

Campaña de éxito en cítricos

1994: Argentina y Uruguay, record en exportaciones de cítricos frescos

Argentina recupera en 1994 los niveles de 1992

A pesar de la pequeña merma en la producción total nacional, del orden del 3 % con respecto a 1993, las exportaciones argentinas aumentaron significativamente durante la campaña que está finalizando para el Hemisferio Sur.

Mejores oportunidades comerciales en los principales mercados, merma en la producción española de limones, incremento de mercados del este y la ausencia de tasas compensatorias para limones, parecen haber sido las causas principales de este incremento, que se visualiza en la Figura 1.

Buen mercado para limones frescos

La exportación de limones durante 1993, fue 40 % inferior a la de 1992 y la fruta que llegó a la Unión Europea debió soportar la aplicación de altas tasas compensatorias durante más de una decena de veces durante la campaña.

Tucumán se organiza para enfrentar con su excelente fruta el mercado de la U.E.

Esto provocó que las autoridades de gobierno y las empresas citrícolas conformaran una Comisión de Seguimiento de las Exportaciones, integrada por representantes de los sectores público y privado, que se encargó de monitorear el desarrollo de la campaña de embarques, a fin de

Figura 1:
Exportaciones argentinas en miles de cajas por especie (1993-1994)

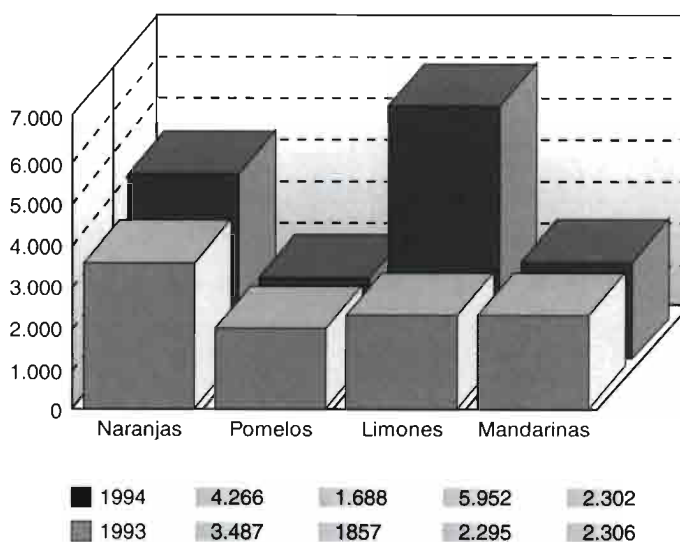
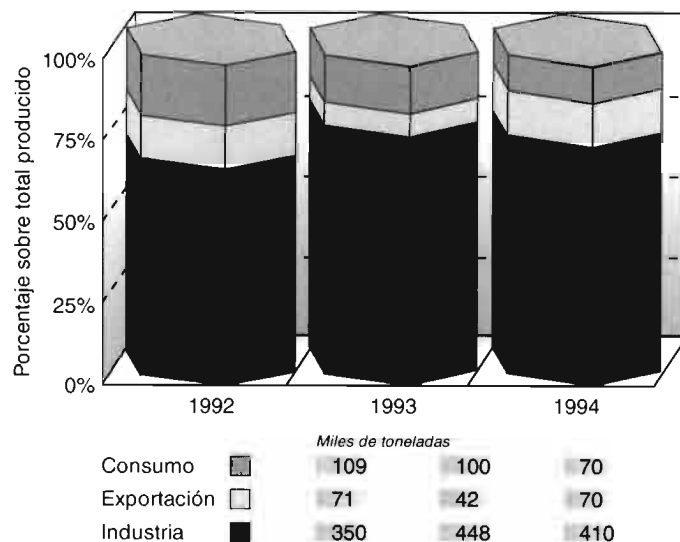


Figura 2:
Destino de la producción argentina de limón (1992-1994)



1994, estimado antes de final de zafra.

evitar excesos de entrada al mercado, que pudiera dar lugar a la aplicación de gravámenes. Además se estableció un mecanismo con la UE para informar el estado de situación, intercambiando información al respecto, en forma diaria.

