

### 1. Argentina

El Código Alimentario Argentino (CAA) define como jugo concentrado de naranja “*al producto obtenido por concentración del jugo a través de medios mecánicos adecuados, a partir de distintas variedades de naranja (“Citrus sinensis”) y que cumple con las exigencias del Código Alimentario Argentino. (Art. 1047 - Res 2067, 11.10.88); el CAA se refiere a jugos conservados a una temperatura máxima de -15° C en la etapa industrial, de distribución y expendio, destinado a ser consumido dentro de las 24 horas posteriores a su descongelado*”<sup>1</sup>.

#### Producción de naranjas frescas

Año	Toneladas
2001	913.458
2002	774.441
2003	694.933
2004	736.607
2005	885.871
2006	938.494
2007	1.098.139
2008	942.541
2009	898.732
2010	833.486
2011	1.130.074
2012	933.526

Fuente: INTA, Informes Regionales 2001/2012 - EEAOC Obispo Colombres

Cabe mencionar que la producción nacional de naranjas tuvo picos, como en el año 2007 y 2011, aunque si se observa la serie entre el año 2001 y el 2012 se constata una tendencia estable.

#### Superficie plantada de naranjas - Año 2012

Provincias	Hectareas
Formosa	194
Chaco	90
Buenos Aires*	1.545
Catamarca	700
Entre Ríos	20.056
Corrientes	9.341
Misiones	2.800
Jujuy	4515
Salta	3.201
Tucumán	1.260
Total	43.702

<sup>1</sup> Para mayor información: [http://www.alimentosargentinos.gov.ar/programa\\_calidad/marco\\_regulatorio/CAA/CAPITULOXII.htm](http://www.alimentosargentinos.gov.ar/programa_calidad/marco_regulatorio/CAA/CAPITULOXII.htm)

\* En el cuadro resta contabilizar superficies significativamente menores a las citadas en provincias no mencionadas en el mismo/ Fuente: INTA - Informes Regionales 2012 - San Pedro, San Nicolas, Ramallo, Baradero.

### Destino de la producción de naranjas frescas en la República Argentina (en toneladas) - Año 2012

Especie	Industria	Consumo interno
Naranja	218.808	537.692

Pérdidas pre y post cosecha: estimadas del 10% para naranja, a su vez son destinados 20.000 tons de naranjas a otros usos industriales/Fuente: SENASA - DNFA/DTI - Oficina de estadísticas de Comercio Exterior - Dic/Dec 2012 - Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) - EEAOC Obispo Colombes – FEDERCITRUS

En el cuadro anterior, se evidencia que el destino de la naranja fresca es mayoritariamente para el consumo interno, previéndose menos de la mitad del volumen para la industrialización – la cual incluye jugos, esencias, etc. –

### Producción de Jugo Concentrado Congelado

Años	Toneladas
2000	11.000
2001	11.200
2002	11.000
2003	8.000
2004	8.300
2005	15.900
2006	12.600
2007	15.300
2008	10.800
2009	8.100
2010	9.100
2011	10.800
2012	9.945

Fuente: Asociación Tucumana del Citrus, FEDERCITRUS

### Oferta y demanda nacional de jugo concentrado

Año / Ton	Producción	Importación	Exportación	Consumo Aparente
2008	10.800	3.435	7.266	6.969
2009	8.100	1.439	7.626	1.913
2010	9.100	3.222	6.494	5.828
2011	10.800	1.553	6.617	5.736
2012	9.945	1.517	6.527	4.935

Fuente: Asociación Tucumana del Citrus, FEDERCITRUS e INDEC.

## 2. Coyuntura del sector a nivel mundial

### 2.1. Contexto internacional

El negocio del jugo de naranja esta en manos de Brasil y Estados Unidos. Al igual que en limón, Estados Unidos es un importante productor, pero lo consume internamente, por lo que también importa. Brasil tiene una producción menor, pero es el primer exportador mundial, su principal mercado es Europa y luego Estados Unidos y Asia.

En los últimos años la citricultura brasileña vivió cambios muy importantes, causados en gran parte por problemas fitosanitarios. Entre las múltiples enfermedades y plagas que se están dando en Brasil, son cuatro las más dañinas: CVC (clorosis variegada), cancro cítrico, greening y muerte súbita. Estas enfermedades causaron la erradicación de 43,4 millones de árboles en los últimos 10 años. Esta cantidad representó el 25% de los árboles del estado de San Pablo, principal productor de naranjas del país, y llevó a una reducción similar de la superficie plantada. Junto con la superficie se redujo también la producción, aunque esta fue en parte compensada por un incremento de los rendimientos. En 20 años se pasó de una producción de 15 ton/ha a 26 ton/ha. Debido a los problemas productivos y el incremento de costos, la industria cítrica sufrió una fuerte concentración. Muchos productores se volcaron hacia otras producciones menos riesgosas y más rentables.

