

Cítricos

Uruguay amplía su cuota en el mercado internacional

El año 1996 presenta perspectivas muy favorables para el sector cítrico de exportación en fresco de Uruguay.

Tras haber alcanzado las 10 millones de cajas en 1994, durante la pasada estación de 1995, las cifras cayeron en un 11 %, con una exportación total de 8.8 millones de cajas y 118 mil toneladas de fruta. El principal motivo de esta merma no fue por cierto falta de oportunidades comerciales sino una reducción de la producción. Hubo una merma importante en variedades de mandarinas, especialmente Ellendale y también en naranjas Navel y Valencia. Los compromisos asumidos con los clientes habituales condujeron incluso a varias empresas uruguayas a comprar fruta en Argentina y así se ha comenzado a generar un flujo de oferta conjunta muy interesante.

Durante este año, de no surgir problemas climáticos que modifiquen la oferta, se espera alcanzar al menos, los mismos valores que en 1994.

Mayor participación

Para lograr una mejor participación en el negocio de la fruta fresca Uruguay ha apostado en primer lugar a incrementar su oferta en tres áreas: volumen, calidad y estacionalidad. Cada vez mayores volúmenes de mejor calidad de fruta, presentación y durante al menos 8 meses, ha sido una meta importante. De acuerdo a nuestros principales clientes, el tema de la calidad y presentación no sólo se refiere al aspecto externo e interno de la fruta sino a su vida de mostrador. La fruta uruguaya ha ganado la reputación de que tiene una vida de mostrador aceptable e incluso ma-



Con el objetivo de mejorar la participación en los mercados internacionales, Uruguay se ha dedicado a incrementar su oferta en tres áreas: volumen, calidad y estacionalidad.

yor que la de algunos de nuestros principales competidores por lo que es una ventaja competitiva significativa.

En segundo lugar, el sector en su conjunto y con algunas empresas grandes y líderes en este aspecto, ha desarrollado una estrategia de marketing que hoy muestra su resultado principal: la confiabilidad de la fruta uruguaya.

Inversiones en tecnología de posrecolección

Uno de los aspectos que más ha caracterizado al sector en los 2 o 3 últimos años ha sido la inversión en reconversión de plantas de empaque y la instalación de cámaras frigoríficas y de desverdizado.

La necesidad de contar con almacenes de empaque más modernos y eficientes y

la instalación de cámaras en los mismos almacenes ha mejorado mucho la calidad de la fruta asegurando el concepto de vida de mostrador adecuada. En el Departamento de Salto, las empresas de Cítrica Salteña y Juan Solari y en Paysandú, Forbell, Azucitrus, Sandupay y El Repecho han incorporado más de 7,5 millones de dólares en líneas de empaque modernas, galpones, cámaras frigoríficas y de desverdizado. En la zona sur ICCSA ha incorporado una línea de empaque y cámaras por 1.5 millones de dólares.

Terminal frutera en Nueva Palmira

Sobre la costa del Río Uruguay y más cercano a las zonas de producción del litoral se ha construido hace 4

años una moderna terminal frutera Frigofrut, con una capacidad de frío para 5.000 pallets y 2.000 pallets en galpón no refrigerado aseguran un manejo adecuado de la fruta. Actualmente están implementando su actividad para calificar para la Garantía de Calidad ISO 9000 de calidad y pronto estarán comenzando un proyecto para instalación de un muelle nuevo y privado exclusivo para la terminal frutera. Durante 1995 hubo una experiencia de fruta argentina que se cargó por este puerto uruguayo y Frigofrut espera para el año 1996 aumentar la captación, y de este modo dar servicio a volúmenes mayores de fruta cítrica del litoral argentino.

La zafra 1996

Acaba de comenzar la zafra 1996, y como ya se señaló, la oferta estaría llegando por lo menos a los niveles de 1994, o sea en el orden de las 10 millones de cajas.

Varias innovaciones o desarrollo de recientes innovaciones están sobre la marcha. En primer lugar, en el mes de marzo se ha iniciado la exportación de mandarinas Satsuma Okitsu con la utilización de modernos contenedores de 40 pies con control de temperatura, humedad y renovación de aire. La empresa Cítrica Salteña S.A. ha comenzado con sus embarques a los puertos de Felix Tower en Inglaterra y Rotterdam con estos modernos contenedores Maersk.

En segundo lugar, Uruguay está incursionando en el uso de envases plateaux o bandeja, de 10 y 15 kg principalmente a la Unión Europea aprovechando las ventajas comerciales y técnicas. Las ventajas comerciales son obvias; los clientes los piden. Las ventajas técnicas tienen que ver con mayor ventilación y más rápida capacidad para enfriar, aspectos que se están incorporando al manejo general de la fruta. En 1995

se utilizaron cerca de 500 mil envases bandeja y ya para esta zafra la cifra será de más de 1.5 millones.

