

• Campaña 2005

**Síntesis de la Campaña Exportadora 2005**

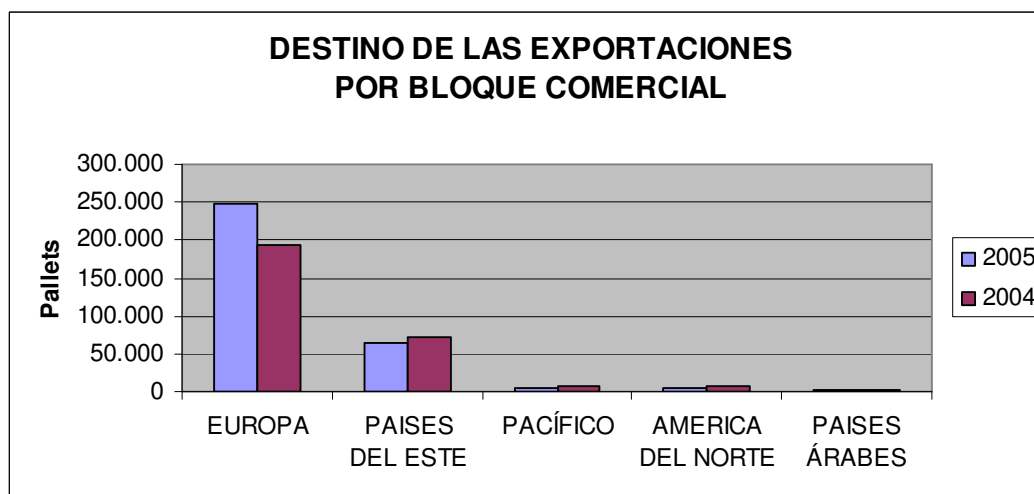
**Bartolomé Del Bono – Gerente ATC**

Finalizada la temporada exportadora 2005, el volumen total de limón en fresco de Argentina enviado a los distintos países significó un aumento del orden del 15% en relación al del año pasado, según datos proporcionados por la Federación Argentina del Citrus (FEDERCITRUS). El motivo del mismo se debe, entre otras causas, a que este año la temporada comenzó anticipadamente a raíz de la ola de frío que sufrió España en enero, y que ocasionó una pérdida de volumen y calidad de su limón para ofertar en los mercados de la Unión Europea y Este europeo; y por otro lado, la menor competencia del Verna español en los primeros meses de oferta del limón argentino. Lo comentado llevó a que los envíos de fruta fresca a los mercados externos totalizaran 325.594 pallets, equivalentes a unas 370.000 toneladas, superiores en un 15 % a lo exportado en la campaña anterior (aproximadamente 320.000 toneladas). Este valor porcentual, además, es mayor al 12 % de aumento de los cítricos en general exportados en 2005 respecto de 2004, según datos publicados por SENASA.

**DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES  
POR BLOQUE COMERCIAL**

(datos en PALLETS)

BLOQUE	AÑO 2005		AÑO 2004		Comparación 2005 vs. 2004
	Pallets	%	Pallets	%	
EUROPA	248.589	76%	192.868	68%	29%
PAISES DEL ESTE	63.450	19%	71.051	25%	-11%
PACÍFICO	5.186	2%	8.099	3%	-36%
AMERICA DEL NORTE	4.794	1%	6.873	2%	-30%
PAISES ÁRABES	3.575	1%	2.918	1%	23%
<b>TOTAL</b>	<b>325.594</b>	<b>100%</b>	<b>281.809</b>	<b>100%</b>	<b>16%</b>



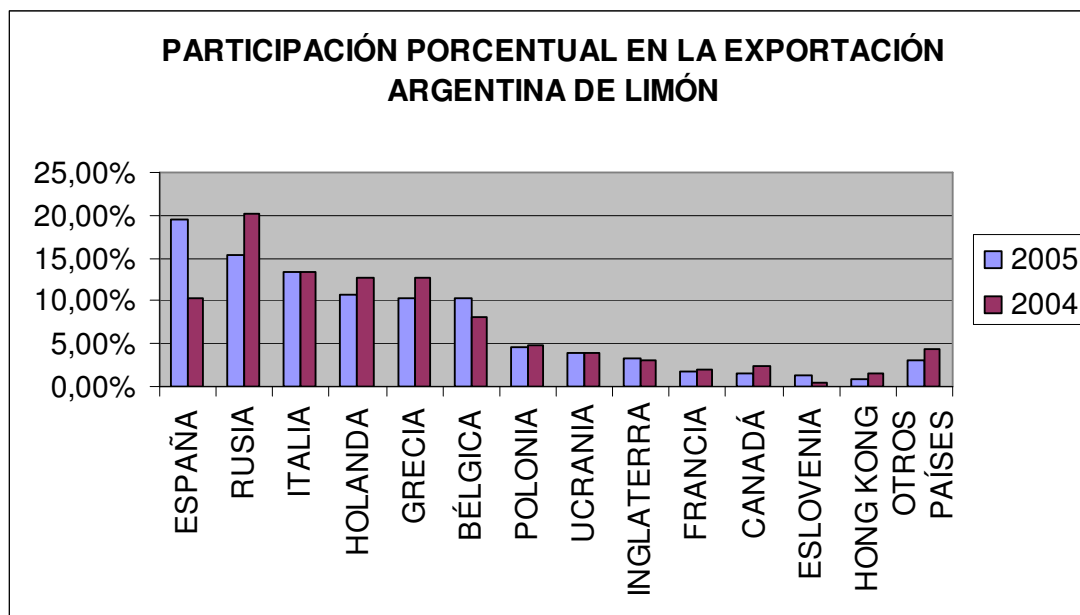
Analizando las estadísticas de exportaciones de limón por Bloque Comercial para la Campaña 2005, y su comparativo con la de 2004, se observa que el aumento global se debe principalmente al gran volumen adicional enviado a la Unión Europea (casi un 30% mayor al del año anterior). Tal como naturalmente ocurre con el limón argentino, el grueso de la exportación se destinó a la Unión Europea (76%), ingresando en sus puertos 55.721 pallets más que en el 2004. El segundo bloque en importancia continúa siendo los países del Este Europeo, aunque este año disminuyó su participación porcentual en seis puntos (19% en 2005, respecto del 25% del año anterior) debido al ingreso de 7.601 pallets menos.



### DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES POR PAÍSES

(datos en PALLETS)

PAÍS	AÑO 2005		AÑO 2004		Comparación 2005 vs. 2004
	Pallets	%	Pallets	%	
ESPAÑA	63.555	20%	29.276	10%	117%
RUSIA	49.771	15%	56.794	20%	-12%
ITALIA	43.368	13%	37.658	13%	15%
HOLANDA	35.170	11%	35.929	13%	-2%
GRECIA	33.672	10%	35.705	13%	-6%
BÉLGICA	33.576	10%	22.853	8%	47%
POLONIA	15.255	5%	13.824	5%	10%
UCRANIA	12.589	4%	10.907	4%	15%
INGLATERRA	10.507	3%	8.579	3%	22%
FRANCIA	5.452	2%	5.483	2%	-1%
CANADÁ	4.794	1%	6.873	2%	-30%
ESLOVENIA	4.541	1%	961	0%	373%
HONG KONG	3.080	1%	4.324	2%	-29%
OTROS PAÍSES	10.264	3%	12.643	4%	-19%
<b>TOTAL</b>	<b>325.594</b>	<b>100%</b>	<b>281.809</b>	<b>100%</b>	<b>16%</b>



En cuanto a la discriminación de las exportaciones por países, es de destacar la notable recuperación de las exportaciones experimentada por parte de España, país que saltó de la quinta posición que ocupaba el año pasado al primer lugar del ranking 2005, representando el 20% del total de fruta exportada. Este año ingresaron al país ibérico 63.555 pallets, cifra que más que duplica los 29.276 pallets que importaron en 2004. El principal motivo radica en la necesidad de disponer de fruta para abastecer el mercado interno español y también cumplir con sus clientes en el resto de los países comunitarios. En cuanto a Rusia, país que en los últimos años venía siendo el principal cliente argentino, la gran disminución de compras de limón argentino en Junio (por abarrotamiento del mercado, situación que duró aproximadamente seis semanas) motivó a que este año disminuyera su participación porcentual del 20% al 15%, que representan casi 7.000 pallets menos de fruta exportada. En el cuadro de países importadores ordenados por volumen, observamos que en tercera posición se ubica Italia, país que también registró un importante aumento de limón importado desde Argentina (un 15% más, equivalentes a 5.710 pallets más que en 2004). Los dos países que le siguen, Holanda y Grecia, no han variado significativamente en los volúmenes importados en relación al año anterior. De los que siguen al grupo de los primeros cinco importadores del ranking, Bélgica, Polonia, Ucrania e Inglaterra han registrado interesantes aumentos porcentuales respecto de la campaña anterior. El resto de los listados ha tenido un comportamiento dispar en relación al año pasado, con aumentos o disminuciones de los volúmenes importados pero que no inciden mayormente en valor global.

La propuesta del sector citrícola tucumano es consolidar los mercados de exportación ya existentes y avanzar sobre aquellos que son considerados de importancia por los volúmenes que se podrían colocar. En este sentido, durante todo el año 2005 se están efectuando grandes esfuerzos por recuperar la plaza de Estados Unidos, cerrada en 2002 por motivos de índole judicial que en nada tenía que ver con la calidad de limones que se estaban enviando hasta ese momento. Las gestiones de nuestra asociación, acompañadas por las entidades oficiales de los gobiernos provincial y nacional (Cancillería Argentina, SAGPyA, SENASA, Ministerio de Desarrollo Productivo de

Tucumán, etc.), hacen crear expectativas favorables para que en breve se puedan reanudar las exportaciones hacia el país americano, que significarían importantes volúmenes adicionales a los que hasta ahora se están enviando hacia el exterior. China, por otra parte, es un país con el que se debe continuar negociando para acordar un protocolo ventajoso para nuestros limones. Lo mismo sucede con Japón el cual, si bien es un mercado que ya está recepcionando nuestros limones, lo está haciendo bajo un protocolo de tratamiento cuarentenario de frío que ocasiona importantes daños en la calidad de los frutos, y que es totalmente innecesario por estar demostrado científicamente que el limón no es hospedero de la mosca de los frutos.

Para la próxima Campaña será imprescindible el cuidado de la calidad de fruta a exportar, incluido el aspecto fitosanitario y el de calibres pequeños. Esto permitirá que continúen creciendo los volúmenes enviados hacia el exterior sin comprometer las liquidaciones de las partidas, que redundará en un beneficio traducible en un sostenido ingreso del sector exportador.