Durante 1994 no se aplicaron gravámenes en ninguna oportunidad, no sólo para Argentina sino tampoco para Uruguay y Sudáfrica. Así es que en este caso Argentina, pudo exportar libremente, aumentando los volúmenes a niveles similares a 1992 con casi 6 millones de cajas, contra sólo 2.3 millones en el año 1993, tal como se observa en la Figura 2.

Esto se logró, incluso a pesar de las inclemencias climáticas que afectaron, durante el comienzo de la campaña a la zona de Tucumán, principal productor de limones de Argentina y cuarto productor de limones del mundo.

A dónde va la producción

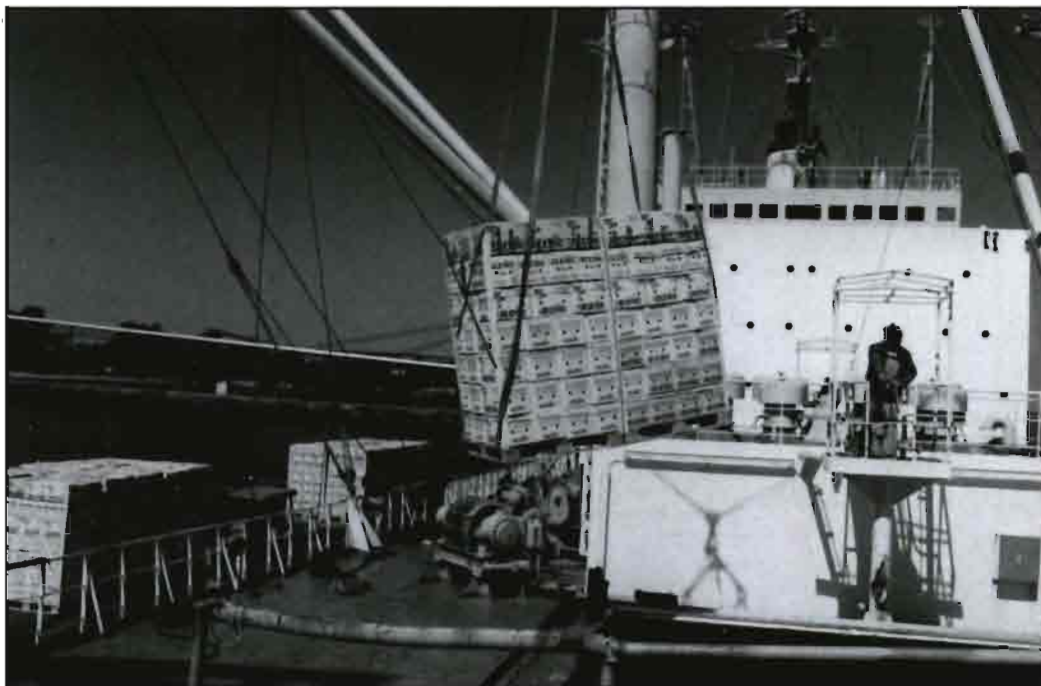
De acuerdo a la información de "Informe Frutihortícola" que aparece en la Figura 3, la producción para 1994 se estimó en 1.703.000 toneladas, de las cuales se consume en el mercado doméstico alrededor del 47 %, se industrializa el 41 % y sólo el 12 % sale al exterior como fruta fresca. Por los resultados reales obtenidos, se podría ya decir que las exportaciones de limones al menos, superaron significativamente las estimaciones.

En cuanto a la información de importaciones de fruta cítrica fresca, se puede afirmar que, hasta el momento, son poco significativas. Durante 1994, se importaron sólo mil toneladas de naranjas y mil toneladas de pomelos, mien-

tras que en el año 1993, se habían importado sólo 5 mil toneladas de pomelos, no existiendo antecedentes en mandarinas y limones.