Expectativas para las diferentes frutas

En cuanto a las perspectivas de las diferentes especies y variedades se puede adelantar que, con respecto a limones por ejemplo, la zafra va a ser buena, con precios alentadores. La merma de oferta de fruta del Mediterráneo mantuvo los precios en alto y esta tendencia parece que va a continuar. Esto será importante también para evitar los efectos negativos del nuevo sistema de Precios de Entrada que la Unión Europea ha implementado como consecuencia del Acuerdo del GATT. Las mandarinas tendrán nuevamente buenas perspectivas, ya que la demanda sigue siendo mayor que la oferta y si bien Sudáfrica está aumentando sus envíos de distintas variedades, aún sus volúmenes no son suficientes para causar un impacto negativo en el mercado.

En el caso de Uruguay, la mayor producción esperada de las principales variedades como Satsuma, Ellendale y los aumentos de producción de plantaciones nuevas de las variedades Nova, Clemenvilla, Clemendor, Ortanique, etc, incrementarán sin duda la oferta. Respecto a las naranjas, se deben analizar las tempranas y las tardías por separado. Para las primeras, del Grupo Navel, se esperan buenos precios y firmes en Europa, particularmente para junio y parte de julio, que coincide con la mayor entrada de fruta uruguaya. Para la naranja Valencia no se tienen pautas muy claras, ya que sus posibilidades dependerán de la calidad y tamaño de la fruta en agosto y por otro lado, de la oferta de nuestros principales concurrentes, como Sudáfrica y Argentina. Los pomelos tienen un peso relativo mucho menor para Uruguay. Existe



Carga de cítricos en el puerto de Nueva Palmira.

un mercado pequeño que en el conjunto del negocio parece rentable pero los pomelos de estas latitudes tienen sus limitantes en cuanto a su tenor de jugo y acidez, que los hace muy difícil de competir con fruta del Caribe como la de Cuba, Honduras, etc.

¿A qué mercados están apuntando?

El mercado holandés continúa siendo el principal receptor de fruta, particularmente porque allí aún se encuentran clientes de largo tiempo de Uruguay. Buscando canales innovadores y más eficientes, se ganaron espacios o nichos de mercado muy atractivos. En este sentido hay que señalar el crecimiento de la oferta uruguaya en el área de fruta para hacer jugo en el mercado inglés. Esto trajo como consecuencia un manejo especial para este tipo de fruta, en bins de 400 kg en madera descartable.

Durante 1994, se exportaron 41 mil toneladas al Reino Unido para consumo en fresco y para jugo y en 1995 por la merma de producción ya mencionada,

se vendieron algo más de 27 mil toneladas.

España e Italia, dos mercados atractivos

Durante los últimos años se ha comenzado una corriente exportadora hacia España que en principio sorprendió y que durante 1995 recibió casi 10 mil toneladas de fruta uruguaya.

El concepto de oferta durante todo el año y eficiencia en la utilización de la infraestructura frutera que las empresas españolas poseen, ha potenciado nuestras posibilidades de «complementar» con nuestra fruta la oferta global.

Durante los últimos meses han visitado Uruguay varias empresas españolas que han quedado muy sorprendidas por el nivel de producción y manejo que se le hace a la fruta por lo que se espera que este año las exportaciones crezcan aún más.

Italia también es considerado un mercado potencial interesante. Por imposición de restricciones al comercio, sólo se puede exportar pomelo. En este sentido, y tras el Acuerdo de la Ronda del

GATT, Argentina, Sudáfrica y también Uruguay están tratando de que se levante esta restricción que no tiene base técnica en que sustentarse.

Países árabes

Las exportaciones a países árabes como Arabia Saudita y Emiratos Árabes han crecido en los últimos años a causa de un trabajo sistemático que intenta satisfacer los requisitos de calidad y volúmenes demandados y particularmente ajustarse a condiciones de manejo de los productos. Aquí se han ajustado técnicas de empaque y paletizado que aseguran una buena llegada, más teniendo en cuenta que la temperatura ambiente a la llegada supera normalmente los 30-35°C.

Durante este año se espera continuar aumentando los volúmenes que en 1995 llegaron a las 11 mil toneladas.

Europa oriental y Rusia

Uruguay ha mostrado un interés particular para la penetración de estos mercados. Este año se espera intensificar los envíos hacia mercados como Rusia, Slovenia, Yugoslavia, Checoslovaquia, etc. Durante 1994 se exportaron 27.5 y en 1995, 14.4 mil toneladas de fruta en forma directa a esos mercados, debiendo considerar que varios clientes de la Unión Europea son los que se encargan de envíos indirectos a través de Rotterdam o Hamburgo. En definitiva y después de una larga y amistosa charla con el Sr. Sruku Hassan, Director de Milagro SA que acaba de llegar a Uruguay desde Europa podemos decir que todo hace indicar que será una buena zafra, tanto por la oferta disponible como por las condiciones específicas del mercado internacional, en particular, el de la UE.

● ● ●

Marta Bentancur
Ing. Agr.