objectius marcats, però no el nivell d'aprofundiment que hagués volgut; finalment em vaig cenyir a uns punts concrets.

## Referències bibliogràfiques

**Tejedo Tormo, V.; Iglesias Fuente, D.**(2018). "Optimización de los recursos para incrementar la competitividad de la citricultura valenciana". *Vida Rural*, Vol 452 pàg. 22-30

**Esteve-Pérez, S.; Gil-Pareja, S.; Llorca-Vivero, R.**(2020) "Does the GATT/WTO promote trade? After all, Rose was right" (2020). *Rev World Econ* 156, pàg.377–405.

**Gil Pareja, S.; Llorca Vivero, R.**(2017)."El comportamiento reciente del sector exportador de la Comunidad Valenciana". Generalitat Valenciana, Conselleria d'Economia Sostenible, Comerç i Treball. Sèrie d'estudis nº5.

**Parra. M.D.; Martínez-Zarzoso,I.; Suárez-Burguet, C.**(2016) "The impact of FTAs on MENA trade in agricultural and industrial products".*Revista Applied Economics*. Vol 48 nº25 pàg.2341-2353.

**Gil Pareja, S.; Llorca Vivero,R.**(2017),"El comercio exterior de España y el proceso de integración europea". *Estudios de Economía Aplicada*. Vol. 35-1, pgs. 63-84

**Caballero, P.; De Miguel, M<sup>a</sup> D.; Fernàndez Zamudio, M<sup>a</sup> A.**(2011). "Análisis de los Costes de producción en cítricos y posibles actuaciones empresariales". *Vida Rural*, nº 328, pg 52-57.

**Fernàndez, M.J.**(2013)."Las exportaciones como impulsoras de la recuperación de la economía española". *Cuadernos de Información Económica*, nº 234.

**De Castro, P.** (2015)."Comida. El desafío global".Madrid:Eumedia

**Alcalá Agulló, F.; Choren Rodríguez, P.; Fernández García, A.**(2012)."Patrones recientes de comercio y especialización internacional".Bilbao:Fundación BBVA

**Velilla Sanz, A.; Peña Serrano, S.; Pérez Ruiz, M.**(2018)."El éxito de la exportación alimentaria española a China". *Boletín Económico del ICE* nº 3097 pp. 65-77

**Encinas Ferrer, Carlos** (2013). "Oligoposonio-Oligopolio La Perfecta Competencia Imperfecta". *Nova Scientia*. 2013;6(11):346-362.[fecha de Consulta 6 de Abril de 2020]. ISSN: . Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=2033/203329578019>

**Smith, Adam** (1776). "An Inquiry into the nature and causes of the wealth of Nations". Chapter VII: Of the natural and market price of commodities", pg 82-86.

**Marañón Pimentel, B.**(2002)."Impactos socioeconómicos y ambientales de la modernización agroexportadora no tradicional en El Bajío, México". *AREAS, Revista de Ciencias Sociales*, nº 22/2002, pág. 183-203.

**Acemoglu D.; Robinson, J.**(2012). "Why nations fail". London: Profile Books LTD

*ANUARIO DE ESTADISTICA MAGRAMA AVANCE 2018* (2019). Madrid:Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

*CITRUS FRUIT FRESH AND PROCESSED. STATISTICAL BULLETIN 2016* (2017). Roma: Market and Policy Analysis of Raw Materials, Horticulture and Tropical (RAMHOT) Products Team. FAO.



*BALANZA COMERCIAL AGROALIMENTARIA 2018*. Madrid: Subdirección General de Comercio Internacional de Mercancías. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

*EL SECTOR EXTERIOR EN 2018 (2019)*. Madrid: Boletín Económico del ICE nº3112. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.