

Enero 2003



COMITÉ DE PROBLEMAS DE PRODUCTOS BÁSICOS

GRUPO INTERGUBERNAMENTAL SOBRE FRUTOS CÍTRICOS

13^a reunión

La Habana, Cuba, 20-23 de mayo de 2003

PRODUCCIÓN, CONSUMO Y COMERCIO DE CÍTRICOS EN CHINA DESDE LOS AÑOS NOVENTA: EVOLUCIÓN Y PERSPECTIVAS¹

I. INTRODUCCIÓN

1. En su calidad de tercer productor de cítricos del mundo, y con un mercado potencialmente enorme para los cítricos frescos y los productos elaborados, China desempeña un papel cada vez más importante en la producción y el comercio mundiales de cítricos. En este contexto, en el presente documento se describen los cambios en la producción, el consumo, las condiciones de mercado, los precios y el comercio de cítricos en los años noventa y se examinan las tendencias relativas al futuro desarrollo del sector.

II. CAMBIOS Y TENDENCIAS EN LA PRODUCCIÓN CHINA DE CÍTRICOS

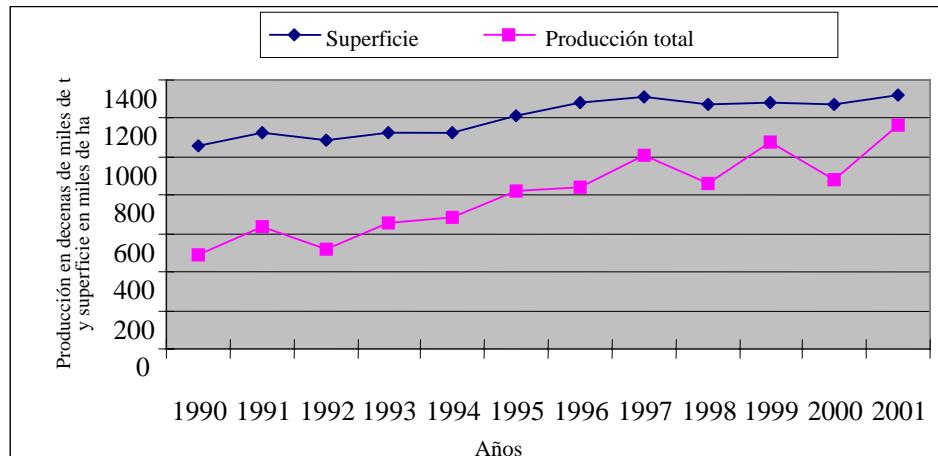
A. CAMBIOS EN LA PRODUCCIÓN TOTAL DE CÍTRICOS

2. La producción de cítricos en China aumentó rápidamente durante los años noventa. La superficie destinada al cultivo de cítricos alcanzó 1,3 millones de hectáreas (ha) en 2001, cuando era de 1,2 millones de ha 10 años antes, lo que representa un incremento anual del 1,33 por ciento. La producción total, que era de 6,3 millones de toneladas (t) en 1991, ascendió a 12 millones de t en 2001, lo que constituye un aumento medio de un 3,87 por ciento al año.

¹ El presente documento ha sido elaborado por el Sr. Qi Chunjie, profesor asociado de la Facultad de Economía y Comercio, Universidad de Agricultura de China Central (Huazhong), Wuhan, China.

Por razones de economía se ha publicado un número limitado de ejemplares de este documento. Se ruega a los delegados y observadores que lleven a las reuniones los ejemplares que han recibido y se abstengan de pedir otros, a menos que sea estrictamente indispensable. La mayor parte de los documentos de reunión de la FAO se encuentran en el sitio de Internet www.fao.org

Gráfico 1 – Producción total y superficie destinada al cultivo de frutos cítricos en China, 1990-2001