Los problemas que surgieron en Brasil, como las enfermedades y la reducción de la superficie y de la producción, también se dieron en Florida (Estados Unidos), que es el otro gran polo productor de naranjas y de jugo. Entre los problemas que prevalecieron en Florida se cuentan las enfermedades (cancrosis, greening), los huracanes y la presión poblacional. Esto llevó a una reducción del 33% de la superficie en los últimos 10 años.

## 2.2. Previsiones del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA)

En el año 2012 la producción mundial de jugo de naranja bajó 8%, presentando Brasil un decrecimiento del 14%, equivalente a 2.176 millones de toneladas, de acuerdo al Departamento de Agricultura de los Estados Unidos.

Sin embargo, Brasil exportaría un 3% más de jugo concentrado que en el año 2011 – unas 1.245 millones de toneladas -, de acuerdo a las previsiones del organismo. Las mismas reducían las exportaciones de los Estados Unidos un 19%, en 125.000 toneladas.

A su vez, el USDA había proyectado una cosecha más pequeña de naranja en Brasil en el año 2012, 18.155 millones de toneladas comparadas con las 20.645 millones de toneladas de 2010/11, y un suministro considerablemente más pequeño para procesar - 12.73 millones de toneladas, con una baja del 11% de la cosecha anterior<sup>2</sup>.

La producción global de naranja en 2012/13 estaba estimada por el USDA en 49,6 millones de toneladas, presentando una baja de 4,3 millones de toneladas respecto a la campaña anterior, debido a la merma de la cosecha brasileña de casi el 20% (menos 16,6 millones de toneladas), producto de una menor cantidad de hectáreas cultivadas<sup>3</sup>.

La disminución de la producción a nivel mundial llevó a un fuerte incremento de los precios. Esto fue especialmente marcado en la campaña anterior, cuando la cosecha brasileña sufrió una merma considerable. Sin embargo, para la próxima campaña se espera una recuperación, con un incremento del 32% de la producción de naranjas en Brasil<sup>4</sup>.

## 2.3. Tendencias del consumo:

Recientemente una firma de investigación privada reveló que las ventas minoristas de jugo de naranja en los **Estados Unidos** descendieron a 150 millones de litros en las cuatro semanas que concluyeron el 6 de julio, el nivel más bajo registrado hasta ahora. Por su parte, la producción en

<sup>2</sup> Para mayor información: [http://www.tradearabia.com/news/agri\\_211685.html](http://www.tradearabia.com/news/agri_211685.html) (27/1/2012)

<sup>3</sup> Para mayor información: <http://www.chilealimentos.com/2013/index.php/es/noticias/alimentos-procesados/jugos,-bebidas,-vinos-y-licores/18709-usda-anticipa-ca%C3%ADda-de-20-en-jugo-concentrado-de-naranja-de-brasil.html> (5/8/2013)

<sup>4</sup> Para mayor información: <http://www.fruticulturasur.com/fichaNota.php?articuloId=1042> (2011)

Florida se ha desplomado desde un máximo de 244 millones de cajas de naranjas de 41 kilos en 1998 a 133,4 millones en 2013, según el USDA.

Los estadounidenses están tomando menos jugo de naranja que antes, especialmente la variedad congelada que se negocia en los mercados de futuros. Un motivo de la caída es el resurgimiento de la dieta Atkins, baja en carbohidratos. Otro factor que también está afectando al jugo de naranja es la mayor variedad de bebidas disponibles en los supermercados, desde el refresco energizante Red Bull hasta las aguas vitaminadas de Coca-Cola Co, y modas de salud como el jugo de granada y otras.

Los futuros de jugo de naranja, que comenzaron a negociarse en 1966, solían atraer un grupo más amplio de inversionistas y procesadores de jugo, pero la transición a las operaciones completamente electrónicas también parece haber jugado un papel en el declive del mercado. Entre 2006 y 2008, después de que la negociación de futuros se volvió electrónica, el volumen anual del mercado de jugo de naranja cayó 23%.

El “jugo de naranja concentrado congelado” se derrite y mezcla con agua antes de ser consumido. Este tipo y el jugo hecho a partir de concentrado, representan 44% del total de las ventas minoristas de jugo de naranja en EE.UU. Hace 10 años representaban 53%.