Los resultados económicos de la temporada

Según la Federación Argentina de Cítricos, "los resultados económicos han sido buenos sólo para limones este año, debido a los elevados costos internos y la falta de apoyo gubernamental, que le han hecho perder competitividad frente a sus competidores del Hemisferio Sur, como Brasil y Uruguay".



Operación de carga en la terminal portuaria de Nueva Palmira (Uruguay) por donde en la presente temporada se exportación alrededor de 80.000 toneladas de cítricos. En la fotografía inferior, algunas de las marcas de cítricos en Uruguay.

Uruguay: continúa creciendo en volumen dentro del mercado internacional

Exportaciones sin precedentes, una buena temporada

Las exportaciones uruguayas han continuado creciendo a un ritmo realmente interesante. Esto se constata no sólo en los volúmenes totales exportados, que sí ya son record durante la campaña 1994, sino que también han seguido creciendo geográficamente.

Al final de la temporada, se espera un total exportado de alrededor de 140.000 toneladas de fruta, de las cuales 21.278 toneladas corresponden a mandarinas, 21.213 a limones, 6.402 a pomelos y alrededor de 90.000 toneladas a naranjas, que se continuará embarcando hasta mediados de noviembre. Figura 4.



Se incrementan los volúmenes de variedades que el mercado solicita

Se destaca en forma sobresaliente, el incremento de las mandarinas, reflejo de un incremento de la producción como consecuencia de la entrada en

producción de plantaciones jóvenes y al manejo de posrecolección, que ha mostrado un importante giro en la última campaña.

Como ya hemos dicho en otros artículos anteriores, modernas plantas de empaquetado, cámaras de desverdizado y las nuevas instala-

ciones portuarias, han favorecido esta situación tan prometedora para el sector frutícola uruguayo.

También ha crecido el volumen de naranjas, destacándose el crecimiento del mercado ruso.

Los limones tuvieron un buen año, sin problemas

de gravámenes compensatorios, como ya se mencionó y con un mercado europeo bastante estable.

Seguimos creciendo geográficamente con nuevas estrategias de marketing para satisfacer a nuestros clientes

Se observa en las últimas

campañas, un marcado esfuerzo del sector privado y en algunas oportunidades, con apoyos concretos del sector gubernamental, a efectos de ampliar el espectro de mercados y ofrecer productos especiales para cada uno de ellos.

Se ha mejorado el empaque, la presentación y se ha desarrollado el concepto de "calidad para cada cliente". Así es que se exporta en diferentes tipos de envases, con presentación diferenciada para cada negocio.

La utilización de bins es un ejemplo claro. Se exportaron este año 44.381 bins, lo que representa más de 1 millón de cajas.

¿Por qué decimos que está creciendo geográficamente?

Aparte de los mercados tradicionales de la Unión Europea y Canadá, se ha ampliado significativamente el mercado de Arabia Saudita y Emiratos Arabes, mercados de potencial crecimiento y en los cuales Uruguay ha hecho esfuerzos grandes por desarrollarlos.

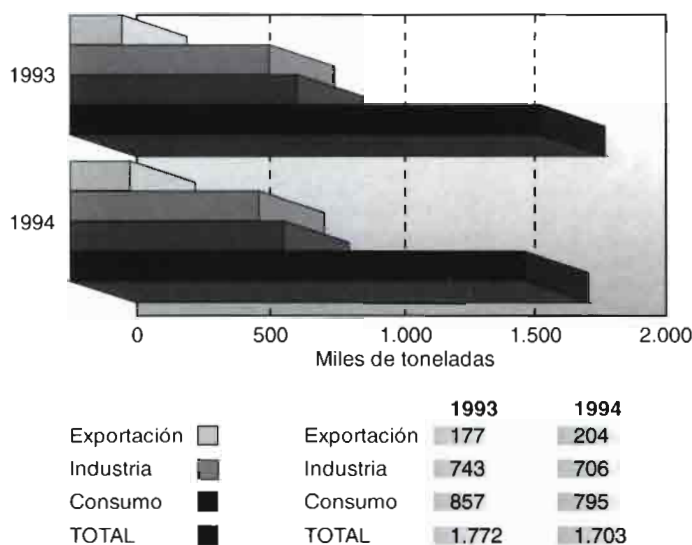
Aparece el mercado español, con 3.745 toneladas totales.