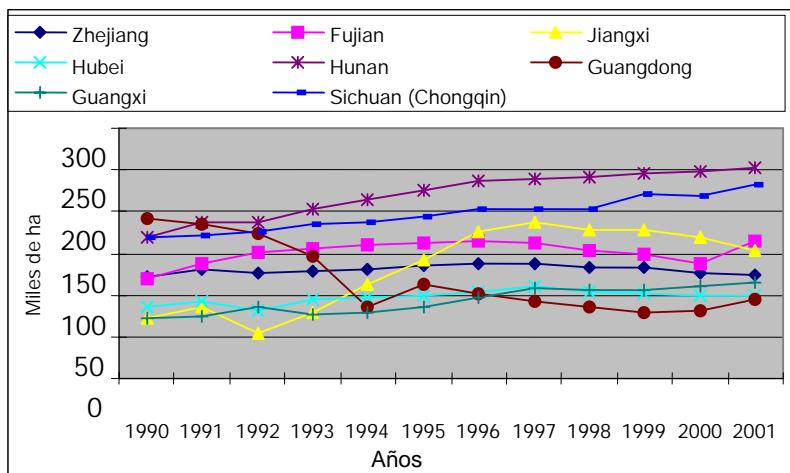


B. CAMBIOS EN LA DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LA PRODUCCIÓN DE CÍTRICOS

3. Desde la aplicación de la política de reforma y apertura económica, en particular desde 1990, la producción de cítricos se ha desplazado hacia las áreas cuyas condiciones agroecológicas y económicas son las más adecuadas para dicho cultivo. Por ejemplo, el cultivo de naranjas dulces se concentra actualmente en la región de la Presa de las Tres Gargantas, la provincia de Jiangxi Meridional, la provincia de Guangxi Septentrional, la provincia de Hunan Occidental y la provincia de Hunan Meridional. La producción también se está desplazando hacia las regiones pobres y atrasadas con condiciones agroecológicas propicias. En este caso, el Gobierno considera el desarrollo del sector de los cítricos como una manera eficaz de ayudar a las regiones pobres y las zonas de montaña a mejorar su economía. Sin embargo, la mayor parte de la producción se concentra cada vez más en las regiones que disponen de industrias de elaboración desarrolladas y de buenas infraestructuras de comunicación, lo cual implica un desplazamiento de la producción de cítricos hacia las regiones más avanzadas en el plano tecnológico.

4. Las regiones de China donde se cultivan cítricos han adoptado diversas políticas de reforma y planteamientos del desarrollo económico. El gráfico 2 muestra las variaciones en las superficies de cultivo de cítricos entre 1990 y 2001 en las ocho provincias chinas mayores productoras de cítricos. La superficie de cultivo de cítricos en las provincias de Hunan, Sichuan, Jiangxi, Guangxi, Hubei y Fujian aumentó rápidamente en este período. Por otra parte, la superficie destinada al cultivo de cítricos en la provincia de Zhejiang permaneció relativamente estable, mientras que en la provincia de Guangdong tanto la superficie como la producción disminuyeron sustancialmente.

Gráfico 2 – Superficie de cultivo de cítricos en las ocho provincias mayores productoras de cítricos, 1990-2001



C. GAMA DE VARIEDADES Y ESTACIONALIDAD

5. La gama de variedades ha experimentado muchos cambios. A mediados de los años ochenta, las naranjas dulces representaban alrededor del 30 por ciento de la producción nacional total, las mandarinas de piel poco adherida constituían más del 65 por ciento, mientras que los pomelos, los kumquats y los limones representaban en conjunto menos del 5 por ciento. Un estudio realizado en 2000 prueba que China está comenzando a centrarse en el cultivo de variedades que proporcionan mayores beneficios, y que se está optimizando la estructura de las variedades de cítricos de China. En 2000, la variedad de naranja dulce representó el 31 por ciento de la producción nacional de cítricos, las mandarinas de piel poco adherida el 59 por ciento, los pomelos casi el 10 por ciento y los limones aproximadamente el 0,5 por ciento.

6. En función de la estacionalidad, cabe dividir los cítricos en variedades de maduración temprana, intermedia y tardía, que pueden recogerse de septiembre a octubre, de noviembre a diciembre y de enero a mayo, respectivamente. A principios de los años ochenta, más del 90 por ciento de la producción total de cítricos de China estaba compuesta por variedades de maduración intermedia, mientras que a principios de los años noventa las variedades de maduración temprana, intermedia y tardía representaban respectivamente el 15 por ciento, el 80 por ciento y el 5 por ciento. Actualmente dichas proporciones ascienden respectivamente al 15-20 por ciento, al 70-75 por ciento y al 5-10 por ciento.

