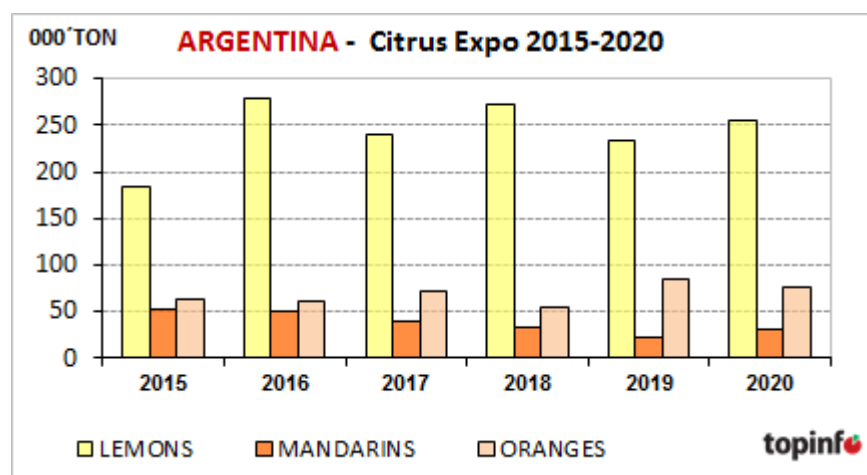


[De las páginas de TopInfo.](#)

No hay ninguna duda que la campaña 2020 resultó muy positiva para los exportadores australes. En la mayoría de los casos se alcanzaron récords de exportación. Obviamente no faltaron los problemas, ni en todos los casos se logró superar los niveles de los años previos, pero en términos generales fue positiva. Debido a la pandemia aumentó fuertemente el consumo de cítricos en nivel mundial. Aumentaron los volúmenes comercializados sin que esto afecte los precios, los cuales en general se mantuvieron en niveles satisfactorios. Detallamos la situación de los diferentes países, teniendo cada uno sus características propias.

Argentina

La campaña se inició en forma promisorio. Ante el gran interés de los países del hemisferio norte. Esto coincidió con un otoño favorable para el limón en Tucumán. La cosecha se desarrolló rápidamente y durante mayo y junio se embarcaron volúmenes récord. Pero el clima seco, inusual para Tucumán, que permitió avanzar rápidamente con la cosecha, también favoreció el desarrollo de ciertas plagas, en especial la mancha negra. Las empresas tucumanas se enfrentaron a un fenómeno inusual en esa magnitud. Por otro lado, los controles en los puertos españoles se tornaron sumamente estrictos. Este combo llevó a un gran número de detecciones.



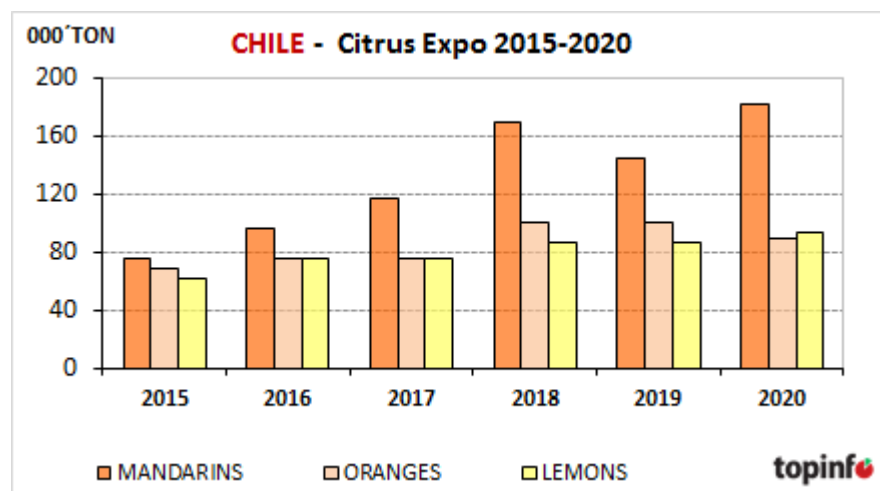
Para evitar mayores complicaciones el sector limonero decidió suspender los envíos a principio de julio, dos meses antes de lo habitual. Por lo cual la campaña a Europa finalizó

