

• Campaña 2006

Síntesis de la Campaña Exportadora 2006

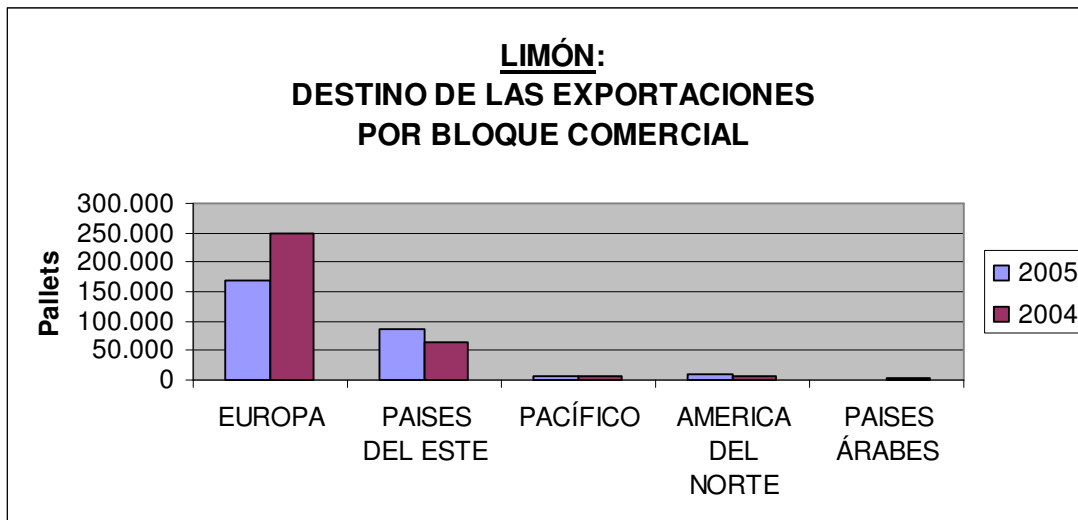
Bartolomé Del Bono – Gerente ATC

Finalizada la temporada exportadora de la Campaña 2006, el volumen total de limón en fresco de Argentina enviado a los distintos países significó una disminución del orden del 17% en relación al del año pasado, según análisis de datos proporcionados por la Federación Argentina del Citrus (FEDERCITRUS). El motivo de la misma se debe, entre otras causas, a la recuperación de la producción y oferta exportadora de España, luego de una anterior temporada de bajos volúmenes por la severa ola de frío que sufrió en Enero de 2005. Esta vuelta a la comercialización de volúmenes normales también se evidenció en la variedad Verna, principal competidor del limón argentino y que explica, en parte, que nuestro país no haya podido repetir la muy buena campaña exportadora del año pasado. En síntesis, los envíos de fruta fresca a los mercados externos en 2006 totalizaron 270.880 pallets, equivalentes a unas 312.000 toneladas, inferiores en un 17 % a lo exportado en la campaña anterior (aproximadamente 370.000 toneladas). Por otra parte, la exportaciones argentinas de cítricos en su totalidad (sumando las principales cuatro variedades: limón, naranja, mandarina y pomelo) para la Campaña 2006 registraron una disminución global del 8 % comparándolas con el año anterior, según datos publicados por SENASA.

LIMÓN:
DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES
POR BLOQUE COMERCIAL

(datos en PALLETS)

BLOQUE	AÑO 2006		AÑO 2005		Comparación 2006 vs. 2005
	Pallets	%	Pallets	%	
EUROPA	168.176	62,1%	248.589	76,3%	-32%
PAISES DEL ESTE	87.622	32,3%	63.450	19,5%	38%
PACÍFICO	5.618	2,1%	5.186	1,6%	8%
AMÉRICA DEL NORTE	8.744	3,2%	4.794	1,5%	82%
PAISES ÁRABES	720	0,3%	3.575	1,0%	-80%
TOTAL	270.880	100%	325.594	100%	-17%