III. CAMBIOS EN LAS PAUTAS DE CONSUMO DE CÍTRICOS EN CHINA

A. DIFERENCIAS ENTRE EL CONSUMO DE CÍTRICOS FRESCOS Y ELABORADOS

7. La principal característica del consumo de cítricos en China es que se consumen frescos en su gran mayoría, pues sólo una pequeña parte de la producción es elaborada. Actualmente alrededor del 60 por ciento de la producción total está aún compuesta por mandarinas de piel poco adherida, que no son susceptibles de transformación en jugo. La única elaboración posible es la producción de gajos de mandarina en conserva. Tradicionalmente, los consumidores compran mandarinas de piel poco adherida pues son fáciles de pelar, son inocuas y saludables consumidas

frescas y se ajustan a los actuales hábitos y condiciones de vida. Estos factores, así como la estructura de las variedades, determinan las pautas de consumo de fruta fresca. Los productos elaborados suponen menos del 5 por ciento de la producción; los gajos de mandarina en conserva constituyen el principal producto elaborado. Parte de las mandarinas elaboradas se exportan al Japón, la Comunidad Europea, los Estados Unidos de América y otros países. Se han producido algunos cambios en el consumo. Desde principios de los años noventa, por ejemplo, los cítricos en conserva están desapareciendo de los estantes de las tiendas chinas de comestibles. En los últimos años en particular, el consumo de jugo de naranja ha aumentado en las ciudades, y se registra una fuerte tendencia en general hacia un mayor consumo de jugo en China.

B. DIFERENCIAS ENTRE ZONAS URBANAS Y RURALES RESPECTO DEL CONSUMO DE CÍTRICOS

8. China es un país con una estructura económica dual, dado que existen grandes diferencias de renta entre las zonas urbanas y rurales, lo que se refleja en la amplia diferencia existente entre las ciudades y el campo por lo que hace al consumo de cítricos. En 2000, la renta neta per cápita media de las familias urbanas era 2,67 veces superior a la de las familias rurales. Por consiguiente, el consumo per cápita de frutas y melones de los habitantes de los núcleos urbanos y las zonas rurales era, respectivamente, de 50 kg y 20 kg. Los cítricos constituyen la principal categoría de frutas consumidas en China, y se calcula que el consumo de cítricos representa entre una octava y una sexta parte del consumo nacional total de frutas y melones. En la provincia de Guangdong, una de las regiones más desarrolladas de China, el consumo anual per cápita medio de cítricos frescos es de 3,22 kg (1,3 kg de naranjas dulces). Las investigaciones llevadas a cabo muestran que la elasticidad de la demanda respecto de los ingresos de los habitantes de las zonas rurales es mucho más elevada que la de los habitantes de las zonas urbanas. Por lo tanto, la demanda de cítricos debería ser enorme en las regiones rurales de China en el futuro conforme aumente progresivamente su renta.

C. DIFERENCIAS REGIONALES EN EL CONSUMO DE CÍTRICOS

9. El consumo de fruta en general, y de cítricos en particular, difiere hasta cierto punto según las regiones, para los habitantes tanto de las zonas urbanas como rurales. El *Anuario de estadísticas de China en 2000*, editado por la Oficina Nacional de Estadística, suministra datos sobre el consumo individual de frutas secadas y frescas y de melones de los habitantes de las áreas urbanas en 1998. Los resultados estadísticos muestran que sólo los habitantes de las ciudades de Beijing y Shangai gastan anualmente más de 200 RMB¥² en frutas frescas y secadas y melones. Los habitantes de las provincias de Fujian, Guangdong y Zhejiang y la ciudad de Tianjing gastan entre 150 y 200 RMB¥, mientras que los habitantes de 13 provincias (Yunnan, Liaoning, Chongqing, Hunan, Guangxi, Jilin, Xinjiang, Shandong, Guizhou, Hailongjiang, Jiangsu, Hebei y Sichuan) gastan entre 100 y 150 RMB¥, y los habitantes de otras 11 provincias (Ningxia, Anhui, Gansu, Shanxi, Henan, Jiangxi, Qinghai, Shanxi, Neimenggu, Hainan y Hubei) gastan menos de 100 RMB¥. Dichas diferencias regionales se corresponden hasta cierto punto, pero no siempre, con las diferencias de renta media entre las regiones.