con un envío de 141.000 tons, en vez de las esperadas 150-160.000 tons. Parte de los envíos programados a Europa, se pudieron derivar a otros mercados. EE.UU. volvió a comprar mayores volúmenes, alcanzándose las 34.000 tons. Los empresarios están satisfechos con el desarrollo de este mercado que fue abierto hace 4 años. También Europa del Este compró mayores volúmenes, los más elevados de los últimos 10 años. A su vez se logró incrementar los embarques a Asia, celebrándose la apertura del mercado chino con un envío de 1.000 toneladas.

Más complejo se presenta la situación para los cítricos dulces. Un clima adverso, problemas sanitarios y crisis económicas, llevaron a un achicamiento del sector y caída productiva. Se estimó que este año el Litoral, principal región productora de mandarinas y naranjas, tuvo una merma promedio del 40%. La baja cosecha se enfrentó a un mercado local muy activo, ya que el entusiasmo por el consumo de cítricos también contagió a los argentinos. Los precios pagados fueron atractivos, por lo cual casi toda la producción se envió al mercado interno. La exportación de mandarinas se mantuvo, al igual que en años previos, relativamente baja. La de naranja se inició con muy buenas expectativas ante la fuerte demanda en los mercados de exportación. Pero el conflicto fitosanitario de los limones, también se trasladó a las naranjas. Por lo cual los envíos a Europa se suspendieron en forma muy temprana, dejando de exportarse unas 20.000 tons.

Chile

Los cítricos fueron tradicionalmente un grupo de frutas secundarias para Chile, ante restricciones agroclimáticas (falta calor y agua). Pero gracias a que encontraron variedades que se desarrollan muy bien, a sus ventajas fitosanitarias y a la política proexportación de Chile, los cítricos fueron una de las frutas más exitosas. En la última década la exportación se triplicó. Los cítricos también ganaron dentro de la fruticultura chilena, de aportar apenas el 5% de la exportación, actualmente lo hacen en un 15%.