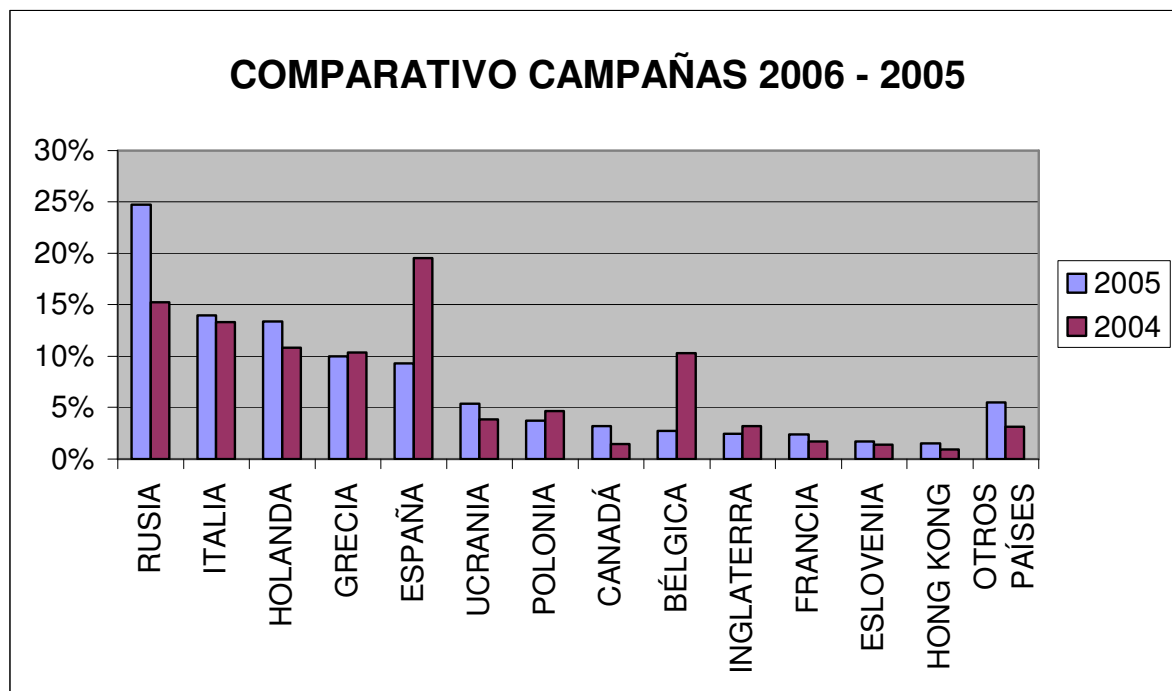
Analizando las estadísticas de exportaciones de limón por Bloque Comercial para la Campaña 2006, y su comparativo con la de 2005, se observa que la disminución global se debe exclusivamente a la sensiblemente menor demanda por parte de la Unión Europea (un 32% menos a la del año anterior). Como este bloque es el demandante del grueso de las exportaciones de limón argentino, la importante disminución experimentada ha impactado en el resultado global. Para tener como referencia, la participación porcentual de Europa ha descendido del 75% que en promedio ha venido registrando en los últimos años, al 62% de este año (más de diez puntos); en términos de pallets las exportaciones de 2006 finalmente llegaron a casi 170.000 unidades. Como contrapartida, el bloque de los Países del Este Europeo (con Rusia a la cabeza) ha representado este año el 32% de las exportaciones, aumentando sensiblemente su participación respecto de años anteriores (20% en promedio); ello equivale a casi 25.000 pallets adicionales que se enviaron en 2006 a este bloque respecto a campañas anteriores.



**LIMÓN:
DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES POR PAÍSES**

(datos en PALLETS)

PAÍS	AÑO 2006		AÑO 2005		Comparación 2006 vs. 2005
	Pallets	%	Pallets	%	
RUSIA	66.974	25%	49.771	15%	35%
ITALIA	37.872	14%	43.368	13%	-13%
HOLANDA	36.310	13%	35.170	11%	3%
GRECIA	27.031	10%	33.672	10%	-20%
ESPAÑA	25.251	9%	63.555	20%	-60%
UCRANIA	14.519	5%	12.589	4%	15%
POLONIA	10.215	4%	15.255	5%	-33%
CANADÁ	8.744	3%	4.794	1%	82%
BÉLGICA	7.434	3%	33.576	10%	-78%
INGLATERRA	6.589	2%	10.507	3%	-37%
FRANCIA	6.446	2%	5.452	2%	18%
ESLOVENIA	4.561	2%	4.541	1%	0%
HONG KONG	4.074	2%	3.080	1%	32%
OTROS PAÍSES	14.860	5%	10.264	3%	45%
TOTAL	270.880	100%	325.594	100%	-17%



En cuanto a la discriminación de las exportaciones por países, es de destacar la recuperación del primer lugar del ranking de Rusia (tomando referencia los volúmenes) con un notable aumento hasta casi 70.000 pallets (equivalente a unas 80.000 Toneladas), lo que significa un aumento de diez puntos en su participación. España, país que ocupaba el año pasado el primer lugar del ranking 2005, registró una disminución de 11 puntos y pasó a ocupar la quinta posición con 25.000 pallets, es decir, unas 28.000 Toneladas. Los motivos de la gran diferencia registrada entre las Campañas 2006 y 2005 (45.000 Toneladas!!!) ya fueron explicados al inicio de la presente nota. El resto de los

países que forman parte de los primeros lugares del ranking exportador han tenido comportamientos dispares respecto del año 2005, según al bloque a que pertenezcan: disminución de volúmenes los pertenecientes a la Unión Europea (excepto Holanda) y aumento de volúmenes los países integrantes del Este Europeo (Ucrania). El resto de los listados ha tenido un comportamiento desperejo 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 2006 se han continuado las gestiones tendientes a lograr la reapertura del mercado de limones frescos de Estados Unidos, interrumpidas en el año 2002. Una correcta interacción entre la Asociación Tucumana del Citrus y 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 pronto (quizá para la Campaña 2008) 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. Habrá que esperar a que se pronuncien los Servicios Fitosanitarios de Japón y China, en cuanto a los requerimientos fitosanitarios que exigirán en sus respectivos protocolos, para hacer con mayor apreciación un pronóstico del volumen de fruta a enviar a futuro (recordando que actualmente las exportaciones de nuestro limón a China no están habilitadas).

Como viene sucediendo en los últimos años, para la próxima Campaña será imprescindible continuar con el cuidado de la calidad de fruta a exportar, incluidos los aspectos fitosanitarios y de tamaño de fruta. Esto permitirá consolidar los mercados externos sin que se comprometa el valor monetario de las liquidaciones de las partidas, que redundará en un beneficio traducible en un sostenido ingreso del sector exportador.