D. VARIACIONES ESTACIONALES EN EL CONSUMO DE CÍTRICOS

10. La temporada alta del consumo de cítricos en China se extiende del día de Año Nuevo al tradicional festival chino de primavera, y la demanda es satisfecha por los productos nacionales que maduran desde finales de septiembre hasta abril del año siguiente. Sin embargo, alrededor del 80 por ciento de la producción china de cítricos se concentra en el otoño, de mediados de octubre a diciembre. Después de abril, las variedades de maduración tardía, como las naranjas de Valencia, son difíciles de obtener y escasean en el mercado, incluso en las ciudades grandes y medianas. Por ello, a partir de entonces y hasta septiembre, los principales productos que se

² 1 dólar EE.UU. = 8,27 RMB¥

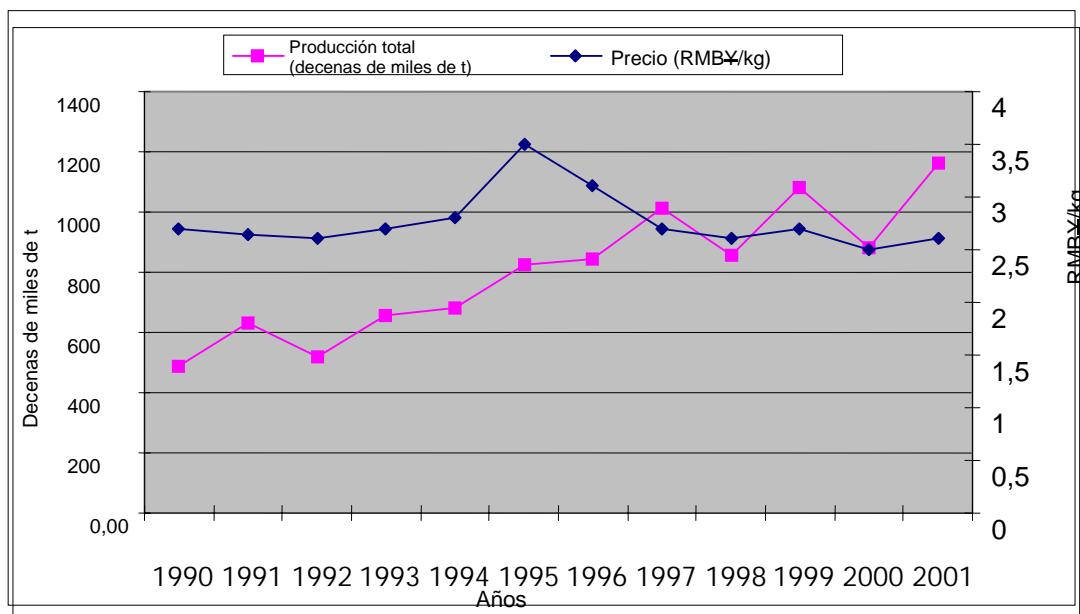
encuentran en el mercado de cítricos son importados, como las naranjas nábel. La mayor parte de los cítricos chinos se venden en mercados agrícolas, pero algunos se distribuyen a los supermercados. Sin embargo, se pueden obtener todo el año naranjas dulces, como las naranjas nábel y de Valencia, y los limones importados en los supermercados y en los mejores mercados y hoteles. Los precios de los frutos cítricos importados suelen ser mucho más altos que los de los productos cítricos nacionales similares. Los consumidores de renta media no compran muchas frutas importadas, especialmente en otoño, estación en que se pueden obtener todas las clases de productos cítricos nacionales.

IV. FLUCTUACIONES DE LOS PRECIOS DE LOS CÍTRICOS

A. FLUCTUACIONES ANUALES DE LOS PRECIOS

11. En el gráfico 3 se comparan la producción y el precio por kilogramo. Parece que la producción responde con retraso a las variaciones de los precios. Es probable que esta situación continúe, pero se prevé una cierta disminución de las fluctuaciones interanuales de los precios.

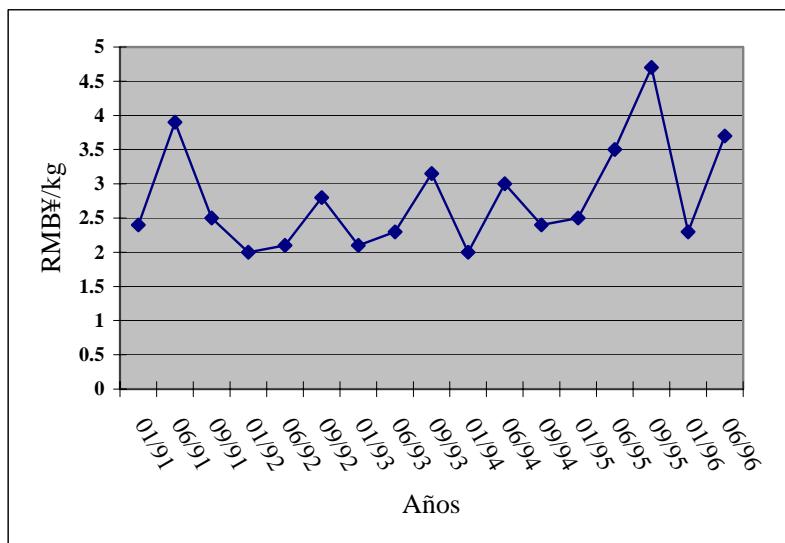
Gráfico 3 – Producción total y precio de los cítricos en China, 1990-2001