El mercado ruso se retoma nuevamente con volúmenes muy importantes, pasando de 3.334 toneladas en 1993 a más de 23.000 en 1994.

El mercado regional, camino al Mercosur: Brasil y Argentina también son mercados para Uruguay

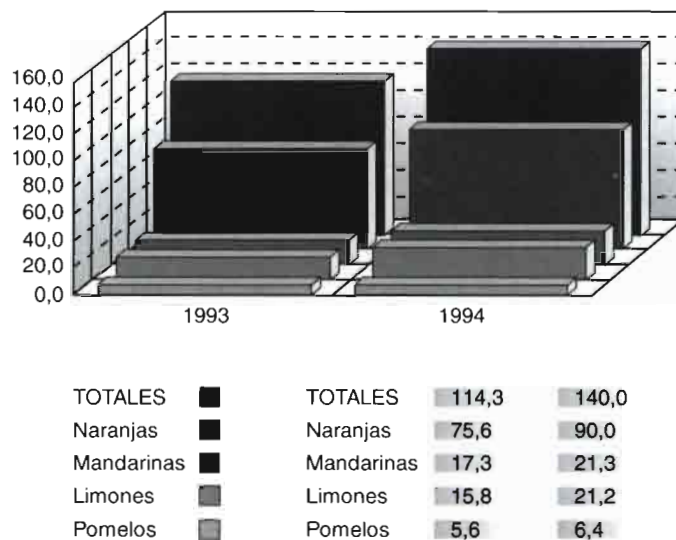
También se ha continuado trabajando en el "Mercado Regional". Al mercado brasileño, al cual ya hace 3 años que Uruguay está vendiendo pequeños volúmenes, se ha sumado este año la apertura del mer-

Figura 3:
Destino de la producción argentina de citrus (todas las especies)



1993-1994 en miles de toneladas.

Figura 4:
Exportaciones uruguayas en miles de toneladas por especies (1993-1994)



1994, estimado antes de final de zafra.

“ En la presente campaña citrícola, Argentina ha recuperado de nuevo la tasa exportadora de 1992 y Uruguay continúa al alza dentro del mercado internacional.”

cado argentino.

A pesar de que tanto Brasil como Argentina son grandes productores de cítricos, se considera que ambos mercados constituyen una posibilidad interesante para fruta uruguaya, como complemento de la producción nacional de ambos países.

En 1991, luego de un acuerdo entre las partes, se abre el mercado brasileño. A partir de ese momento se comienza a desarrollar el área sur de Brasil, Río Grande del Sur, donde se ha creado una corriente casi permanente de pequeños envíos.

También se continúa el trabajo en la zona de San Pablo, donde su población y su alto poder adquisitivo, hacen también pensar en buenas oportunidades para esta fruta.

En 1994, Argentina aprueba un nuevo decreto por el cual, en la práctica, se abren las puertas del mercado para Uruguay. Así es que ya, a pocas semanas de aprobado el decreto, se han realizado varios envíos de fruta al prometedor mercado de Buenos Aires.

La experiencia ha sido muy buena, habiéndose enviado fruta de muy buena calidad y a precios competitivos con los argentinos. Si bien los volúmenes son insignificantes, del orden de las 50 toneladas al momento, es una buena alternativa para productores uruguayos, ya que ayuda además a equilibrar la oferta en el propio mercado doméstico.

MARTA BENTANCUR