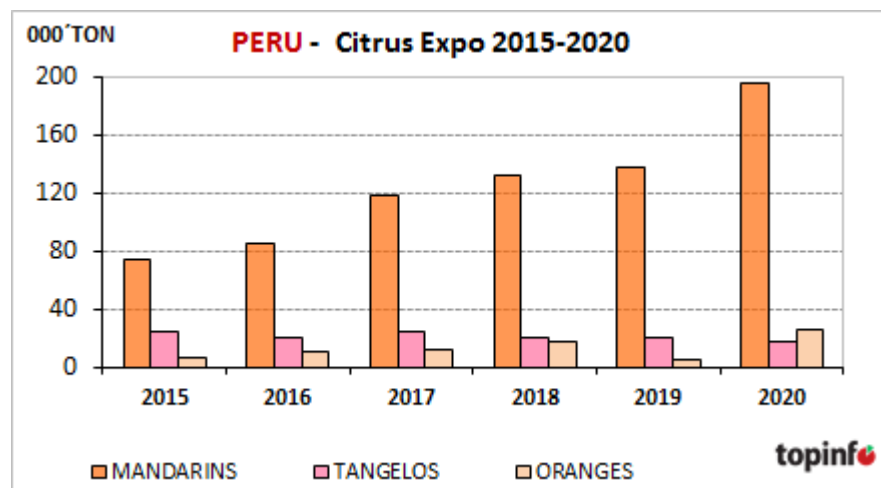


Se incrementó la exportación de todos los cítricos, pero la gran ganadora fue la W. Murcott. Sus volúmenes exportados se multiplicaron por 10 desde el 2010. El aumento en los otros cítricos no fue tan marcado: los de los limones y clementinas se duplicaron, los de naranjas aumentaron un 70-80%. En los últimos tres años se observa una estabilización de las exportaciones de limón, naranja y clementina; mientras que las W. Murcott continúan expandiéndose. Hay muchos cultivos jóvenes que entran recién ahora en plena producción y por otro lado los mercados continúan absorbiendo crecientes volúmenes. En primer lugar, está el mercado norteamericano, que absorbe el 90-95% de los cítricos dulces. En caso del limón los destinos están más diversificados. Un 50-60% va a EEUU y un 30-40% a Asia. Japón es un mercado tradicional, al que hace años envía unos 20.000 tons. Pero este año se abrió China. En el primer año, fue el limón, el que fue más exitoso, enviándose 5.600 tons. Para los cítricos dulces la conquista del mercado chino es más compleja, dado que la calidad del cítrico chileno no se adapta del todo al gusto de los asiáticos.

Perú

También en los cítricos Perú continúa con su camino de éxito que viene caracterizando la fruticultura y su exportación durante los últimos años. De exportar volúmenes mínimos pasó este año a una exportación de más de 270.000 toneladas, afirmándose entre los 5 principales exportadores cítricos australes. Lejos la principal es la mandarina (75% del total exportado). Dentro de este grupo se destacan las tardías (principalmente Nadorcott, algo de Tango, Orri). También tiene una importante producción de Okitsu/Satsumas y en menor grado Clemenvillas, Clementinas y otras. Originalmente era un gran productor del tangelo Minneola, pero las posibilidades comerciales de esta fruta se han acertado, por lo

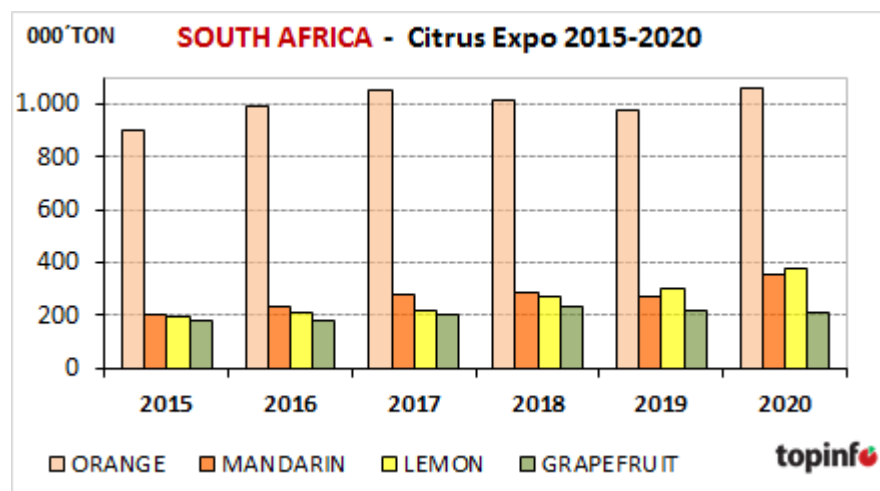
cual su producción y exportación está en retroceso.



Este año las condiciones fueron favorables, por lo cual la exportación dio un nuevo salto, luego de dos años de crecimiento moderado, alcanzándose casi las 200.000 toneladas de mandarinas exportadas, un 40% más que en el 2019. El plus se debe al fuerte aumento de las tardías, que aportaron el 65% del total exportado. Dentro de los destinos, el que más está creciendo son los EEUU. Este año recibieron el 60% de los envíos peruanos. Europa, que originalmente fue el principal destino, está perdiendo importancia dentro del conjunto. Este año recibió el 24% del total. Algo también se envía a Rusia, Asia y Latinoamérica.