B. FLUCTUACIONES ESTACIONALES

12. Los precios de los cítricos varían según las temporadas a causa de la naturaleza estacional de la producción de estos frutos. Últimamente, las fluctuaciones estacionales han tendido a disminuir con la optimización de las variedades de cítricos (introducción de variedades de maduración temprana y tardía, según se explica en el epígrafe II.C) y las mejoras de la cadena de frío.

Gráfico 4 – Variaciones mensuales de los precios de los cítricos en el mercado libre de productos agrícolas (enero de 1991 a junio de 1996)



C. FLUCTUACIONES DE LOS PRECIOS DE LAS EXPORTACIONES Y LAS IMPORTACIONES

13. Los precios medios de exportación de las frutas frescas disminuyeron de 1995 a 2001, mientras que los precios medios de las importaciones aumentaron durante el mismo período.
14. El precio medio de exportación de los cítricos frescos pasó de 0,418 \$EE.UU./kg en 1995 a 0,205 \$EE.UU./kg de enero a junio de 2001. Por el contrario, los precios medios de las importaciones aumentaron desde 0,324 \$EE.UU./kg hasta 0,487 \$EE.UU./kg durante el mismo período.
15. Por lo que respecta a las naranjas dulces, el precio medio de las exportaciones disminuyó desde 0,251 \$EE.UU./kg hasta 0,134 \$EE.UU./kg. En cambio, el precio medio de las importaciones aumentó de 0,321 \$EE.UU./kg a 0,490 \$EE.UU./kg durante el mismo período. Estas diferencias de precios se deben principalmente a la diferencia de calidad entre las frutas exportadas e importadas.
16. Por otra parte, el precio medio de los cítricos en conserva tendió a caer igualmente, pasando de 0,919 \$EE.UU./kg en 1995 a 0,713 \$EE.UU./kg en 2001. Comparativamente, el precio medio de las importaciones de jugo de naranja fue más estable, pues varió entre 0,919 \$EE.UU./kg y 1,249 \$EE.UU./kg.

V. SITUACIÓN Y TENDENCIAS DEL COMERCIO EXTERIOR CHINO DE CÍTRICOS

A. EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE CÍTRICOS FRESCOS Y ELABORADOS

17. En 2000 el peso de las exportaciones chinas de frutos cítricos frescos en el comercio mundial de cítricos fue casi insignificante. El volumen de las exportaciones chinas representó sólo el 2,1 por ciento de los 9 698 000 t de frutos cítricos frescos que se exportaron en el mundo. El valor de las exportaciones fue de 47 millones de dólares EE.UU. solamente, lo que representa tan sólo el 1 por ciento de las exportaciones mundiales de frutos cítricos frescos. Los datos estadísticos sobre el volumen y el valor de las exportaciones chinas de cítricos en los últimos años revelan que dicho volumen ha aumentado, pero que los ingresos procedentes de las exportaciones han disminuido, lo que indica un empeoramiento de las relaciones de intercambio de China.

18. Las importaciones de cítricos se multiplicaron por 25, pasando de 2 453 t en 1995 a 61 860 t en 2000. En el mismo período el valor de las importaciones aumentó de 800 000 millones de dólares EE.UU. a 28,8 millones de dólares, como muestra el cuadro 1.