En los supermercados la demanda de la bebida ha disminuido. Coca-Cola, dueño de “Minute Maid”, y PepsiCo Inc, que produce “Tropicana”, han respondido al descenso en la demanda de jugo de naranja agregando productos hechos de otras frutas<sup>5</sup>.

Según datos de “CitrusBR”, el consumo de jugo de naranja en Estados Unidos cayó 37% en los últimos 13 años. Entre otros factores, la crisis mundial de 2008 y la aparición de nuevas bebidas contribuyó a la reducción del consumo<sup>6</sup>.

En cambio, en **América Latina** se observa la tendencia opuesta. En **Brasil**, el mayor exportador global de jugo de naranja, el consumo de concentrado de naranja ascendió a 55.000 toneladas el año pasado, un aumento de 22% en comparación con 2003, según un estudio de una firma privada. En **México**, otro importante productor y exportador mundial, el consumo alcanzó a 38.000 toneladas en 2012, con un alza de 8,6% frente a 2003. Aun así, el mercado de la región es muy pequeño en relación al estadounidense, que según el mismo estudio consumió 708.000 toneladas en 2012, 29% menos que en 2003.

Según el “Centro de Estudios Avanzados en Economía Aplicada”, la citricultura brasileña registró en lo que va del año un aumento del 3% de las exportaciones hacia el mercado internacional, con el objetivo de reducir la dependencia de los mercados tradicionales, como los EE.UU.

La mayor parte de la producción brasileña está dirigida a la exportación. En los últimos 12 meses, Brasil vendió más de 1,1 millones de toneladas de jugo para el mercado internacional. En Brasil, el consumo doméstico es aún mínimo y llega sólo a 40.000 toneladas de jugo, según la “Asociación Brasileña de Exportadores de Cítricos”. Para esta entidad, el potencial de consumo interno de Brasil puede llegar a 140.000 toneladas de jugo, casi tres veces más.

También debe mencionarse, que los especialistas europeos advertían a principio del presente año que “Brasil mantenía artificialmente el alto costo de las materias primas, en alrededor de US\$ 2.400 a US\$ 2.500 la tonelada de jugo concentrado”. El mercado brasileño del jugo de naranja hizo aumentar considerablemente el precio de esa bebida y empujó al alza los precios de otras

---

<sup>5</sup> Para mayor información: <http://online.wsj.com/article/SB10001424127887323977304578654702514789738.html> (8/8/2013)

<sup>6</sup> Para mayor información: [http://www.atcitrusweb.com.ar/noticia.asp?seccion=sec\\_derecha&id=2505](http://www.atcitrusweb.com.ar/noticia.asp?seccion=sec_derecha&id=2505) (27/06/2013)

frutas destinadas a ser exprimidas, estimaban algunos profesionales del sector en Francia. En cuatro años los precios de las naranjas aumentaron 55%, los de los pomelos 115% y los de las manzanas 60% y “para 2013 las perspectivas no son mejores”, según la asociación interprofesional francesa del sector (UNIJUS), proyectando aumentos de hasta 70% para la uva, 20 al 60% para la manzana y 40% para el pomelo, mientras que la naranja podría aumentar entre 10 y 25%. La materia prima representa el 53% del costo de producción del jugo y los aumentos inciden directamente en los precios que paga el consumidor<sup>7</sup>.

## 5. Conclusiones

La Argentina continuará teniendo un papel menor en el comercio internacional y se seguirá abasteciendo mayoritariamente del gran proveedor de jugo concentrado de naranja del mundo, Brasil.

Brasil continuará liderando el mercado mundial, sin embargo deberá enfrentar diversos y crecientes problemas, tales como la dispersión de las enfermedades que deterioran a las plantaciones y las medidas de restricción comercial.

Estados Unidos, el otro jugador vital dentro del mercado global, también presenta enfermedades en las plantaciones del Estado de Florida, así como una baja de producción.

Algo que las dos naciones tienen en común y deben sortear, es el hecho de que los consumidores de países maduros ya no eligen el sabor naranja como su preferencia, lo que obliga a los productores a buscar nuevos mercados, a volcar una parte de la producción de exportación al mercado nacional e imaginar nuevas opciones para ofrecer el producto, compitiendo con otras bebidas sin alcohol.

---

<sup>7</sup> Para mayor información: <http://www.estrategiaynegocios.net/blog/2013/04/11/brasil-hace-aumentar-precios-del-zumo-de-naranja-y-otras-frutas/> (11/4/2013)