Sudáfrica

Continúa siendo un gigante dentro del comercio mundial. Aporta casi el 100% de los pomelos, 70% de las naranjas, 50% de limones y 40% de las mandarinas que exporta el hemisferio sur. A pesar de su gran producción, continúa creciendo, alcanzando todos los años nuevos récords. Este año superó las 2 millones de toneladas exportadas.

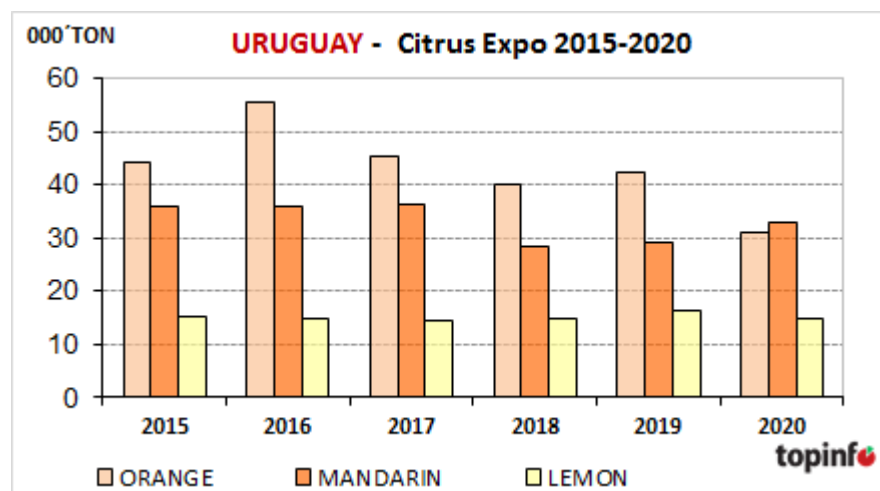


Las niñas bonitas de Sudáfrica son las mandarinas y los limones. En ambas frutas registra una fuerte expansión productiva. En el limón el entusiasmo es tal que se habla del “oro amarillo”. En las mandarinas el éxito se debe al vuelco hacia nuevas mandarinas, en especial las tardías y patentadas. Cuenta con la mayor superficie de patentadas del hemisferio sur (40% del total). La mitad corresponde a Nadorcott, la otra mitad se comparte entre Tango, Or/Orri, Valley Gold, Leanri y Mor. También continúa exportando sus variedades clásicas, las tempranas (principalmente Clementina y Nova, Satsuma), con las que se inició en el negocio. Pero su incidencia se reduce ante el avance de las tardías. En el limón el mercado se comparte entre Europa y Medio Oriente. Algo también va Rusia, Asia central y Canadá. En las mandarinas la mitad se envía a Europa, le sigue Asia y Norteamérica.

En las naranjas es el gran líder, dominando en todos los mercados. Su principal destino es Europa, que recibe el 40-50%. Pero también se envían importantes volúmenes al Medio Oriente y al centro y sudeste de Asia. En Rusia también es por lejos el principal proveedor austral y en los EEUU está conquistando cada vez mayor participación.

Uruguay

Al igual que Argentina, ha sufrido bajo diferentes crisis y problemas climáticos/productivos, lo que llevó a un achicamiento del sector y en consecuencia también de las exportaciones. En especial este año la producción sufrió una fuerte merma, lo que se refleja en una nueva caída de sus exportaciones.



La fuerza de Uruguay está en los cítricos dulces. En las mandarinas se observa en los últimos años un fuerte vuelco hacia los envíos a los EEUU. En el 2020 recibió el 54% del total. Las características especiales de las mandarinas uruguayas hacen que encuentre una clientela fiel. En las naranjas, sigue siendo Europa el principal comprador (65% del total). La mayoría de los otros destinos se muestran complicados para los cítricos uruguayos ante la fuerte competencia de otros proveedores y desventajas comerciales.

Autora: Ing.Agr.Betina Ernst

Extraído del informe: CITRICOS 2020 - Análisis de la temporada del hemisferio sur