Cuadro 1 – Frutos cítricos frescos en China: volumen y valor de las exportaciones e importaciones, 1995-2001

Año	Valor de las exportaciones (miles de \$EE.UU.)	Volumen de las exportaciones (t)	Valor de las importaciones (miles de \$EE.UU.)	Volumen de las importaciones (t)
1995	59 921	143 321	795	2 453
1996	66 847	166 128	1 951	6 895
1997	75 845	223 122	3 926	13 836
1998	48 886	175 458	1 924	5 592
1999	41 637	176 291	11 760	29 685
2000	47 101	200 271	28 802	61 861
2001 (1-6)	17 554	85 616	15 758	32 378

Fuente: Administración General de Aduanas de la República Popular China, Anuario de estadísticas aduaneras de China, 1995-2000; Estadísticas aduaneras (mensual), 2001 (1-6)

19. Por lo que respecta a la fruta elaborada, las exportaciones de cítricos en conserva aumentaron mientras que las importaciones se mantuvieron en un nivel insignificante (cuadro 2). Tanto las importaciones como las exportaciones de jugo de cítricos aumentaron, pero el crecimiento de las importaciones fue mucho más rápido. Actualmente, en China existe un mercado para los productos cítricos elaborados importados, en especial el jugo de naranja.

Cuadro 2 – Productos cítricos en conserva en China: volumen y valor de las exportaciones e importaciones, 1995-2001

Año	Valor de las exportaciones (miles de \$EE.UU.)	Volumen de las exportaciones (t)	Valor de las importaciones (miles de \$EE.UU.)	Volumen de las importaciones (t)
1995	71 383	77 696	9,0	10
1996	77 038	79 626	21,0	574
1997	83 213	98 497	1,4	20
1998	79 535	112 234	3,0	28
1999	98 403	119 539	0,60	23
2000	119 172	175 484	3,00	80
2001 (1-6)	67 961	95 260	2,0	34

Fuente: Administración General de Aduanas de la República Popular China, Anuario de estadísticas aduaneras de China, 1995-2000; Estadísticas aduaneras (mensual), 2001 (1-6)

Cuadro 3 – Jugo de cítricos en China: volumen y valor de las exportaciones e importaciones, 1995-2001

Año	Valor de las exportaciones (miles de \$EE.UU.)	Volumen de las exportaciones (t)	Valor de las importaciones (miles de \$EE.UU.)	Volumen de las importaciones (t)
1995	628	1 237	2 120	1 698
1996	471	420	2 432	2 566
1997	1 245	1 014	3 680	4 574
1998	3 514	2 902	5 268	5 382
1999	2 909	2 675	9 000	9 788
2000	3 066	2 920	10 131	9 554
2001 (1-6)	1 758	1 789	8 027	8 624

Fuente: Administración General de Aduanas de la República Popular China, Anuario de estadísticas aduaneras de China, 1995-2000; Estadísticas aduaneras (mensual), 2001 (1-6)

B. COMPOSICIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR POR VARIEDADES

20. En el cuadro 4 se presenta el desglose de las exportaciones e importaciones de frutos cítricos por tipos de productos.

21. Las principales exportaciones chinas de frutos cítricos en 2000 fueron las naranjas frescas (incluidas las naranjas obtenidas por fecundación cruzada). Las naranjas dulces también constituyeron el fruto cítrico más importado. Los principales cítricos elaborados exportados fueron los gajos de mandarina en conserva (98 por ciento del volumen total de las exportaciones).

22. Durante la campaña comercial 1998/99, China importó 24 857 t de cítricos, de los cuales el 76 por ciento eran naranjas dulces, el 10 por ciento limones y limas y el 6 por ciento pomelos. Durante todo el año 2000, el valor de las importaciones de naranjas dulces ascendió a 23 millones de dólares EE.UU. y el de limones y limas a 2,3 millones de dólares EE.UU.

Cuadro 4 – Frutos cítricos frescos en China: volumen y valor de las exportaciones y importaciones, 2000

Código de la partida	Partidas	Exportaciones			Importaciones		
		Volumen (t)	Valor (miles de \$EE.UU.)	Precio (\$EE.UU./kg)	Volumen (t)	Valor (miles de \$EE.UU.)	Precio (\$EE.UU./kg)
0805	Total de frutos cítricos, frescos o secados	200 261	47 102	0,235	61 861	28 795	0,465
08051000	Naranjas	2 528	409	0,162	49 434	23 020	0,466
08052010	Chiao-kan	13 048	1 640	0,126	16	6	0,374
08052090	Otras naranjas, naranjas obtenidas por fecundación cruzada	175 767	43 322	0,246	3 881	1 801	0,464
08053000	Limones y limas	2	2	0,886	4 837	2 341	0,484
08054000	Pomelos	3 827	593	0,155	3 617	1 582	0,437
08059000	Desconocidas/no especificadas/otras	5 088	1 136	0,223	74	45	0,604

Fuente: Administración General de Aduanas de la República Popular China, Anuario de estadísticas aduaneras de China, 2000

Cuadro 5 – Productos elaborados a base de frutos cítricos en China: volumen y valor de las exportaciones e importaciones, 2000

Código de la partida	Partidas	Exportaciones			Importaciones		
		Volumen (t)	Valor (miles de \$EE.UU.)	Precio (\$EE.UU./kg)	Volumen (t)	Valor (miles de \$EE.UU.)	Precio (\$EE.UU./kg)
2007.9100	Mermelada de naranja, etc.	221	154	0,695	643	458	0,712
2008.3010	Cítricos en conserva	175 484	119 172	0,679	80	25	0,311
2009.1100	Jugo de naranja concentrado y congelado	1 366	1 688	1,235	6 412	7 923	1,236
2009.1900	Jugo de naranja no procedente de concentrados	838	752	0,898	2 524	1 433	0,568
2009.2000	Jugo de teca	252	284	1,126	465	609	1,311
2009.3000	Otros jugos de cítricos	464	342	0,737	152	167	1,098
Total		178 626	122 392		10 278	10 615	

Fuente: Administración General de Aduanas de la República Popular China, Anuario de estadísticas aduaneras de China, 2000

C. DESTINO DEL COMERCIO EXTERIOR

Destino de las exportaciones

23. En los últimos años, los principales destinos de las exportaciones fueron el Asia Sudoriental, Hong Kong y la Federación de Rusia, que recibieron más del 75 por ciento de las exportaciones totales de cítricos. El resto de las exportaciones se destinaron al Canadá, el Japón, la República de Corea y el Oriente Medio, pero en una proporción relativamente pequeña. En el año 2000, las naranjas dulces se exportaron principalmente a Hong Kong, Filipinas, Viet Nam, Singapur y Macao; los demás tipos de naranjas se destinaron principalmente a Filipinas, Malasia, Indonesia, Hong Kong, la Federación de Rusia, el Canadá y Singapur; las mandarinas chiao-kan se exportaron principalmente a Singapur, Malasia, Viet Nam y Hong Kong; y los limones y las limas se enviaron sobre todo a la Federación de Rusia y a Singapur.

24. Los productos elaborados, como los gajos en conserva y los jugos, se exportaron principalmente al Japón, los Estados Unidos y Hong Kong. En 2000, China exportó 80 975 t de cítricos en conserva al Japón, 61 374 t a los Estados Unidos, 18 429 t a Alemania, 4 263 t al Canadá y 1 994 t a los Países Bajos.

Origen de las importaciones

25. Según datos de la oficina de aduanas de China, en 1998 China importó naranjas, principalmente del Canadá (incluidas 2 196 t de naranjas dulces), Nueva Zelanda, Australia, los Estados Unidos (incluidas 352 t de naranjas dulces) y Viet Nam. Los cítricos importados del Canadá eran reexportaciones, dado que dicho país no produce frutos cítricos. El cambio más notable en 2000 fue la concentración de envíos procedentes de los Estados Unidos (30 960 t de naranjas dulces, 2 671 t de limones y limas), Nueva Zelanda (17 571 t de naranjas dulces, 2 857 t de tangerinas y 1 975 t de limones y limas) y Sudáfrica (482 t de naranjas dulces). El 93 por ciento de las importaciones totales procedieron de esos tres países, lo que demuestra la concentración de las importaciones chinas. El cambio más notable fue el incremento de las exportaciones estadounidenses de naranjas a China a resultas del Acuerdo de Cooperación Agrícola China-EE.UU. aplicado por China, y esta tendencia se refleja también en las estadísticas de la Administración de los Estados Unidos.

Cuadro 6 – Volumen y valor de los frutos cítricos exportados a China por los Estados Unidos, 1995-2000

Partidas		1995	1996	1997	1998	1999	2000 (1-7)
Naranjas	Volumen (t)	430	529	91	3 199	334	7 570
	Valor (miles de \$EE.UU.)	236	415	58	2 235	174	3 473
Pomelos	Volumen (t)	206	0	0	37	19	62
	Valor (miles de \$EE.UU.)	104	0	0	14	8	24
Jugo de naranja	Volumen (miles de litros de jugo de concentración natural)	1 698	900	923	664	1 788	1 029
	Valor (miles de \$EE.UU.)	534	399	503	344	998	410
Jugo de pomelo	Volumen (miles de litros de jugo de concentración natural)	192	119	50	144	247	201
	Valor (miles de \$EE.UU.)	124	33	15	85	82	99

Fuente: Servicio Nacional de Estadísticas Agrícolas, Departamento de Agricultura de los Estados Unidos

Cuadro 7 – Volumen de cítricos (frescos y elaborados) reexportados a la China continental por Hong Kong, ejercicios comerciales 1998/99 y 1999/00

Partidas	1998 (10)/99 (9)	1998 (10)/99 (9)	1999 (10)/00 (8)	1999 (10)/00 (6)
	Estadísticas aduaneras de China (t)	Estadísticas aduaneras de Hong Kong (t)	Estadísticas aduaneras de China (t)	Estadísticas aduaneras de Hong Kong (t)
Naranjas (HS0805.1000)	0	33 910	0	23 750
Tangerinas (HS0805.2010)	0	688	0	212
Limones y limas (HS0805.3000)	0	1 508	0	1 159
Pomelos (HS0805.4000)	0	1 118	0	2 231
Total	0	37 224	0	27 352
Jugo de naranja congelado (HS2009.1100)	1	336	0	183
Jugo de naranja no congelado (HS2009.1100)	1 697	1 688	163	523
Jugo de pomelo (HS2009.2000)	0	197	0	173

Fuente: Administración General de Aduanas de la República Popular China, Estadísticas aduaneras (mensual); Departamento del Censo de Hong Kong, Estadísticas aduaneras

D. VARIACIONES ESTACIONALES DEL COMERCIO EXTERIOR

26. Las exportaciones chinas de cítricos guardan una fuerte correlación con el período de la recolección. Dado que las principales variedades están constituidas por mandarinas de piel poco adherida, el período de las exportaciones se extiende de noviembre a marzo, y durante esos cinco meses las exportaciones representan el 95 por ciento de las exportaciones totales de la campaña. Diciembre y enero representan el 53 por ciento de las exportaciones totales de la campaña, lo cual revela las dificultades de China para explotar los mercados de exportación.

27. Las importaciones se concentran en la estación veraniega. En 2000, las importaciones realizadas entre junio y septiembre representaron alrededor del 65 por ciento de las importaciones totales de naranjas dulces.

VI. CONCLUSIÓN

28. En los albores del siglo XXI, el sector chino de los cítricos está atravesando una fase de desarrollo constante y de ajuste estructural, y su misión más importante en el futuro será la mejora de la calidad, el fomento de la producción, la optimización de la estructura de las variedades, la reducción de los costos, la mejora de la distribución y el aumento del valor añadido.

29. Debido a la influencia de las plantaciones tradicionales, los hábitos de consumo, los niveles de desarrollo y otros factores, la fruta en China se consume fresca, especialmente en las zonas rurales y en el caso de las personas con ingresos bajos. La demanda de frutos cítricos frescos está aumentando, aunque a un ritmo más bien lento. El consumo de jugo de naranja está más extendido en algunas zonas desarrolladas, como las ciudades grandes y medianas y algunas provincias costeras. Se prevé que dicho consumo aumente de forma continua en consonancia con el incremento de los ingresos.

30. Desde 1996, la oferta siempre ha superado a la demanda en el mercado chino de cítricos, lo que dificulta la venta de la producción total de cítricos. Los precios al por mayor y al por menor son bastante bajos. Habida cuenta de todos los factores, como el largo ciclo de crecimiento de los árboles cítricos, la inercia de los agricultores, la lenta introducción de las variedades mejoradas y el secular retraso en la mejoras de los niveles de elaboración, se prevé que el precio de mercado de las mandarinas o naranjas frescas se estabilice en 2,5-3,0 RMB¥/kg. El precio medio de las exportaciones chinas de frutos cítricos frescos, naranjas dulces y gajos de mandarina en conserva tiende a disminuir.

31. Por otro lado, China se está convirtiendo en un mercado interesante para las naranjas y el jugo de naranja importados (jugos de naranja concentrados y congelados y jugos no procedentes de concentrados).

32. Para aplicar la estrategia de fomento de las exportaciones de frutos cítricos chinos y abastecer los mercados mundiales, los productores y exportadores chinos deberán mejorar la calidad de los cítricos y centrarse en medidas mercadotécnicas con el fin de dar a conocer ampliamente los productos cítricos chinos entre los consumidores del resto del mundo, intensificar la promoción de las ventas internacionales y buscar múltiples canales para las exportaciones.